

گفتگوی اختصاصی اگرو فود نیوز با حسین مصطفی زاده خویی رئیس هیئت مدیره شرکت مواد غذایی بیژن



پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگرو فود نیوز) مصاحبه ای را با حسین مصطفی زاده خویی، رئیس هیئت مدیره صنایع غذایی بیژن انجام داد که توجه خوانندگان عزیز را به آن جلب می کنیم

▪ سبد کالایی که شرکت بیژن تولید می کند شامل چه محصولاتی است؟

در سبد غذایی شرکت بین المللی بیژن، غیر از انواع سبهای گرم و سرد، ۱۰ گروه کالا وجود دارد که مهم ترین آنها عبارتند از: گروه کالای کنسروجات که خود نزدیک به ۱۰ قلم است از کنسرو ذرت شیرین و لوبیا گرفته تا تن ماهی، گروه مربا و عسل، گروه سرکه، گروه کشک و... هر کدام این گروه ها، محصولات متنوعی را شامل میشوند که باز هر محصول در اوزان متفاوت و بسته بندی های مختلف، ارائه میشوند.

• آیا شرکت بیژن صادرات دارد؟ به چه کشورهایی؟

بله، ما امروز علاوه بر صادرات منطقه ای، در صادرات به کشورهای اروپایی و آمریکایی، فعال هستیم. در منطقه، به کشورهای حوزه خلیج

فارس، مثل امارات متحده عربی، صادرات داریم؛ همچنین همسایگان شمالی ایران، مثل کشور آذربایجان، در کنار این‌ها، محصولات غذایی بیژن در قفسه‌های فروشگاه‌های کانادا و ونزوئلا حضوری چشم‌گیر دارند.

- کرونا چه تاثیری بر صنعت غذای کشور گذاشت؟ در این میان شرکت بیژن چه تدابیری برای برون رفت از بحران احتمالی اتخاذ کرد؟

من در مقاله‌ای که در شماره مردادماه مجله بیژن منتشر شده است، به این سوال شما به تفصیل پاسخ گفته‌ام و عنوان مطلبام نیز دقیقاً همین بحث است: «فرصت‌ها و تهدیدهای کرونایی صنایع غذایی؛ بیژن در دوره کرونا» خلاصه حرف من این بود که مهم‌ترین تهدیدات کرونا در صنعت غذایی کشور عبارتند از: محدودیت‌هایی که در بخش تولید بوجود آمده است و کم‌رونقی مراکز عمده مصرف؛ اما در کنار این تهدیدها، کرونا فرصت‌هایی نیز برای صنایع غذایی بوجود آورده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: قرنطینه و تغییری که در الگوی مصرف بوجود آورده است و خریدهای آنلاین.

خانواده بیژن به رغم همه مشکلات ایام کرونایی، توانست به مدد الهی و همت کارمندان و کارگزارانش و استفاده از نیروهای متخصص و خوشفکر، از آن‌ها به سلامت عبور کند و راه خود را ادامه دهد تا وقفه‌ای در خدمتگزاری به مصرف‌کنندگان و همراهان بیژن بوجود نیاید و علاوه بر آن، سعی کردیم از فرصت‌های پیش آمده هم بهره گیریم برای خدمت بیشتر و بهتر به مشتریان خانواده بزرگ بیژن.

- حضرتعالی نقش تحقیق و توسعه در شرکت را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در شرکت بین‌المللی بیژن دو واحد، این وظیفه را به عهده دارند. یکی واحد سیستم‌ها و روش‌ها و دیگری واحد بازاریابی و تحقیقات بازار. همکاران ما در این بخش‌ها با تحقیقاتی که انجام می‌دهند و ایده‌های خلاقانه‌ای که دارند، سعی در گسترش کار دارند.

- محصولات بیژن در اکثر فروشگاه‌ها از جمله فروشگاه‌های زنجیره‌ای دیده می‌شود تعامل این فروشگاه‌ها با تولیدکنندگان را چگونه ارزیابی می‌فرمایید و آیا برای همکاری بهتر پیشنهادی دارید؟

ما هم‌اکنون در همه فروشگاه‌های زنجیره‌ای حضوری فعال داریم و با

تعاملی که با مدیریت آن‌ها داریم، توانسته‌ایم نظر مشتریان را نیز جلب کنیم و حضور مستمرمان باعث شده همکاری بهتری با فروشگاه‌های زنجیره‌ای داشته باشیم. در این مدت، پیشنهادات خود را هم ارائه دادیم و اگر موردی بوده، با همکاری طرفین، برطرف شده است.

- نقش تشکل‌ها برای حمایت و پشتیبانی از شرکت‌های صنایع غذایی چیست و چه راهکاری برای قدرت گرفتن تشکل‌های بخش خصوصی و تاثیرگذاری بیشتر آن‌ها پیشنهاد می‌فرمایید؟

مهم‌ترین نکته از نظر من آن است که کارخانه‌های صنایع غذایی باید با هم متحد شوند و اگر چنین وحدتی به وجود آید، مطمئناً اتفاقات خوبی برای صنایع غذایی کشور رقم خواهد خورد. این همگرایی، باعث می‌شود سیاست‌ها و راهبردهای صنعت غذا، برآمده از فعالان این حوزه باشد.

- در سال‌های گذشته شرکت بیژن جهش قابل توجهی را در تولید شاهد بوده با توجه به اینکه امسال نیز بعنوان سال جهش تولید است، آیا پیش‌بینی می‌فرمایید این روند ادامه دار باشد؟

بله ما امید داریم با توکل به خدا و تلاش همکاران و متخصصان مجموعه بیژن این روند رو به رشد ادامه یابد. پیش‌بینی ما این است که در سال‌های نزدیک، تقریباً ۱۰ هزار نیروی کار در شرکت بین‌المللی بیژن مشغول به فعالیت باشند. البته حواسمان هست که این گسترش، محدود به توسعه کمی و فیزیکی مجموعه نباشد. در توسعه کیفی بیژن نیز سعی داریم محصولات جدید با کیفیت برتر تولید کنیم و حضوری پررنگ در بازارهای داخلی و جهانی داشته باشیم.

- شرکت بیژن در سال‌های اخیر حضور فعال در نمایشگاه صنایع غذایی داشته است، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی چه کمکی به شرکت‌ها می‌کند؟

نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی در شناساندن شرکت‌ها به مخاطبان و همکاران مختلف می‌تواند موثر واقع شود. خیلی از ارتباط مفید کاری در همین نمایشگاه‌ها شکل می‌گیرد. ضمن آنکه اگر واقعاً بین‌المللی باشد و شرکت‌های خارجی هم حضور داشته باشند، زمینه مناسبی برای تبادل اطلاعات و فن‌آوری و صادرات بوجود می‌آید.



- نقش رسانه های تخصصی را در حمایت از صنایع غذایی چگونه ارزیابی می کنید

رسانه های تخصصی بهتر از سایر رسانه ها می توانند در معرفی صنایع غذایی عمل کنند. همچنین وقتی مدیران و فعالان صنعت غذایی کشور در رسانه های تخصصی این بخش حضور دارند، یادداشت می نویسند، مصاحبه می کنند و ... در واقع تشریک مساعی می شود و نظرات مختلف مطرح می شود که هم برای مدیران این صنعت مفید است و هم برای مسئولان مرتبط با این بخش، آن ها هم متوجه نظرات و مشکلات موجود در صنعت غذایی کشور می شوند.

- گاهی در فضای مجازی هجمه های زیادی به صنایع غذایی شده که بسیاری از آنها به دور از واقعیت بوده برای جلوگیری از این حرکات و اعتماد مردم به صنایع غذایی چه پیشنهاداتی دارید

پیرو پاسخ قبلی، یکی از وظایف رسانه های تخصصی صنایع غذایی، مقابله با همین هجمه ها و ابهامات است. علاوه بر این، فکر می کنم روابط عمومی شرکت های غذایی باید فعال تر عمل کنند تا رابطه مشتری ها و تولیدکننده ها بهتر و درست تر تعریف شود. وقتی این رابطه قطع باشد، میدان عمل برای مغرضان، گشوده تر است تا القائاتی نادرست بوجود بیاورند و ذهنیت مردم را تخریب کنند.

• مشتریان یکی از حامیان اصلی شرکت‌ها می باشند برای اعتمادسازی و حفظ آنها چه دغدغه ای دارید؟

ما معتقدیم مشتریان، مهم‌ترین حامی شرکت‌ها هستند و اگر اعتماد آنان از شرکت و مجموعه‌ای سلب شود، آن شرکت در واقع سرمایه اصلی خود را از دست داده است و سایر سرمایه‌هایش کمکی نمی‌کند. بدین منظور شرکت بین‌المللی بیژن همواره متعهد بوده است که از کیفیت محصولات خود نکاهد تا اعتماد دیرینه مردم به بیژن خدشه‌دار نشود. افت کیفیت، کم‌فروشی، گران‌فروشی و... از جمله عواملی هستند که می‌توانند مشتری را بی‌اعتماد و ناامید کنند. ما خدا را شکر، تاکنون حواسمان به همه این مسائل بوده و از این بعد هم مراقب‌ایم که هیچ اتفاقی باعث جدایی مخاطبان و مشتریان بیژن نشود.



برای خواندن مطالب صنایع غذایی بیژن در اگروفودنیوز روی خبر دلخواه خود در ذیل کلیک کنید

اقدام زیبای مهندس حسین مصطفی زاده رئیس هیئت مدیره صنایع غذایی بیژن در حمایت از کانون اوتیسم +فیلم

رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی بیژن در گفتگو با اگروفودنیوز : صنایع غذایی منهای بخش خصوصی یعنی مرگ صنایع غذایی و حذف

پویای این صنعت

افتخاری دیگر برای صنایع غذایی بیژن/کسب گواهینامه و تندیس رعایت حقوق مصرف کننده

گروه صنایع غذایی بیژن برند محبوب مصرف کنندگان شد

گفتگوی اگرو فود نیوز با نرگس الهیاری مدیر عامل شرکت صنایع غذایی بیژن

پاسخ فعالین صنایع غذایی کشور به اگرو فود نیوز در خصوص ایجاد امنیت غذایی و شعار پیشنهادی روز جهانی غذا

گفتگوی اگرو فود تی وی با حسین مصطفی زاده رئیس هیئت مدیره شرکت بیژن در حاشیه نمایشگاه ایران اگرو فود ۲۰۲۰

گفتگوی کوتاه ویدیویی اگرو فود تی وی با حسین مصطفی زاده رئیس هیئت مدیره صنایع غذایی بیژن در شرکت بیژن