گفتگوی اگروفودنیوز با مهندس اسماعیل نصیری نژاد، مدیرعامل شرکت پیمانه ۲۸۰ + ویدیو



برند پیمانه ۲۸۰ از برندهای نوظهور صنعت غذای کشور است که با کیفیت مثال زدنی خود خیلی سریع جای خود را در بازار بدست آورده است. از همین رو مصاحبه ای با مهندس پیمان نصیری نژاد مدیرعامل گروه صنعتی سیمین تولیدکننده محصولات پیمانه ۲۸۰ صورت داده ایم که توجه مخاطبان عزیز را به آن جلب می‌کنیم :

لطفا با توجه به اینکه به تازگی به عرصه تولید در صنایع غذایی ورود کردید، یک معرفی از شرکت پیمانه ۲۸۰ بفرمائید:

در حال حاضر گروه صنعتی سیمین با برند پیمانه ۲۸۰ با ۸۰ کالا در بازار حضور دارد. با توجه به اینکه در صنعت بسته بندی فعالیت داریم، بیشتر تمرکز ما بر روی محصولات Dry Food یا همان محصولات خشک مانند ادویه و حبوبات می‌باشد و در موارد این چنینی به صورت تخصصی فعالیت می‌کنیم. این فرآیند تا به امروز در ایران و حتی در جاهای دیگر دنیا به صورت امواج مایکروویو که بحث عملیات استرلیزاسیون خودش را هم دارد محقق نشده است. طرح ما به صورت طرح دانش بنیان ثبت شده است و به واسطه ی اینکه به تازگی درخواستش را ارسال کرده‌ایم همچنان در حال اخذ مجوزهای مرتبط هستیم. در حال

حاضر محصولات پیمانه ۲۸۰ بدون استفاده از مواد افزودنی مثل نیترات و نگه دارنده‌ها تولید می‌شوند و فقط در اصل عملیات استرلیزاسیون امواج مایکروویو صورت می‌گیرد. حسنی که این اتفاق دارد این است که خشک بودن آن محصول کاملا حفظ می‌شود و در این فرآیند بخار آب و دمای بالا توسط آب را ندارد چونکه دلیل اصلی بر خشک بودن محصول استوار است و اینکه خواسته‌مان محقق می‌شود.

سبد کالایی شرکتتان شامل چه محصولاتی است ؟

در حال حاضر ۷۸ محصول به صورت بارکد در فروشگاه‌های زنجیره‌ای ارائه کرده‌ایم ولی محصولاتی که داخل کارخانه‌مان تولید می‌کنیم انواع ادویه‌های تخصصی و عمومی، حبوبات و انواع نبات است. ولی دیگر محصولاتی که داریم به صورت پرایوت لیبل در اصل به صورت تولید بدون کارخانه می‌باشد و سفارشمان با آنالیز خودمان را به کارخانه دیگری می‌دهیم تا با فرآیند و فرمولاسیونی که ما از آنها می‌خواهیم را با برندمان تولید کنند و تحویلمان دهند.

در بحث فروشگاه‌های زنجیره‌ای، بسیاری از تولیدکننده‌هایمان چالشهایی در زمینه همکاری با این فروشگاه‌ها دارند. تعاملات شما با این فروشگاه ها به چه صورتی است؟

اگر صادقانه بخواهم خدمتتان عرض کنم وقتی شما برندی را تازه وارد بازار می‌کنید باید حمایت‌هایی از این برند صورت بگیرد چه در بحث رقبایی که در بازار حضور دارند و چه در بحث مصرف کننده و چه در بحث افرادی که صاحب اصلی این کار هستند که در اصل توزیع این محصولات را به صورت تکفروشی انجام می‌دهند. این فرآیند، فرآیند درست و سالمی نیست و با شرایط سختی ورود می‌کنند. یعنی اگر برندتان تازه باشد و شرایط اقتصادی معینی نداشته باشید قطعا ورود به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و حتی سوپرمارکت‌های محلی هم امکان پذیر نیست. به این صورت که اگر آن سوپرمارکت گرید A باشد شما باید ورودیه‌ای پرداخت کنید که محصولتان را وارد سوپرمارکتشان بکنید و حتی محصولتان را به صورت امانی بگذارید آنجا و وجهی دریافت نکنید. در مواقعی هم برای جای عرضه محصول شما از شما ماهیانه اجاره دریافت می‌شود. به غیر از اینکه شما محصولتان را تولید و واگذار کردید و یک درصد قابل توجهی مارژین برایشان در نظر گرفتید، همه ی این موارد به کنار و هیچ وجهی هم دریافت نمی‌کنید، حتی باید وجهی هم پرداخت کنید تا محصولتان جای خوبی قرار بگیرد. روی قفسه تا بتوانید محصولتان را در دید مشتری قرار داده و در

نهایت به فروش برسانید. تا موقعی که برند نشدید این اتفاقات متاسفانه رخ می‌دهد و اگر بخواهم با شما راحت صحبت کنم این قسمت کار بسیار برای تولید کننده خطرناک است و شرایط را خیلی آسیب پذیر می‌کند. چون قطعا تولید کننده‌ای که تازه شروع به کار کرده است هم سرعتش بالاست و هم تجربه اش کم است طبیعی است که وقتی در شرایط این چنینی قرار می‌گیرد و باید هزینه‌های بیشتری را در کل محتمل شود از نظر بنده اصلا شرایط خوبی نیست.



یکسال از آغاز به کار کابینه ی دولت سیزدهم گذشته است. حمایت‌ها و شعارهایی از نظر دولت و خود رئیس جمهور عنوان شده بود. آیا با گذشت یکسال این حمایت‌ها شامل تولید کنندگان شده است؟ دیدگاه و ارزیابی جنابعالی در خصوص تحقق شعارهای دولت به منظور حمایت از تولید را بیان بفرمایید؟

خیلی شفاف خدمتتان عرض کنم که در خصوص بحث حمایت از صنایع و تولید حداقل در رابطه با بحث خودمان که حدود دو سال و نیم است که وارد این بازار شده‌ایم حقیقتا هیچ حمایتی از سوی دولت در رابطه با صنایع صورت نگرفته است و فقط در قالب صحبت بوده و عملیاتی نشده است. نه در امور بانکی حمایتی از شما می‌شود، نه در امور

اداری حمایتی از شما می‌شود. به هر حال وقتی که شرایط کشور به این شکل است و همه راه ها بسته است پر واضح است که برای اینکه چرخ اقتصادی کشور بچرخد باید صنایع داخلی حمایت شوند و باید حمایت واقعی باشد چه از طرف دولتمردانمان چه از طرف مصرف کننده‌ها. در مورد توزیع که در سوال پیش خدمتتان عرض کردم که سوپرمارکت‌ها و دلال‌هایی که در بازار هستند، اختلال بدی ایجاد می‌کنند. ولی در خصوص موضوعی که فرمودید در بحث اداری، وقتی یک مجوز ساده‌ای را می‌خواهید در رابطه با صنایع بگیرید حداقل ۹ الی ۱۰ ماه دوندگی دارد. یک بارکد ساده که می‌خواهید بگیرید و تأییدیه‌هایی که از وزارت بهداشت و سیب سبز می‌خواهید بگیرید ۶ ماه محصولتان قرنطینه می‌شود و به غیر از این موارد، در فرآیند بروکراسی اداری برای دریافت مجوز، در مجموع حداقل ۱ سال و نیم باید وقت صرف کنید. ولی در همه جای دنیا وقتی شما قصد تولید محصولی را دارید حمایت از شما از لحاظ زمانبندی طوری است که شما حتی شاید نتوانید طرحتان را به آن موافقت‌های اصولی که به شما داده اند به وزارت صنعت برسانید ولی در اینجا این اتفاق نمی‌افتد. من خیلی از همکاران عزیزم را می‌شناسم که در این چرخه وارد شدند و به واسطه‌ی طولانی شدن این فرآیند کلا کارشان را رها کردند و پیگیری نکردند و یک برند و کارخانه‌ی شکست خورده دارند و به دنبال فروشش هستند. همین الان می‌توانید جستجو کنید حدود ۴۰ الی ۵۰ درصد کارخانه‌هایی که امریه هم دارند و حتی تجهیزات هم دارند کار نمی‌کنند و تعطیل هستند.

یکی دیگر از چالشهایی که تولید کنندگان دارند بحث درج قیمت تولید کننده بر روی کالا است. شما چطور توانستید با این چالش دست و پنجه نرم کنید؟

متاسفانه یا خوشبختانه، سوال‌هایی که شما مطرح می‌کنید کاملا زیرساختی و کلیدی هستند و من به واسطه‌ی اینکه باید حقیقت را خدمتتان عرض کنم ممکن است که این عرایض بنده در آینده موجب چالش خیلی از دوستان و عزیزانی که دست اندرکار هستند بشود. به نظر من یک تصمیم ناآگاهانه را بدون هیچ تجربه و زیرساختی دیکته و به صورت فرمایشی به تولید کننده اعلام کردند. غافل از اینکه در همان بحث اولمان در مورد توزیع کننده یا همان سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای در موقعیتی قرار گرفته‌اند که حق انتخاب دارند و خیلی راحت می‌توانند اعلام کنند که محصول شما را دریافت نمی‌کنیم. به دلیل اینکه مارژین سودی که شما برای من در نظر

گرفته‌اید رقم مناسبی نیست و این را نمی‌پذیریم. یک مثال ریاضیش را هم در انتها عرض می‌کنم که موضوع برایتان مبرهن شود. ببینید در حال حاضر ما یک قیمت تولید کننده داریم که باید با افزایش رقمی که همان سود محاسبه ای است از پایین توسط فرمول PTP محاسبه شود و روی کالا درج شود قیمت مصرف کننده ولی این اتفاق به این صورت می افتد که ما قیمت مصرف کننده را درج می کنیم قیمت تولید کننده را هم درج می کنیم. آن سوپرمارکت یا فروشگاه به ما به صورت فرمایشی و دستوری اعلام می کند که درصد سود ما ۳۵ درصد است. ۳۵ الی ۴۰ درصد سودی است که دارند از تولید کننده می گیرند ولی شما قیمت تولیدی که درج کرده اید به هر حال بالاتر است. این دوستان می آیند در قالب تبلیغات در محیط آنجا و موارد دیگر این چنینی،مثل چک های جداگانه، بابت ورودی جداگانه دریافت می کنند و در انتها باز تولید کننده در رابطه با درج قیمت تولید کننده و مصرف کننده متضرر می شود و خودش پرداخت می کند و نه مصرف کننده پرداخت می کند و نه واسطه! برای شفاف شدن موضوع به این مثال توجه کنید: فرض کنید شما یک خودکاری را به یک فروشگاه به قیمت ۱۰ هزار تومان می فروشید و فروشگاه می گوید من ۴۰ درصد سود می خواهم و این در قالب کمیسیونی است که باید دریافت کند پس باید خودکار را به قیمت ۱۴ هزار تومان بفروشید که همان قیمت تولید کننده محسوب می شود. هنگام محاسبه ۴۰ درصد نرخ کمیسیون را از مبلغ ۱۴ هزار تومان محاسبه می کنند نه از مبلغ ۱۰ هزار تومان که نرخ واقعی فروش شما به فروشگاه است و در نهایت شما خودکار را در حقیقت به قیمت ۸ هزار و ۴۰۰ تومان می فروشید نه ۱۰ هزار تومان! و این مصداق چیزی است که بدانید چه اتفاقاتی در این بین می افتد.

نگاهتان به صادرات چطور است و آیا برنامه ای برای حضور در بازارهای جهانی دارید؟

با افتخار شرکت یه فکر این کار است و یکی از اهداف اصلیمان بحث صادرات خواهد بود و هیچ تردیدی در این قضیه نیست و باید این موضوع را هم بدانیم که حدود ۶۰ درصد از محصول های ما که در حال حاضر تولید می کنیم جزو محصولات استراتژیک محسوب می شوند و دولت این ها را به صورت دوره ای اعلام می کنند و اجازه ی صادراتشان را می دهند. با این شرح ۶۰ درصد از تولیداتمان اجازه صادرات ندارند. ولی برای هر تولید کننده ای صادرات قطعا بهتر است چون تقاضا خیلی بیشتر است و کشورهایی که در اطراف ما هستند شرایط اقلیمی و کشاورزی کشورمان را ندارند و اگر حمایت های لازم صورت بگیرد و ارز

حاصل از فروش ما وارد کشور شود این کار شدنی است و باعث شکوفایی است.

نگاه حضرت عالی به بحث R&D یا همان بحث تحقیق و توسعه با توجه به این که یک شرکت دانش بنیان هستید چگونه است و آیا تعاملی با دانشگاه ها و همکاری و تفاهم نامه ای با جوامع علمی دارید؟

باید این موضوع را بدون مبالغه بیان کنیم که کشور ما بزرگترین تولید کننده نوابغ در دنیا است ولی از طرفی صنعت ما به نقطه ای رسیده که نیاز به واردات تکنولوژی داریم با توجه به شرایط کنونی حقوق و مزایا در کشور که یک نرخ جهانی است که با دلار محاسبه می شود و در ایران خیلی رقم پایینی است امیدارم اگر مسئله برجام به سرانجام برسد و شرکتهای خارجی فرصت ورود به ایران را پیدا کنند این می تواند فرصت مناسبی برای کشورمان باشد برای توسعه هر چه بیشتر و پیشرفت بیشتر در حوزه صنعت و تولید و چشم انداز من در مورد صنعت ایران خیلی خوش بینانه است و حتی می توان گفت تا ۵ سال آینده ایران جزو کشورهای قابل بحث صنعتی جهان قرار بگیرد.

چه سیاستی را می توانیم اتخاذ کنیم که اعتماد مصرف کننده را جلب کنید و همچنان محبوب مصرف کننده ها باقی بمانیم؟

طبیعی است که اولین چیزی که برای مصرف کننده مهم است کیفیت محصول است. وقتی کیفیت حفظ شود و مهمتر از آن در حوزه صنعت غذا وقتی امنیت بهداشتی محصول حفظ شود از هر لحاظ، مصرف کننده از محصول تولیدی استقبال می کند. بحث بعدی بحث قیمت مصرف کننده است که این روزها خوشبختانه به واسطه ی اینترنت و فضای مجازی دسترسی به کل اطلاعات کمتر از چند ثانیه اتفاق می افتد، چه در رابطه با نرخ، چه در رابطه با نوع محصول و چه در رابطه با کیفیت محصول. به باور بنده مصرف کننده ها خیلی باهوش هستند و اگر شما این ۳ پارامتر اصلی را مورد توجه قرار دهید در تولید و همچنین فروش محصول می تواند جزو تولیدات موفق باشد و وفاداری مصرف کننده به محصول ادامه دار باشد.

نقش تشکل های تخصصی را در رابطه با حمایت و کمک به شرکت های خصوصی را در چه چیزی می بینید؟

ببینید آنقدر تشکل های خصوصی شکل گرفته است و این عزیزان اشخاص بزرگ و با تجربه ای هستند و همکاران خوب بنده هستند در این حوزه ولی هیچکدام به صورت منسجم فعالیتشان را پیش نبردند و هیچ اتحادی

بین این تشکل ها وجود ندارد. در رابطه با گیاهان دارویی، زعفران به صورت جداگانه، گیاهان خشک و … تشکل های زیادی وجود دارد که نیازی به این همه تعداد نیست و خیلی بهتر است که تعداد این تشکل ها به تک رقم برسد و حتی به صورت تخصصی عمل کنند و اتحاد بین این تشکل ها بیشتر شود و کارآمدتر عمل کنند.



هر از چندگاهی با انتشار ویدیوهایی در فضای مجازی هجمه هایی به صنعت غذا وارد می شود که شاهدش هستیم ، نقش رسانه های تخصصی را در آگاهی رساندن حقایق به جامعه چگونه ارزیابی می کنید ؟

رسانه های تخصصی چه از طرف تولید کننده و چه از طرف دولت باید حمایت شوند . توجه کنید که ما در فضای تبلیغاتی داریم که قائم به فرد است ولی قدرت زیادی دارد و خیلی اثرگذار می تواند باشد چه به لحاظ مطرح کردن یک برند و چه به لحاظ آسیب رساندن به یک برند.علتش چه می تواند باشد؟ ببینید از نظر بنده فضای مجازی وسعت زیادی دارد ولی عمقی کمتر از یک بند انگشت دارد و به دلیل عدم دسترسی، نمی توانیم در مورد این تبلیغات راستی آزمایی کنیم که آیا این توضیحات و تبلیغ چه درست چه غلط واقعی است یا غیر واقعی. در مورد این راستی آزمایی تنها کاری که می توان کرد حمایت از رسانه های تخصصی است. اگر در حوزه ی صنعت غذا رسانه های تخصصی معرفی شده و به نام و در دسترس عموم موجود باشند ضمن اینکه نظارت

درست و اصولی روی این رسانه ها باشد و آن راستی آزمایی روی محتوای آن ها صورت گرفته باشد و بعد اطلاع رسانی ها صورت بگیرد. همه صنایع به خصوص صنایع غذایی چون از ابتدای فرآیند تولید تا مصرف بازه زمانی کوتاهی محصولاتش دارند بیشتر آسیب پذیر هستند. وقتی با یک تبلیغ منفی که به فرض از روی دشمنی باشد به این صنعت آسیب وارد شود ، میزان بهره وری کاهش می یابد و افرادی که به طور مستقیم در یک مجموعه ای با این صنعت ارتباط دارند حدود ۳۰۰ نفر هستند و افرادی که به طور غیر مستقیم در ارتباط هستند رقمی بیش از ۸۰۰ الی ۹۰۰ نفر هستند ،این آسیب در نهایت به خود مردم وارد می شود و این قضیه واقعا منصفانه نیست. هم تولید کننده، هم مصرف کننده، هم خود دولت باید در هر حوزه ای آن رسانه ی تخصصی را تقویت کنند و توسعه دهند تا آن رسانه بتواند با راستی آزمایی واقعی ای که انجام می دهد و بدون نیاز به منافع اقتصادی بتواند یک خبر واقعی و درست را به مصرف کننده منتقل کند و باعث بهره وری یک مجموعه شود.

خیلی ممنون از وقتی که در اختیار ما قرار دادید، اگر صحبت پایانی با خوانندگان ما دارید بفرمایید

با افتخار در خدمت شما بودم. خیلی ممنون از شما و همکاران محترمتان که وقت گذاشتید. امیدوارم واقعا در همه ی حوزه ها چه بحث اقتصادی، صنعتی و اجتماعی همدیگر را بیشتر دوست داشته باشیم و کمتر دنبال آسیب زدن به هم باشیم.

برای مشاهده ویدیوی این مصاحبه روی فیلم زیر کلیک کنید

برای مشاهده ویدیوهای صنایع غذایی در پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی به بخش □□□ □□□□□ □□ مراجعه کنید.