محمد عبدالهی "رئیس هیئت مدیره شرکت فرآورده‌های غذایی سمیه" در گفت‌وگو با اگروفودنیوز مطرح کرد: توسعه روابط بین المللی و تسهیل تراکنش‌های مالی راه حل توسعه صادرات



محمد عبدالهی می‌گوید: رفع تعهد ارزی و موارد مربوط به آن باعث سخت تر شدن شرایط صادرات در ایران شده است.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، محمدعبدالهی "رئیس هیئت مدیره شرکت فرآورده‌های غذایی سمیه" در پاسخ به خبرنگار ما در خصوص تاثیر پیمان سپاری ارزی و یا مدت زمان معین شده برای برگشت ارز حاصل از صادرات بر صادرات محصولات غذایی گفت: رفع تعهد ارزی و موارد مربوط به آن باعث سخت تر شدن شرایط صادرات شده است.

عبدالهی با بیان اینکه تراکنش‌های مالی و ورود ارز به ایران یکی از چالش‌های رفع تعهد ارزی است افزود: اختلاف قیمت موجود در بازار ارز (ارز آزاد، نیما و …) باعث عدم همخوانی قیمت فروش محصول با

احتساب بهای تمام شده و وجه دریافتی می گردد.



رئیس هیئت مدیره فرآورده های غذایی سمیه تصریح کرد: به دلیل وجود اختلاف قیمت ارز، شرکت هایی که رفع تعهد نمی کنند قیمت فروش پایین تری به مشتریان ارائه می‌دهند که علاوه بر اینکه کار را برای شرکت هایی که رفع تعهد می نمایند دشوار نموده، کارت آنها پس از مدتی تعلیق می گردد و یا ناگزیر به استفاده از کارت بازرگانی غیر، فروش غیر رسمی و یا نهایتاً عدم فعالیت می‌شوند.

این فعال صنعت غذا بیان کرد: در مواردی که صادرکننده قصد استفاده از ارز حاصل از صادرات برای واردات دارد، بعضاً مدت زمان رفع تعهد ارزی با توجه به فرآیند واردات و فاصله کشور مبدا کافی نمی باشد.

عبدالهی برای افزایش صادرات غیرنفتی، توسعه روابط بین المللی جهت سهولت تراکنشات مالی و لجستیک با ایران را پیشنهاد نمود و گفت: مشارکت بیشتر دولت برای حضور در نمایشگاه های بین المللی و اعزام هیئت های تجاری به صورت تخصصی، توسعه فعالیت های رایزن های اقتصادی ایران به خصوص در کشورهای در حال توسعه و بازارهای نوظهور و سهولت فرآیند واردات مواد اولیه جهت تولید کالا و صادرات آنها از دیگر راه‌های توسعه صادرات غیرنفتی است.

سرویس خبری: صنعت غذا

مدیرعامل شرکت فرآورده‌های غذایی سمیه: عدم ثبات در زمینه‌های مختلف تولیدکنندگان را در تصمیم گیری‌هایشان مردد می‌کند



مهندس مجید کلانتری داریان معتقد است روند افزایش نرخ ارز باعث گران شدن مواد اولیه شده است ولی تولیدکننده قادر به افزایش قیمت محصولات خود نیست چرا که شرایط بازار گنجایش افزایش قیمت ها را ندارد.

مدیرعامل فرآورده های غذایی سمیه در پاسخ به سوال خبرنگار پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی" اگروفودنیوز" "مبنی بر اینکه نوسانات ارزی اخیر چه تاثیری بر روند تولید و محصولات صنایع غذایی گذاشته است؟"گفت: در کل بحث عدم ثبات چالش بزرگ تولیدکنندگان است، این عدم ثبات در همه زمینه ها به عنوان مثال عدم ثبات نرخ ارز یا بخشنامه های دولتی، مصوبات و… است .

کلانتری افزود: سیاستی که ما به عنوان تولیدکننده اتخاذ می کنیم براساس یک سری مصوبات از جمله تعیین قیمت ، عرضه و تقاضا و تحقیقات بازار می باشد و تولیدکنندگان، فروشنده اقلامی چون دلار، آهن و شکر نیستند که بتوانند در لحظه قیمت محصولات خود را تغییر دهند.

این فعال صنایع غذایی کشور تصریح کرد: این شرایط و فقدان ثبات در موضوعات ذکر شده تولیدکنندگان را بیش از پیش اذیت می کند.

وی افزود : هر روز یک قیمت برای مواد اولیه اعلام می کنند، و تولیدکننده هم نمی تواند به همان سرعت قیمت کالاهای خود را افزایش دهد ، کما اینکه شرایط بازار هم به نحوی نیست که گنجایش افزایش قیمت ها را داشته باشد، چون هرچه قیمت محصولات بالا می رود ، مصرف آنها کاهش می یابد.

مدیرعامل شرکت فرآورده های غذایی سمیه با بیان اینکه تولید روی مصرف می چرخد نه به روی قیمت هر واحد، گفت: سود تولیدکنندگان بر روی تیراژ محصولات است نه اینکه چند محصول با قیمت بالاتر به فروش برود.



این کارآفرین صنایع غذایی در خصوص مسایل مربوط به صادرات محصولات صنایع غذایی بیان کرد: در بحث صادرات تفاوت نرخی که در بازار است از مشکلات اصلی صادرکننده محسوب می شود و مشتریان خارجی نیز انتظار دارند با همان نرخ تبدیل صورت پذیرد، در خصوص ارز نیمایی نیز با توجه قیمت بسیار پایین آن قابل قبول نیست و جدیدا نیز صادرکنندگان موظف شدند اظهارنامه ورود ارز را تکمیل کنند که آن هم یک نرخ توافقی است. که باز هم از نرخ بازار کمتر است و کار مزد گرفته می شود.

وی افزود: در نهایت مشتریان خارجی انتظار قیمت پایین تر دلاری دارد چرا که قیمت دلار در ایران بررسی می کنند و همه جوانب را در نظر می گیرد.

کلانتری داریان در پایان گفت: همانطور که می دانیم بازار صادراتی

محصولات غذایی ایران، کشورهای اطراف و همسایگان هستند، برای همین تجار این کشورها با اشرافی که به قیمت دلار و ریال دارند، قیمت برایشان مهم و حساس است و گاها برای آنها کیفیت نسبت به قیمت در درجه پایین تری قرار می گیرد.

سرویس خبری: صنعت غذا

رئیس هیئت مدیره شرکت فرآورده‌های غذایی سمیه مطرح کرد: لزوم بازنگری دولت در سیاستگذاری کلان در خصوص کنترل قیمت گذاری محصولات



محمد عبدالهی گفت: در ماههای اخیر با تصمیم دولت در خصوص کنترل فرآیند قیمت گذاری کالاها و نحوه فعالیت تولیدکنندگان شاهدچالش هایی در بازار هستیم. این شرایط لزوم بررسی مجدد سیاستگذاری کلان در خصوص قیمت محصولات را ایجاب می کند.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، رئیس هیئت مدیره شرکت فرآورده‌های غذایی سمیه ادامه داد: سئوال کلیدی اینجاست که آیا باید به صورت دستوری و کنترل، قیمت ها تعیین گردند و یا می توان از تجربه سایر کشورها نسبت به عدم درج قیمت مصرف کننده و اعتماد به مکانیزم بازار بهره برد؟

شاید عدم درج قیمت روی کالا از تلاش برای تغییر روش ثبت قیمت به روش تولیدکننده و مصرفکننده موثرتر باشد.

عبدالهی در خصوص اینکه آیا درج قیمت مصرف کننده راهکاری بلند مدت است یا کوتاه مدت؟ بیان داشت: به نظر می رسد راهکار درج قیمت مصرف کننده روی کالا به عنوان یک راه حل کوتاه مدت بوده است و در شرایط خاصی می تواند کارکرد داشته باشد ولی این امر در درازمدت به یک روش غیرمفید تبدیل خواهد شد.

این فعال صنایع غذایی کشور تصریح کرد: با توجه به فعالیت های اینجانب در صنعت FMCG، آنچه به نظرم می رسد این است که درج قیمت روی کالا در شرایط خاصی باید صورت پذیرد، در غیر اینصورت عدم درج آن می تواند برای ذی نفعان از تولیدکننده گرفته، فروشنده و مصرفکننده منافع قابل توجهی را داشته باشد.

وی افزود: البته متوجه این موضوع هستم که برخی کالاها در شرایط خاصی هستند ولی حتی در شرایط کنونی هم معتقدم ۹۰% از کالاها نیاز به درج قیمت مصرف کننده ندارند، شاید درج قیمت مصرف کننده عاملی برای بالا رفتن قیمت ها هم شده باشد.

عبداللهی گفت: نهادهای قانونی باید این موضوع را که چرا این راه حل در طی سالها به عنوان یک راه حل بلندمدت انتخاب شده است را با رویکردی دیگر بررسی و بازنگری نمایند.

وی ادامه داد :به نظر بنده مزایایی در عدم ثبت قیمت وجود دارد که به طور خلاصه به چند مورد آن اشاره می کنم

1. بالا رفتن سطح رقابت و بالطبع رقابتی شدن قیمت ها ، که این موضوع منافعی را برای مصرف کننده نهایی در برخواهد داشت.(ذی نفع مصرف کننده)
2. پایین بودن قیمت های فروش در نقاطی که هزینه های فروشگاه(اجاره) کمتر هست باعث خواهد شد مشتریان بیشتری به آنها مراجعه نمایند و این امر موجب توسعه کسب و کار مناطق ضعیف

خواهد شد. (ذی نفع فروشگاه ها)

3. شرکت های تولید کننده در زمان تغییر قیمت متحمل ضررهای زیادی می شوند چراکه فروشگاههای زنجیره‌ای با فاصله زیاد به آنها مصوبه می دهند. (ذی نفع تولید کننده)
4. اگر درج قیمت صورت نپذیرد ناظر اصلی قیمت ها، مشتریان و مصرف کننده ها خواهند بود و همه افراد بدون این که حقوقی از دولت دریافت کنند ناظر بر بازار خواهند بود، این یعنی کاهش نیروهای ناظر بر کنترل بازار که هزینه های زیادی را بر پیکره دولت وارد می کند. (ذی نفع دولت)

رئیس هیئت مدیره شرکت فرآورده‌های غذایی سمیه در پایان گفت: شاید تلاش برای بهتر انجام دادن کاری که اصلاً انجام ندادنش بهتر است، چاره کار باشد،امیدوارم کارشناسان متخصص امر با نگاهی نو به موضوع، باعث حمایت از تولید و مصرف کننده گردند.

سرویس خبری: صنعت غذا

مدیرعامل شرکت فرآورده های غذایی سمیه : تجربه سال های مشابه مزین به نام تولید، نشانی از عزم سازمان های مختلف برای برنامه ریزی و تسهیل کسب و کار ندارد



مهندس مجید کلانتری داریان گفت: تا این لحظه که تجربه های سال های مشابه امسال که سال تولید بوده است نشانی از این عزم در آنها نبوده است و فقط رفته رفته عرصه را بر تولید کنندگان تنگ تر کرده اند

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی"اگروفودنیوز"، مجید کلانتری داریان" مدیرعامل شرکت فرآورده های غذایی سمیه" در پاسخ به سئوال خبرنگار ما مبنی بر ارزیابی ایشان از نامگذاری شعار سال به نام "تولید،دانش بنیان و اشتغال آفرینی" گفت: باید به این مسئله توجه کرد که چرا اشخاص باید وارد عرصه تولید شوند:

1. آیا علاقه به ایجاد کار جدید است ؟ آیا علاقه به نوآوری وجود دارد ؟
2. آیا درامد این کار از کارهای دیگر بهتر است ؟ بازده سرمایه گذاری بالایی دارد ؟
3. آیا کار راحتی است ؟ ایا ایجاد یک واحد تولیدی سهل است ؟

هنگامی که اشخاص را به سرمایه گذاری در تولید یا کارهای دانش بنیان که نتیجه آن اشتغال زایی است تشویق می کنیم باید دلایلی که آنها وارد به این عرصه شوند را در نظر بگیریم که بتوانیم به پرسش های بالا پاسخ بدهیم .

کلانتری بیان کرد: یکی از مهمترین عوامل تاثیر گذار شرایط محیط کسب و کار از قبیل سازمان ها و ارگان ها و نهادهایی که باید با آنها در ارتباط باشید مانند : اداره کار ، بیمه تامین اجتماعی ،

سازمان امور مالیاتی ، محیط زیست ، سازمان استاندارد ، سازمان صمت ، مراجع قضایی و …هستند. باید دید که تا چه اندازه سازمان های مذکور در این رابطه برنامه دارند یعنی به آنها چه دستورات و بخشنامه هایی جهت تسهیل شرایط داده شده است ؟

این فعال بخش خصوصی و صنایع غذایی کشور افزود: تا این لحظه که تجربه های سال های مشابه امسال که سال تولید بوده است نشانی از این عزم در آنها نبوده است و فقط رفته رفته عرصه را بر تولید کنندگان تنگ تر کرده اند مانند سازمان بیمه تامین اجتماعی و سازمان امور مالیاتی که فقط فشار را برای تحقق بودجه های اعلامی افزوده اند یا وضع قوانینی که نه تنها کمکی به تولید نمی کند بلکه یک نوع سنگ اندازی محسوب می شود.

مدیرعامل فراورده های غذایی سمیه گفت: به نظر من بیش از ۸۰ درصد محیط بر شرایط کاری یک واحد تولیدی تاثیر دارد و تاثیر منفی آن علاوه بر دلسرد کردن واحدهای فعلی ، اشتیاق اشخاص جدید به ورود را نیز می کاهد.

لذا پیشنهاد دارم در ابتدا باید تمامی افرادی که در محیط کسب و کار و تولید تاثیر می گذارند همراه با صنعتگران به تدوین بخشنامه ها و قوانینی بپردازند که به جذب سرمایه گذارها در این حوزه منجر گردد.

آنگاه خواهید دید که چقدر سرمایه گذار داخلی و خارجی برای این موضوع اقدام می کنند و اصلا لزومی ندارد آنها را تشویق نماییم چون خودشان تمایل به انجام آن را خواهند داشت.

مدیرعامل شرکت فرآورده های غذایی سمیه: بدون در نظر گرفتن

منافع کل زنجیره تامین کار، طرح درج قیمت تولید بر بسته بندی کالاها محکوم به شکست است



مهندس مجید کلانتری داریان بر این اعتقاد است علی رغم منفعت تولیدکننده از درج قیمت تولید بر روی بسته بندی کالاها، سایر عوامل زنجیره تامین از این طرح منفعت نخواهند برد.

مجید کلانتری داریان در پاسخ به سئوال خبرنگار □□□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□ □ □□□□□□□"اگروفودنیوز"، در خصوص درج قیمت تولید برروی بسته بندی کالاها گفت : □□□□ □□□□ یک واحد تولیدی است و قطعا این طرح به نفع تولید کننده است ولی باید این موضوع را در نظر گرفت که بدون در نظر گرفتن منافع کل زنجیره تامین کار به خوبی انجام نخواهد پذیرفت.

این تولید کننده کشور افزود: در حال حاضر یک شرکت پخش سراسری با راندمان و بهره وری بالا حدود ۱۴ درصد هزینه دارد سود آن چند درصد باید باشد؟ که اگر مثلا ۲ درصد باشد پس کل حاشیه باید ۱۶ درصد باشد. آیا همه پخش های کشور سراسری و کارآمد هستند ؟ برای کسب و کار آنها چه اتفاقی خواهد افتاد ؟

کلانتری ادامه داد: در مورد خرده فروشی ها نیز که حدود 200.000 فروشگاه فعال در کشور موجود می باشند و هر کدام حداقل ۲ خانوار

را پوشش می دهند با حاشیه ۱۲ درصد قابل گردش می باشد ؟ به این ها هزینه های اجاره ، کارگر ، قبوض و خرابی و دزد بری کالاها را اضافه کنید! بطور مثال اگر فروشگاهی در ماه ۵۰۰ میلیون تومان بفروشد ۱۲ درصد آن ۶۰ میلیون تومان می شود آیا با این عدد هزینه های ماهانه را پوشش می دهد ؟

مدیرعامل فرآورده های غذایی سمیه در پایان گفت : لذا با توجه به تمامی جوانب پیش بینی می گردد بدون توجه به کل زنجیره تامین ، این طرح شکست خواهد خورد.

پاسخ شرکت فرآورده های غذایی سمیه به توهین یک مستندساز به محصول کشک سمیه

حسین دهباشی در توئیتی در انتقاد به محرمانگی مفاد سند ۲۵ سال ایران و چین خواسته یا ناخواسته به محصول کشک و برند سمیه اهانت کرد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی "اگروفودنیوز"، حسین

دهباشی، مستند ساز و عضو خانه سینما که با ساخت مستند انتخاباتی دکتر حسن روحانی در انتخابات ریاست جمهوری یازدهم و دوازدهم به شهرت رسید با انتقاد از محرمانگی مفاد سند ۲۵ سال ایران و چین ، ترکش ناراحتی و عصبانیت خود را به شرکت فرآورده های غذایی سمیه وارد کرد .



در توئیت دهباشی آمده است:

عهد نامه ۲۵ سال ایران و چین از لحاظ عدم تصویب در مجلس، مغایربا قانون اساسی استو به جهت محرمانگیبه درخواست چین،تحقیر ملی. مخالفت با حجاب اجباری اما به چالش کشیدنقانون مجلس استو بخشی از مومنین.

قانون مجلس و نظر بخشی از جامعه وحی منزل است و قانون اساسی و غرور ملی، کشک سمیه؟

در پاسخ به این توئیت روابط عمومی شرکت فرآورده های غذایی سمیه به این توئیتی بدین شرح منتشر کرد:



اینکه کارشناسان و متخصصان حوزه های مختلف در مورد مسائل مختلف اظهار نظر کنند خیلی خوبه…

اما اخلاق حرفه ای حکم می کنهدر این میان جایگاه برندها را درگیر محتوای خوشان نکنند….

در این میان پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی ضمن احترام به عقاید مختلف، اهانت به برندها و محصولات ملی را محکوم می کند و بر این عقیده هستیم با فرهنگسازی در جامعه باید به محصولاتی همانند کشک که تنها در کشورمان تولید می شود و به نوعی تنها در غذاهای ایران سرو می شود با احترام برخورد کرد. ضمن اینکه برندهای ملی با زحمت و خون و دل تولیدکنندگان و سربازان خط مقدم جنگ اقتصادی باعث ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی می شوند و چه بهتر که در کلمات مورد استفاده دقت بیشتری انجام شود.

در این میان درصدد هستیم به اهمیت برندهای ملی و محصولات به طور خاص تنها در کشورمان تولید می شود بیشتر بپردازیم و در این راستا یادداشت، مقالات و ویدیوهایی منتشر خواهیم کرد.

حضور رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی سمیه در غرفه اگروفودنیوز + ویدئو



به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز)، در حاشیه بیست و هشتمین نمایشگاه اگروفود ایران و بیستمین نمایشگاه شیرینی و شکلات گفتگوی کوتاهی با مهندس محمد عبدالهی رئیس هیئت مدیره شرکت سمیه داشتیم. توجه شما را به ویدئوی کوتاه مصاحبه ایشان جلب می نماییم.

برای مشاهده ویدئو روی آن کلیک کنید.
گفتنی است شرکت فرآورده های غذایی سمیه از سال ۱۳۵۹ فعالیت خود را با تولید آبلیمو و کمی بعد کشک مایع پاستوریزه شروع نمود و هم اکنون بعد از حدود چهار دهه، دهها محصول متنوع از قبیل کشک سنتی، آبلیمو، انواع ترشی جات، شوریجات، رب انار، رب گوجه‌فرنگی، انواع مربا، شربت سکنجبین، کنسرو خوراک‌ها، آبغوره، سرکه و رشته آش را تولید می کند.



گفتگوی اختصاصی اگروفودنیوز با مهندس محمد عبدالهی ، رئیس هیئت مدیره گروه فرآورده های غذایی سمیه



شرکت فرآورده های غذایی سمیه از سال ۱۳۵۹ فعالیت خود را با تولید آبلیمو و کمی بعد کشک مایع پاستوریزه شروع نمود و هم اکنون بعد از حدود چهار دهه، دهها محصول متنوع از قبیل کشک سنتی، آبلیمو، انواع ترشی جات، شوریجات، رب انار، رب گوجه‌فرنگی، انواع مربا، شربت سکنجبین، کنسرو خوراک‌ها، آبغوره، سرکه و رشته آش را تولید می کند.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز) ، گفتگویی با مهندس محمد عبدالهی ، رئیس هیئت مدیره گروه فرآورده های غذایی سمیه داشتیم که توجه خوانندگان محترم را به آن جلب می کنیم :

جناب مهندس لطفا خودتان را معرفی کنید و بفرمایید از چه زمانی وارد صنعت غذا شدید؟

محمد عبد اللهی ، از سال ۱۳۷۹ به صورت تمام وقت در حوزه صنایع غذایی مشغول به کار شدم. شرکت سمیه از ۱۳۵۹ ، با شراکت پدرم و آقای رضا کلانتری داریان تاسیس شد و به صورت رسمی فعالیت خود را آغاز نمود.

آقای ابراهیم عبداللهی تجارب مفید و تسلط قابل توجهی به بازار داشتند و آقای رضا کلانتری هم که تحصیل کرده خارج از کشور بودند در حوزه تولید تخصص داشتند که منجر به همکاری و شراکت موفق و بلندمدت در مجموعه فرآورده های غذایی سمیه شد. این شرکت برای هر دو طرف افتخار آفرین بوده است.

سبد غذایی شرکت فراورده های غذایی سمیه شامل چه محصولاتی می شود؟

شرکت سمیه فعالیت خود را در صنایع غذایی با تولید محصول آبلیمو آغاز نمود و کشک و سایر محصولات از جمله انواع ترشیجات، مربا، شربت سکنجبین، چاشنی ها، عرقیات، رب گوجه فرنگی و … به سبد این شرکت افزوده شد.

در حال حاضر برند ماتینا که نوشیدنی میوه ای حاوی دانه های ریحان و با کانسپت سلامت محوری نیز توسط مجموعه سمیه تولید می گردد.

کمی در خصوص شرکت پخش آیسان تو ضیح دهید و آیا این شرکت منحصرا کالاهای گروه سمیه را توزیع می کند و یا با سایر شرکت های تولیدی نیز همکاری دارد؟

از سال ۱۳۸۹ پخش آیسان را با هدف فعالیت در حوزه پخش و فروش محصولات سمیه و سایر برندهای مطرح بازار آغاز نمودیم. که به مرور با توجه به ناهماهنگی بین پخش ها و تولید کنندگان و نگاههای کوتاه مدت نسبت به هم تصمیم بر این شد که زمان و انرژی مجموعه بیشتر صرف محصولات تولیدی گروه فرآورده های غذایی سمیه از جمله برندهای سمیه، ماتینا، ندا و کشکام گردد.

از برند ندا نام بردید، شاید کمتر به گوش مخاطبین ما خورده است ، این برند چه محصولاتی را شامل می شود؟

برند ندا، از جمله برندهای زیر مجموعه سمیه می باشد که در حوزه تولید محصولات با احجام بالا برای مصارف رستورانی و کترینگ فعالیت می کند.

نقش تحقیق و توسعه را در پیشرفت شرکتها چگونه ارزیابی می فرمایید و تا چه به این

واحد در گروه سمیه اهمیت می دهید؟

درمجموعه سمیه دیدگاه بر این است که دو واحد تحقیق و توسعه و بازاریابی نقش بال پرواز برای مجموعه را دارند و سرمایه گذاری در این دو واحد برای بالندگی مجموعه و عرضه محصولات خاص و متفاوت در بازار حیاتی است.

تحریم ها و بیماری کووید ۱۹ چه تاثیری در روند تولید،توزیع و فروش صنایع غذایی به خصوص فرآورده های غذایی سمیه داشته است؟

من فکر می کنم در حوزه تولید بیشتر از اینکه تحریم ها تاثیر پذیر باشند، قوانین بد، بخشنامه های خلق الساعه، عدم حمایت های دولت به تولید ضربه زده است به عنوان مثال در خصوص صادرات رب گوجه فرنگی بعد از بازاریابی و پیدا کردن بازار هدف و اعتماد سازی مشتریان خارجی ، صادرات ممنوع می شود یا همین موضوع در مورد صادرات آبمیوه در کشور عراق صورت گرفت که با کمی مذاکره می توانست موضوع حل و فصل شود .به نظرم بیشتر از تحریم ها دچار خود تحریمی شده ایم. تحریم بصورت غیر مستقیم می تواند تاثیر گذار باشد

محدودیت های ایجاد شده به دلیل شیوع کرونا برای صنعت غذا از طرفی تهدید و از طرفی هم فرصت بوده است. مثلاً محصولی مثل کشک با توجه به ماهیت آن و افزایش میزان مصرف آن در خانه با افزایش تولید مواجه بوده است. در طرف دیگر شیوع کرونا در صنعت آبمیوه و نوشیدنی تاثیر منفی داشته است

محصولات شرکت سمیه به چه کشورهایی صادر می شود؟

محصولات سمیه به کشورهای مختلف صادر می شوداز جمله کشورهای کانادا،آمریکا،آلمان،استرالیا،ترکیه،امارات،عراق و... هر چند در کشورهایی که رقابت قیمتی بسیار شدید است فعالیت ما سخت تر می باشد. با این وجود تعهد به کیفیت و برتری کیفی همواره مزیت اصلی محصولات سمیه بوده است.

چرا در حوزه صادرات نمی توانیم علی رغم داشتن کیفیت بالا از نظر قیمتی با رقبای خارجی خود در بازار مشترک رقابت داشته باشیم؟

یکی از دلایل این موضوع به حمایت دولت ها از تولیدکنندگان و بحث مشوق های صادراتی رقبای خارجی بر می گردد ، دلیل اصلی دیگر عدم هماهنگی وجود زیرساخت کنترلی مناسب در میان همکاران داخلی می باشد که متاسفانه به ایجاد اختلال در فعالیت های رقبا از طریق رقابت نامعقول قیمتی منجر می شود. در نهایت فعالیت برند ایرانی با مشکل مواجه شده و رقیب مورد نظر نیز نمی تواند در بازار فوق فعالیت نماید.

در این زمینه لازم است نهادهای دولتی با سیاستگذاری صحیح و قانونمند نمود فعالیت ها اینگونه موارد را کنترل نمایند و وجود دیدگاه جامع و ملی در این حوزه می تواند مسمر ثمر تر باشد.

چه پیشنهاداتی برای تحقق شعار سال دارید و اصولا موانع تولید را در چه می بینید؟

طی سالهای گذشته که شعارها مباحث حمایتی رامطرح می نمود. مووعات به صورت نظری بررسی می گردید، اما به تعریف سیاستهای اجرایی منجر نمی گردید. به نظر می رسد اگر دولتها بتوانند در جهت رفع موانع تولید گام بردارند می تواند به بهبود وضعیت کمک شایانی نماید.

رابطه تولیدکنندگان با فروشگاههای زنجیره ای را چگونه ارزیابی می فرمائید؟

در خصوص فعالیت فروشگاههای زنجیره ای لازم است دیدگاه کلی نگری وجود داشته باشد که علاوه بر منافع مصرف کنندگان، منافع تولید کنندگان نیز مد نظر قرار گیرد، متاسفانه در حاضر نحوه فعالیت به گونه ای است که فشار قابل توجهی متوجه تولید کننده می باشد وکه این موضوع در بلندمدت بحران ساز خواهد بود. به نظر می رسد وجود نگاه تخصصی در حوزه فروشگاه های زنجییره ای و عدم دخالت فروشگاهها در حوزه تولید می تواند آینده صنعت را به سمت توسعه بیشتر هدایت نماید.

با توجه به وجود غذاهای اصیل ایرانی مثل آش رشته که با مواد اولیه تمام ایرانی تهیه می شود، چرا غذاهای ایرانی را در سفره های خارجی نمی بینیم؟ چه پیشنهاد و راهکاری برای جهانی شدن و انتقال فرهنگ و غذاهای کشورمان به سایر کشورها دارید؟ همانگونه که غذاهای فرنگی اکنون سر سفره ی ایرانی ها به وضوح جای خود را باز کرده اند.

یکی از راهکارها در این حوزه می تواند سرمایه گذاری در خصوص تاسیس رستورانهای ایرانی در سایر کشورها و ایجاد بستر مناسب برای آنها جهت شناسایی ذائقه و غذاهای ایرانی باشد. شاید سازمانی مثل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری بتواند چنین موضوعی را در برنامه خود داشته باشد و گردشگران خارجی را با غذاهایی مثل آش رشته، کال جوش و.. بیشتر آشنا کند . باید روی این مسئله فکر و سرمایه گذاری شود.

شرکت سمیه تا چه میزان در نمایشگاههای داخلی و خارجی مشارکت دارد؟

گروه سمیه معتقد است شرکت در نمایشگاه ها زمانی می تواند مفید و اثرگذار باشد که حرف جدید و محصول متمایزی جهت عرضه به بازار وجود داشته باشد.

کمی در خصوص برند و محصول جدید کشکام برای خوانندگانمان بفرمائید

کشکام محصول جدید سمیه است که در شرکت سمیه و با تکیه بر تخصص و مهارت همکاران سمیه مقرر شده است. این محصول یک تنقلات سالم بر پایه کشک است که می تواند جایگزین مناسبی برای تنقلات ناسالم موجود در بازار باشد. همانطور که می دانید کشک دارای خواص بسیاری از جمله جذب کلسیم بالا، پروتئین قابل توجه و چربی کنترل شده است.

عرضه محصول کشکام به بازار با هدف عرضه یک میان وعده سالم و مفید برای خانواده ها و جوانان صورت گرفته است و امیدواریم از این

طریق به سلامت جامعه و ایجاد حس خوشایند نسبت به مصرف کشک در میان کودکان کمک شایانی نماییم.

الگوی جنابعالی در زندگی شخصی و صنعت چه کسی است؟

سئوال سختی است، بنده احترام زیادی برای پدرم و اکثر اشخاص دیگر قائل هستم ، ولی اعتقاد دارم فرد باید خودش باشد و سعی کردن به اینکه مشابه کسی باشید، از موفقیت ها جلوگیری کند ولی همیشه از پدرم و سایر بزرگان حاضر در صنعت غذا درس می‌گیرم .

لطفا در خصوص هر کلمه یک کلمه که به ذهنتان می رسد را بفرمائید

سمیه : کیفیت

شاهرخ ظهیری: ریشه

فوتبال: هیجان

سینما: تفریح

کشک: کلسیم

مرتضی سلطانی: اسطوره

کرونا: میهمان ناخوانده

و □□□ □□□□□□ □

ممنون از اینکه وقت می گذارید و از صنعت غذا حمایت می کنید، واقعا نقش رسانه ها در فعالیت اقتصادی تاثیر گذار است و به نوبه ی خودم از تلاش و کوشش شما و همکارانتان تشکر می کنم.



ویدئو/ کلیپ تبریک سال ۱۴۰۰ کارآفرینان صنایع غذایی



تنی چند از کارآفرینان کشور در کلیپی سال نو را به جامعه صنایع غذایی تبریک گفتند

مشاده ویدئو :

برای مشاهده ویدئو را پلی کنید

رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی سمیه در گفتگو با اگروفودنیوز مطرح کرد: فرآورده های غذایی سمیه، در مسیر خلاقیت و توسعه



رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی سمیه از تولید و عرضه کشک خشک تنقلاتی با برند کشکام بعنوانی کالایی منحصر به فرد خبر داد

محمد عبدالهی در پاسخ به سئوال خبرنگار پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز) در خصوص نقش پژوهش و نوآوری در موفقیت و تولید محصولات با کیفیت یک شرکت گفت: آنچه در این زمینه باید مورد توجه قرار بگیرد این است که ما در شرکت صنایع غذایی سمیه به این مقوله به عنوان سرمایه گذاری بلند مدت نگاه می کنیم و محصول آنرا

دارایی نامشهود خود می دانیم .
رئیس هیئت مدیره شرکت **صنایع غذایی سمیه** افزود : امروز باور مجموعه ما به مبحث تحقیق و توسعه بیشتر از گذشته است و از توان علمی نیروهای توانمندی بهره می برد، حتما وقتی بخواهیم محصول جدیدی را تولید کنیم و یا محصولات قبلی خود را بازنگری و ارتقا دهیم از مسیر علمی و پژوهشی عبور می کنیم تا کالایی که از بستر شرکت سمیه تولید می شود دارای شناسنامه و منحصر به این شرکت باشد .



این فعال صنعت غذای کشور ادامه داد : به طور مثال مصرف کننده می تواند تمایز کیفی و بسته بندی را در محصول ماتینا که متعلق به **شرکت سمیه** است کاملا درک کند . چرا که این نوشیدنی کم نظیر به هیچ وجه با رقبای خارجی و داخلی آن تشابهی از جنس طعم ، ارزش محتوی و یا بسته بندی آن ندارد . باور به تقلید ما را از خلق، که یکی از صفات الهی به شمار می رود، دور می کند. اگر مبنای کار ما بر خلق است مسیر آن از تفکر عمیق و استفاده از علم و پژوهش است.

عبدالهی افزود: اخیرا شرکت سمیه با بیش از سه سال تحقیق و آزمایش محصول **کشک خشک تنقلاتی** را وارد بازار نموده است که اگر مسیری غیر از بحث پژوهش را پیش می گرفتیم قطعا محصولی خلق نمی شد و نهایتا کپی از سایرین کرده بودیم .

وی در پایان گفت :خلاصه موضوع اینکه دیدگاه اینجانب و مجموعه **فرآورده های غذایی سمیه** بر این است که کالای ما در زمان عرضه در مقایسه با کالایی که در بازار حضور دارد ،یا باید جدیدیتر باشد و یا بهتر و هر دو این خواسته ها از مسیر علمی و پژوهشی میسر است .
در نهایت ما برای مطرح شدن در سطح جهانی و رقابت در این سطح استراتژی خوبی را برگزیده ایم و در آینده شاهد محصولات متمایز بیشتری از این مجموعه خواهیم بود .