

گفتگو با سیدرضا گلستانه مدیرعامل شرکت گل پخش آوند



سیدرضا گلستانه متولد ۱۳۳۵ در تهران است. ایشان دارای مدرک فوق لیسانس اقتصاد از دانشگاه تهران هستند و در سال ۱۳۶۵ فارغ التحصیل شدند. گلستانه اکنون به عنوان مدیرعامل گل پخش آوند و مدیر بازرگانی پارس گلاب (آوند) مشغول است.

به گزارش اگرو فود نیوز، سیدرضا گلستانه از مدیران موفق می باشند که اکنون در سمت مدیرعامل شرکت گل پخش آوند و همچنین مدیر بازرگانی شرکت پارس گلاب (آوند) مشغول هستند. گفتگوی کوتاهی با ایشان داشتیم که در زیر می خوانیم:

• از سوابق خود در صنایع غذایی بگویید و اینکه از چه سالی وارد این صنعت شدید.

شرکت پارس گلاب که تولید کننده عرقیات آوند هست از سال ۱۳۶۰ آغاز

به کار کرده و در سال ۱۳۷۰ بنده به عنوان مدیر بازرگانی وارد شرکت شدم و تا الان فعالیت شرکت با برند آوند و پارس گلاب را انجام می دهم. بخش مویرگی محصولات شرکت را نیز از سال ۱۳۷۰ تا سال ۱۳۹۴ بر عهده گرفتم.

در سال ۱۳۹۴ نیز بنده شرکتی را تاسیس کردم به نام گل پخش آوند که موضوع شرکت علاوه بر پخش عرقیات گیاهی آوند، افزودن محصولات بهداشتی و غذایی دیگر شرکت ها به سبد پخش است.

• وضعیت صادرات شرکت به چه گونه ای است؟

محصولات شرکت آوند به کشورهای اروپایی از جمله آلمان و فرانسه که ایرانی های زیادی را در خودش جا داده و به کشورهای ژاپن و استرالیا و کشورهای عربی منطقه و کانادا صادرات داشتیم. ولی به این دلیل که مصرف کنندگان محصولات ما در خارج از ایران اکثراً فارسی زبانان هستند ، صادرات محدودی داریم . غیر ایرانی ها به دلیل آشنا نبودن با انواع عرقیات و نا شناخته بودن برای آنها، استفاده این نوع محصولات را برایشان سخت کرده است ولی ایرانیان و اعراب و افغان هایی که در کشورهای خارج دارای فروشگاه های مخصوص به خود هستند این محصولات را به راحتی می توانند بدست آورده و مورد استفاده قرار دهند.



• وضعیت صنایع غذایی را قبل و بعد از برجام چگونه تفسیر می کنید؟

اگر برجام درست اجرا میشد و یا بشود تاثیراتش بر روی تامین مواد اولیه بسته بندی محسوس خواهد بود. البته در تولیدات ما مواد اولیه تولیدی عرقیات همه ایرانی هستند و این مورد فقط درباره بسته بندی صادق است. به این گونه که تامین و نگهداری ماشین آلات و ابزار بسته بندی با مشکل مواجه می شود و در مورد مواد اولیه عرقیات که همه تولید داخل هستند، بعد از برجام به دلیل تورم نیز افزایش قیمت داشتیم نه کاهش قیمت و در خصوص صادرات بعد از برجام تغییری ایجاد نشده است به طور مثال ما به کشور آمریکا که ایرانی های زیادی را دارد نمی توانیم صادراتی داشته باشیم.

• تا چه حد به تحقیق و توسعه اعتقاد دارید و با چه دانشگاه هایی در این

مورد تعامل و همکاری دارید؟

چون تحقیق و توسعه جزء جدانشدنی صنایع غذایی است ما نیز در سال ۹۴ بخش توسعه محصول ایجاد کردیم تا با مهندسين صنایع غذایی همکاری کنیم و ارتباط شرکت گل پخش آوند نیز با دانشگاه ها شروع شده است. از جمله دانشگاه تهران در مورد یک نوع سکنجبین مشورت هایی کردیم . نوعی سکنجبین سنتی که طب ابوعلی سینا است. در مورد شرکت تولیدی نیز سابق بر این همکاری های خیلی خوبی با جهاد دانشگاهی دانشگاه شهید بهشتی داشتیم از جمله آقای دکتر ساجد تحقیقات علمی را بر روی ۱۰۰ قلم از گیاهان دارویی انجام دادند که الان به عنوان آثار مکتوب وجود دارد و بروشور ها و کاتالوگ های مجموعه را بر اساس آن نوشتیم و تولیداتمان را بر اساس تحقیقاتمون انجام دادیم.

با توجه به اینکه در فصل بهار زمان عرقگیری است شما چه راهکاری را برای ارائه محصول تازه به مشتری دارید؟

البته روش کار به حالتی هست که محصول تازه به مشتری ارائه نمی شود زیرا کار ما به صورت فله فروشی نیست یعنی به صورت بسته بندی شده به بازار ارائه می کنیم . اگر مصرف کنندگان محلی از ما خرید کنند و یا تور گلاب گیری باشد به صورت تازه امکان بدست آوردن محصول وجود دارد .

گلاب گیری در خرداد انجام می شود و پس از بسته بندی اگر موجودی انبار خالی باشد اجناس به شهرستانها و تهران ارسال می شود و مدتی در انبار می ماند تا در بازار توزیع بشود و با احتساب مدتی که در مغازه می ماند تا فروش برود ۱ ماه طول می کشد. در نتیجه تازه ترین گلابی که یک مصرف کننده می تواند بخرد ۱ ماه از فصلش گذشته است . البته هیچ تفاوتی در کیفیت ندارد.

و اما تفاوت گلاب تازه و گلاب بسته بندی :

کلیه عرقیات یک نوع آب مقطر به علاوه مواد موثر گیاه که آمادگی هر جور آلودگی را دارند به طوری که اگر محیط و فضای کار آلوده باشد محصول نیز آلوده می شود. می خواهیم این نتیجه را بگیریم که

تازه خوری در عرقیات امکان بعضی از بیماری ها را دارد در صورتی در هنگام بسته بندی ما ملزم به پاستوریزه کردن محصولاتمان هستیم و بعد از پلمب عرقیات دیگر امکان آلودگی وجود ندارد و نحوه نگهداری در انبار نیز به این صورت است که محصولات تولیدی در پالت های تمیز در انبار نگهداری می شود و اگر بسته بندی محصولات صدمه نبیند امکان آلودگی محصولات وجود ندارد.

.ارگانیك بودن محصولات كشاورزی اهمیت ویژه ای دارد. چقدر به ارگانیك بودن محصولاتتان توجه می کنید و چه کارهایی انجام می دهید؟

به دلیل اینکه ما کشت و صنعت نداریم و محصولاتمان را غالباً از کشاورزان تهیه می کنیم، محصولات مورد نظرمون را با توجه به محیط و شرایط کار بررسی میکنیم و بر روند تولید نظارت داریم و محصولاتی را تهیه می کنیم که توسط کودهای شیمیایی و سموم مختلف تولید نشده باشند در غیر این صورت خریداری نمی کنیم و آن دسته از عرقیات هم که توسط گیاهان کوهی و وحشی بدست آمده اند که ارگانیك ترین نوع محصول هستند و تا جایی که من میدانم ۱ یا ۲ تولید کننده محصولات ارگانیك تولید می کنند . برای تولید محصولات ارگانیك باید آب و خاک و هوای تمیز مورد استفاده قرار گیرد و محیط کشت عاری از حشرات موزی و آلودگی باشد که به وجود آوردن این فضا تقریباً غیر ممکن است به این خاطر به تولیدات گلخانه ای روی می آورند که کیفیت و مزه مناسب را ندارد.

به نظر من کالاهای ارگانیك اصلی محصولاتی هستند که مثل گیاهان دارویی و میوه های جنگلی و وحشی هستند چون به صورت خود رو و بدون سمپاشی و کود شیمیایی به وجود آمده اند مثل آویشن تولیدی ما که کاملاً خود رو هست یا خارشتر و گزنه و خرفه که در کنار جویبار ها و به صورت خود رو عمل می آیند و محصولاتی که مصرف زیادی دارند مثل کاسنی و نعنا تولید ارگانیکشان یک پروسه طولانی و هزینه بر می باشد و ما نظارت کامل داریم بر عدم استفاده از کود شیمیایی و سموم کشاورزی در این محصولات و محصولات مشابه ولی علامت ارگانیك را بر روی محصولاتمان گذاشته ایم زیرا اعتقاد داریم که نباید مصرف کننده را فریب داد.

• اگر مجموعه وارد بخش کشت و صنعت بشود توجیه اقتصادی خواهد داشت؟

به دو مورد بستگی دارد. اول به کشت بازار بستگی دارد. که باید عرضه را مناسب با تقاضای بازار تنظیم کنیم به طور مثال تولید عرق مرزه توسط خودمون به صرفه نیست و توسط کشاورزان تهیه می شود و مورد دوم نیز تامین مالی است. با توجه به نرخ بهره بالا که بانکها می گیرند و نیاز به سرمایه گذاری عظیم در بخش کشت و صنعت که شامل تهیه زمین کشاورزی هزینه آبیاری، نیروی کار و کاشت و برداشت می شود تحمیل هزینه به شرکت است و از طرفی میبایست نظارت کامل متخصصین و مهندسین کشاورزی وجود داشته باشد. از این رو برای مجموعه به صرفه نیست.

• بسیاری از کار آفرینان از بروکراسی های اداری مثل بانک ها، ادارات بیمه و مالیات شکایت دارند. جنابعالی چه پیشنهادهای برای حل این مشکل دارید؟

محدودیت های قانونی جزء موانع تولید است. بعضی مثل بیمه و مالیات طبیعی و قانونی است ولی روش اجرای پیچیده ای دارند. برای تمدید قراردادی که اداره بهداشت یک بار تایید کرده است یک پروسه ۶ ماهه باید سپری بشود که بسیار زمانگیر است و حتی برخورد کارشناسان اداراتی مثل بهداشت، تعزیرات، محیط زیست و بیمه با تولید کنندگان نامناسب و زننده است و خود را مالک کارخانه و کارمندان می دانند. در مورد بانک مرکزی که به ظاهر مستقل از دولت است ولی در باطن تابع دولت است و مدامی که مستقل از دولت فعالیت نکند و سیاست های مالی و پولی را مستقلاً انجام ندهد و نرخ بهره را خودش مشخص نکند وضعیت برای کار آفرینان بهتر و راحت تر خواهد شد. نرخ بهره باید متناسب با عرضه و تقاضا صورت بگیرد.

• چه انتظاراتی از ارگانهای دولتی و نظارتی برای حمایت از این صنعت دارید؟

این انتظار را داریم که با توجه به واقعیت جامعه امروز تجزیه و تحلیل کنند و تصمیمات موثر و سازنده بگیرند و تصمیمات و تحلیل ها بر اساس ایده آل ها و آرزو نباشد زیرا به روند رشد صدمه وارد میکند .

در سیستم های اداری و حمایتی از تولید هم همینطور است. متاسفانه تصمیم گیری از بالا به پایین ابلاغ می شود در صورتی که از پایین به بالا باید تدوین بشود و بالا تصویب کنند ولی این روند رعایت نمیشد.

• خاطره خوب در مورد صنعت غذا دارید؟

در سال ۱۳۷۵ با همکاری و شراکت چندی از دوستان محصولاتی کنسروی شامل ترشی و مربا و ... تولید کردیم با بسته بندی کاملاً جدید که هر محصولی شامل یک نوع بسته بندی و رنگ بندی خاص بود که در مجموع ۱۵ رنگ با کش قیطونی طلایی رنگ درب محصولات را می بستیم. در نمایشگاهی که در آن تاریخ برگزار شده بود جناب آقای نعمت زاده وزیر صنایع وقت آمدند بازدید از غرفه ما و از محصولات ما خوششان آمد و رفتند از یک سالن دیگر آقای حبیبی که به رحمت خدا رفتند و معاون رئیس جمهور بودند را آوردند که از محصولات ما بازدید کنند و برایشان مهم بود . ولی متاسفانه به خاطر قوانین سختگیرانه تعزیرات که در سال ۷۴ تدوین شده بود و قیمت گذاری نامناسب موجب ضرر و زیان و در نهایت با فروش کارخانه به اتمام رسید.

• و سخن آخر

از مشکلات تولید کنندگان که بارها متذکر شدم درج قیمت مصرف کننده بر روی محصولات تولیدی است که از سوی تعزیرات اجباری و برای حمایت از مصرف کننده است و هزینه زیادی را به صنایع غذایی و بهداشتی تحمیل کرده است . در هیچ جای دنیا تولید کننده را مجبور به درج

قیمت مصرف کننده بر روی محصولات نمی کنند . این موضوع موجب شده است که عرضه و تقاضا قیمت را تعیین نکند و همین مساله باعث هزینه های زیادی میشود. این قانون از نظر من یکی از مشکلات بزرگ صنایع بهداشتی و غذایی است و باید لایحه ای به مجلس برود که این قانونی که سال ۱۳۷۴ تصویب شده برداشته شود. الان بازارها فرق کرده است تکنولوژی فرق کرده و باید اجازه داده شود قیمت توسط خود بازار تعیین شود و خود تولید کننده با توجه به نیاز بازار قیمت گذاری کند . این موضوع با اصول علم اقتصاد همخوانی و هماهنگی ندارد.

مصرف کننده وقتی حمایت می شود و راضی می ماند که تولید به وفور در دسترسش باشد و حق انتخاب داشته باشد نه اینکه به تولید کننده دستور انجام داده شود. اینگونه فشار مضاعفی به تولید کننده وارد می شود. همچنین با توجه به اهمیت تغذیه برای مردم، موثر بودن حذف ارزش افزوده از محصولات غذایی است. نباید محصولات غذایی به این صورت شاهد افزایش قیمت باشند.

و اینکه در سال جاری برای توزیع ادویه جات و گیاهان دارویی به صورت فله ای و بسته بندی بهداشتی در بازار برنامه ریزی کرده ایم. این مورد برای گیاهان دارویی یک نوآوری است.