

# 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 گوجه فرنگی، انواع مربا، شربت سکنجبین، کنسرو خوراکیها، 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 فرآورده 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 آيسان تو ضیح دهید و آیا این شرکت منحصرآ کالاهای گروه سمیه را توزیع می کند و یا با سایر شرکت های تولیدی نیز همکاری دارد؟**

از سال ۱۳۸۹ پخش آيسان 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 محصولات را شامل می شود؟

برند ندا، از جمله برندهای زیر مجموعه سمیه می باشد که در حوزه تولید محصولات با ارجام 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 آرمیوه 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 آرمیوه و نوشیدنی تاثیر منفی داشته است

## محصولات شرکت سمیه به چه کشورهایی صادر می شود؟

محصولات سمیه به کشورهای مختلف صادر می شود از 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 متأسفانه به ایجاد اختلال در فعالیت های رقبای 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 پیشنهادهایی برای تحقق شعار سال دارید و اصولاً موانع تولید را در چه می بینید؟

طی سالهای گذشته که شعارها مباحث حمایتی را مطرح 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، متأسفانه در حاضر نحوه فعالیت به گونه ای است که فشار قابل توجهی متوجه تولید کننده می باشد و که این موضوع در بلندمدت بحران ساز خواهد بود. به نظر می رسد وجود نگاه تخصصی در حوزه فروشگاه های زنجیره 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 جناب عالی در زندگی شخصی و صنعت چه کسی است؟

سؤال 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 ۱۱۱۱۱۱۱۱ ۱۱۱۱

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.

