

گفتگوی اگرو فود نیوز با محمد سعید فیصل، ریاست هیئت مدیره گروه شرکت های صنایع غذایی شاهسوند



محمد سعید فیصل، ریاست هیئت مدیره گروه شرکت های صنایع غذایی
شاهسوند، کارآفرینی نمونه ، صنعتگری پرتلاش

در اواخر دهه چهل شمسی و شصت میلادی پای به این جهان نهاد. کودکی او سرشار از تحرک و بازیگوشی و اشتیاق وافر به کارهای دستی و هنری بود. همانند تمامی کودکان ایرانی دیگر به مدرسه رفت و تحصیل کرد اما بزرگترین معلمان و استادان او کسانی بودند که شاید سواد چندانی نداشتند اما در تجارت و بیش از هر چیز در زندگی شخصی شان چیزهای زیادی برای آموختن به یک نوجوان مشتاق داشتند. ارزشهایی چون شرافت، درستی و صداقت در تجارت، پایبندی به دوستی و رفاقت و بیش از هر چیز حمایت از خانواده و احترام به پدر و مادر. اینها درس هایی بودند که او از این استادان گرفت. نوجوانی و جوانی اش با انقلاب و جنگ توأم بود. همانند تمامی هم نسل های خود گزینه زیادی برای انتخاب نداشت پس از آنجائیکه ذاتا انسانی واقع گرا و

پراگماتیست است ترجیح داد تا کسب و کار خانوادگی را دنبال نماید. از مغازه کوچک پدر در مرکز تجاری آن زمان مشهد "پایین خیابان" شروع کرد. اشتیاق و قریحه ذاتی او در تجارت بویژه چای اندک اندک او را با بزرگترین تاجران این حرفه در ایران آشنا کرد.

شرکت شاهسوند از چه تاریخی تاسیس شده و اکنون سبد کالایی آن شامل چه محصولاتی است؟

شرکت شاهسوند در سال ۱۳۷۴ در اوج سال های سازندگی پس از جنگ با پشتمانه ۵۰ سال تجربه ۴ نسل خانوادگی خود در زمینه چای و دیگر مواد غذایی پای به عرصه صنعت گذاشت. این شرکت با برند شاهسوند به طور رسمی فعالیت خود را با بسته بندی چای خارجه وزنی و کیسه ای آغاز نمود و با اخذ پروانه تشویقی برای اولین بار در ایران بعنوان مبتکر نوآوریهای همچون بسته بندی چای CTC محصول شرق آفریقا (کنیا) از همان ابتدای فعالیت، موفق به جلب اعتماد مصرف کنندگان خود گردید و با بسته بندی چای CTC رویکرد مصرف کننده ایرانی را از مصرف محصولات فله و فاقد استانداردهای لازم به سمت محصولات بسته بندی استاندارد شده سوق داد .

در سال ۱۳۸۳ با ساخت یکی از بزرگترین و مجهزترین کارخانه جات در صنعت چای در مساحتی به وسعت ۱۲۰۰۰ متر مربع در شهر مقدس مشهد با استفاده از مدرن ترین ماشین آلات تمام اتوماتیک و دانش فنی نوین با کادری متخصص در بخش تولید فعالیت خود را ادامه داد و با افزودن اقلامی همچون پسته شور، برنج ممتاز ایرانی ، زعفران سرگل، حبوبات آماده طبخ، تی بگ زعفرانی، نوشیدنی زعفرانی و چای سبز جاسمین، ادویه و ... با نام تجاری شاهسوند به سبد محصولات استاندارد خود توانسته است سهم بسزایی در سفره خانوارهای ایرانی ایجاد نماید.

استمرار کیفیت و نوآوری شاهسوند را برگزیده اداره کل استاندارد طی سال های ۸۴ و ۹۰ و برگزیده وزارت بهداشت و درمان طی سال های ۸۴ ، ۸۷ ، ۸۸ ، ۸۹ و ۹۱ و برند برتر ملی در سال ۹۰ گرداند و کسب سهم موثر بازارهای داخلی منجر شد که طی ۵ سال ظرفیت تولید خود را همراه با افزایش تعداد خطوط تولید به میزان قابل توجهی ارتقا دهد .

شاهسوند در ادامه مأموریت خود که همانا تولید محصول غذایی سالم و

در دسترس بودن آن برای همه به لحاظ قیمت مناسب و تنوع است با افزودن کارخانه کمپوت و کنسرو شاهسوند سیمین خطوط تولید را توسعه بخشید و توانست خواسته مشتریان را پاسخگو باشد و با تأسیس شرکت پخش سراسری فراز گام موثر دیگری را در جهت تسریع و افزایش دسترسی به موقع مصرف کنندگان به محصولات را ایجاد نماید. اکنون شاهسوند با دارا بودن ۲۱ گروه کالایی و بیش از ۴۰۰ قلم محصول به عنوان یک همراه همیشگی مصرف کنندگان ایرانی قلمداد می گردد.

شاهسوند در صنعت چای و سایر مواد غذایی کشور به یک برند شناخته شده تبدیل شده است، برنامه های جنابعالی به عنوان مدیریت برای حفظ محبوبیت و گسترش آن در سراسر کشور چیست؟

اولین گام حفظ و توسعه شاخص کیفیت محصولات است، در این خصوص واحد تحقیق و توسعه، واحد کنترل کیفی و واحد تحقیقات بازاریابی شاهسوند به صورت مستقل اما با نگاهی همگرا تمام توان و تلاش خود را در جهت همترازی شاخص کیفیت محصولات با سطح کیفیت ادراکی مصرف کنندگان و مشتریان می نمایند. به زبانی دیگر در مجموعه شاهسوند برای کیفیت سقفی تعیین نشده است؛ بلکه رضایت مصرف کنندگان برای ما شاخص تعیین کننده می باشد. و اصل بهبود مستمر را در همه جوانب سرلوحه امور خویش قرار می دهیم. دریافت لوح و تندیس حامی حقوق مصرف کنندگان نیز نشان از این است که شاهسوند توانسته مأموریت خود را به شایستگی به انجام رساند. همچنین انتخاب شاهسوند به عنوان برند محبوب مصرف کنندگان در سال ۹۴ خود گواه این مدعاست.

دومین گام ایجاد تنوع در سبد محصولات مان است، این امر جهت ارج نهادن به نیازها و خواسته های جدید مشتریانمان بوده و با ارائه محصولات جدید در پی پاسخ به آن می باشیم.

آیا مجموعه شاهسوند به عنوان یک شرکت معتبر و معظم مواد غذایی فعالیت خاصی در زمینه فرهنگ سازی مصرف مواد غذایی نیز داشته است؟

بله دقیقاً ، یکی از اصول و اهداف اساسی در شاهسوند فرهنگ سازی و اصلاح فرهنگ مصرف در حوزه مواد غذایی می باشد در این راستا می توانم اذعان کنم که انتخاب و گزینش آگاهانه مصرف کننده نیک اندیش ایرانی ما را بر آن داشت فروشگاه های زنجیره ای تی شاپ را در

کشور راه اندازی کنیم و فضایی برای انتخاب هوشمندانه انواع چای، قهوه و دمنوش گیاهی را فراهم آوریم و با ارائه مشاوره و آموزش های لازم فرآیند انتخاب را از حوزه عادت خارج نموده و به رفتار آگاهانه و معنا دار تبدیل کنیم. فروشگاه های تی شاپ شاهشوند محل آموزش و مشاوره در امر سلامتی است و امیدواریم گامی هر چند کوچک در جهت توسعه فرهنگ مصرف داشته باشیم و یا معرفی محصول خاص و جدید چای کودک که با انجام حداقل دو سال تحقیق و پژوهش حاصل گشته است در راستای همین اصل می باشد.

شاهشوند به چه نقاطی از جهان صادرات دارد؟

شاهشوند با کلان نگری در بخش توسعه کارآفرینی و اقتصاد بدون نفت و افزایش صادرات اقدام به تاسیس شرکت شاهشوند بین الملل پایدار در منطقه ویژه اقتصادی سرخس نموده تا همسو با فرمایشات مقام معظم رهبری مبنی بر " اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی " محصول ایرانی را به بازارهای دنیا معرفی نماید. دریافت آرم حلال، حضور در نمایشگاه های متعدد خارجی موید عزم مصمم شاهشوند برای حضور در بازارهای جهانی است و کسب عنوان صادرکننده نمونه استان طی سال های ۸۵، ۸۷، ۸۸ از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت نشان از حرکت درست شاهشوند در دستیابی به اهدافش دارد. اکنون می توان حضور شاهشوند را در پنج قاره مشاهده نمود، و به صورت خاص و متمرکز هند، کشورهای حوزه CIS و کشورهای حوزه خلیج فارس و ... را نام برد.

بعد از رفع تحریم ها ناشی از برجام و باز شدن بازارهای کشور و استقبال سایر کشورها، این موضوع چه تاثیری در تولید، صادرات یا حتی واردات محصولات غذایی دارد و این رویداد را چگونه ارزیابی می کنید؟

با رفع تحریم ها قاعدتاً زمینه ورود بسیاری از محصولات و شرکت های تولیدی جهانی در زمینه مواد غذایی به کشور ساده تر می گردد در نگاه اول این قضیه برای خیلی ها ممکن است به عنوان تهدید باشد اما من می گویم این فرصت است و بسترساز خوبی است برای انجام یک

رقابت سالم و افزایش سطح کیفیت و مطلوبیت محصولات. از طرفی دیگر ما در برنامه های توسعه استراتژیک خود به این موضوع کاملاً توجه نموده و حتی پیش زمینه های همکاری در قالب مشارکت، فرانچایز، لایسنس و همکاری مشترک با چند شرکت نیز مدنظر می باشد.

چند درصد از چای مصرفی در خانوار ایرانی از چای تولید کشور است؟

تقریباً ۱۰ درصد چرا که ظرفیت تولید ایران بین ۱۰ الی ۱۵ هزار تن می باشد و سرانه مصرف ۱۰۰ الی ۱۲۰ هزار تن و متأسفانه بخاطر عدم کیفیت و چای ایرانی که به دلیل عدم التزام تولیدکنندگان و کشاورزان به فاکتورهای بین المللی می باشد. این محصول مورد پسند ذائقه ایرانی نمی باشد که حدود ۵۰ درصد از این تولید صادر می شود.

امروزه دنیای مجازی از جمله سایتها، شبکه های اجتماعی و ... نقش عمده ای برای شناسایی محصولات به مردم شده اند. شرکت شاهشوند در این زمینه چه برنامه هایی دارد؟

سوال بجا و بسیار درستی است، ارتباطات و علم ارتباط همواره در هر زمان و عصری دستخوش تغییرات می شود از طرفی دیگر مجموعه های تولیدی نیز با توجه به لزوم ارتباط مستقیم و مستمر با مشتریان و مصرف کنندگان خود بایستی با این تغییرات حرکت نمایند. در این راستا مجموعه شاهشوند علی رغم شیوه های ارتباطی قبلی خود بواسطه تلفن، ایمیل، ارتباط حضوری از طریق شعب اکنون با ایجاد صفحه و پیج در شبکه های اجتماعی همچون ایسنتاگرام، تلگرام و ... ضمن ارتباط مستقیم با مصرف کنندگان به انتشار مطالب آموزشی و اطلاعات عمومی می پردازد.

به عنوان یک کارآفرین که آرزوی پیشرفت کشور با تولید محصولات با کیفیت را دارد، موانعی که باعث کندتر شدن حرکت رو به جلوی چرخ تولید و صادرات را دارند را بفرمائید.

عوامل متعددی می تواند در این زمینه تاثیر گذار باشد که از آن میان می توان به بعضی خودتحریمی ها، تنگ نظری ها، سلیقه ای عمل کردن های بعضی از مجریان قوانین و نبود قوانین حمایتی با اولویت

تولیدکننده را می توان اشاره نمود.

با توجه به اینکه جنابعالی در زمینه برنج ایرانی نیز فعال هستید،
علت واردات بی رویه برنج های خارجی و بی کیفیت به کشور را چگونه
ارزیابی می فرمائید.

تولید و عرضه کم محصول در کشورمان درست همانند محصول چای و از
طرفی دیگر مصرف و تقاضا زیاد آن علت این قضیه می باشد.