

سحرنامه

فصلنامه داخلی

شرکت صنایع غذایی سحر

شماره هشتم زمستان ۱۴۰۲ - بهار ۱۴۰۴



یک نام و هزار لبخند



۲۱ بهمن | سالروز تاسیس شرکت بازرگانی الوندیاران سحر



SAHARFOOD INDUSTRIES CO.
WWW.SAHARFOOD.COM









یک نام و هزار لبخند

EDITORIAL

تحریریه

صاحب امتیاز: شرکت صنایع غذایی سحر

مدیر مسئول و سردبیر: رامین نوروزی

گرافیکست: نرگس علی پناهی

ویراستار: غلامرضا محمدی صبور

تحریریه: واحد تبلیغات

EDITOR CHIEF

GRAPHIC DESIGNER

EDITOR

آدرس: همدان - کیلومتر ۱۵ جاده تهران،
شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان ۱۳ پلاک ۳۸
شماره تماس: ۰۲۱۲۲۶۶۹۲۳۶ / ۰۸۱۳۴۳۸۳۲۷۷
کدپستی: ۶۵۱۸۱۱۴۳۶۴
سایت: WWW.SAHARFOOD.COM
ایمیل: INFO@SAHARFOOD.COM

INFORMATION

فصلنامه شماره هشتم - زمستان ۱۴۰۳
خواهشمندیم نظرات و پیشنهادهای خود را
به آدرس ایمیل واحد تبلیغات ارسال نمایید.
ad@saharfood.com



01

- 1 اخبار شرکت صنایع غذایی سحر
- 5 سرمقاله (وقتی برسد نتیجه ی باور است)
- 7 سخن مدیرعامل شرکت صنایع غذایی سحر
- 9 معرفی شرکت صنایع غذایی سحر
- 11 سخن مدیرعامل شرکت بازرگانی الوندپاران سحر
- 12 معرفی شرکت بازرگانی الوندپاران سحر

02

- 15 کوچینگ: فرآیندی برای رشد فردی و حرفه ای
- 17 سخن مدیرعامل شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر
- 18 معرفی شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر
- 19 معرفی شرکت صنایع تبدیلی کشاورزی شبنم سحر الوند
- 20 معرفی شرکت صنایع غذایی نیوشه
- 21 نقش مدیران، سرپرستان و کارکنان در عبور از چالش های اقتصادی

03

- 23 نقش سرمایه انسانی در مسیر پیشرفت کارخانه
- 24 نقش کلیدی واحد فنی در پایداری و بهره وری تولید
- 25 طرحواره چیست؟
- 26 تحول در انبارداری: آینده ای هوشمند در مدیریت موجودی
- 27 سرپرست واحد حسابداری خزانه شرکت صنایع غذایی سحر

04

- 29 فرایند تولید در صنایع غذایی
- 31 معرفی شرکت بکتاش تاهمین
- 33 اهمیت سس از زبان سرپرست واحد R&D شرکت صنایع غذایی سحر
- 35 کنترل کیفیت شرکت صنایع غذایی سحر
- 37 گالیبراسیون چیست؟
- 38 سم شناسی

05

- 39 چه زمانی بسته بندی یک محصول نیاز به تغییر دارد
- 41 تاثیر هوش مصنوعی در بازاریابی و مدیریت اطلاعات برند
- 43 معرفی همکاران شعبه چالوس
- 44 معرفی همکاران شعبه پابل
- 45 سخن مدیرعامل شرکت کیمیا پخش بلوچستان

سبذچین



06

- 49 حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه اکسپو روسیه ۲۰۲۵
- 50 حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه ایران اکسپو ۲۰۲۵
- 51 حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه کازان روسیه ۲۰۲۵
- 52 حضور شرکت صنایع غذایی سحر در فستیوال سلیمانیه (عراق)
- 53 حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه ایران آگرو فود ۲۰۲۵

07

- 54 حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه بلاروس ۲۰۲۵
- 55 تقویم رویمیری شمسی ۱۴۰۴
- 56 جملات الهام بخش
- 57 معرفی کتاب
- 58 گروه محصولی شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

اخبار شرکت صنایع غذایی سحر

NEWS



برگزاری جشن ولادت حضرت فاطمه زهرا (س) و گرامیداشت روز زن

به مناسبت میلاد با سعادت حضرت فاطمه زهرا (س) و گرامیداشت مقام والای زن و مادر، مراسمی صمیمی و با شکوه در شرکت صنایع غذایی سحر برگزار شد. این مراسم با حضور مدیران و کارکنان شرکت، به ویژه بانوان گرامی مجموعه، همراه با برنامه‌هایی متنوع از جمله قرائت دلنویسته، سخنرانی، اهدای هدایا و پذیرایی برگزار گردید. در این آیین، از تلاش‌ها، نقش‌آفرینی و حضور اثرگذار بانوان در مجموعه سحر تقدیر و تشکر به عمل آمد.



بازدید مدیر شرکت درب رشید از مجموعه

در راستای توسعه تعاملات بین سازمانی، مدیر شرکت درب رشید به همراه هیأتی از مجموعه کارخانجات صنایع غذایی سحر بازدید به عمل آوردند. در این بازدید که با هدف آشنایی با ظرفیت‌ها و فرآیندهای تولیدی شرکت سحر انجام شد، میهمانان ضمن بازدید از بخش‌های مختلف کارخانه، با مراحل تولید و استانداردهای کیفی مجموعه آشنا شدند.



گرامیداشت روز مهندس و بزرگداشت خواجه نصیرالدین طوسی

به مناسبت فرارسیدن پنجم اسفندماه، سالروز بزرگداشت دانشمند فرزانه خواجه نصیرالدین طوسی و روز مهندس، مراسمی در شرکت صنایع غذایی سحر برگزار شد.

در این مراسم که با حضور جمعی از مدیران و کارکنان به‌ویژه مهندسين پرتلاش مجموعه برگزار گردید، ضمن گرامیداشت مقام علم و اندیشه، از زحمات و تلاش‌های بی‌وقفه مهندسين شرکت در مسیر پیشرفت، کیفیت و نوآوری تقدیر شد.



برگزاری مراسم جشن دهه فجر و سالروز تأسیس شرکت سحر

همزمان با فرارسیدن ایام‌الله دهه مبارک فجر و سالروز پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، شرکت صنایع غذایی سحر با برگزاری مراسمی با شکوه، این مناسبت ملی را گرامی داشت و همچنین سالروز بهره‌برداری و آغاز فعالیت مجموعه را جشن گرفت.

در این مراسم که با حضور مدیران، کارکنان و جمعی از میهمانان برگزار شد، ضمن پاسداشت ارزش‌های انقلاب اسلامی، از تلاش‌ها و دستاوردهای شرکت در طول سال‌های فعالیت نیز تجلیل به عمل آمد.

NEWS



اهدای بیش از ۲۰۰۰ محصول به خیریه طلایه داران مهر در شب عید نوروز

در آستانه نوروز، شرکت صنایع غذایی سحر به مناسبت سال جدید و در راستای مسئولیت اجتماعی خود، بیش از ۲۰۰۰ محصول شامل کنسرو، کمپوت، مربا، رب گوجه فرنگی و برنج ایرانی را به خیریه طلایه‌داران مهر اهدا کرد. این اقدام انسان‌دوستانه با هدف حمایت از خانواده‌های نیازمند و اشاعه روحیه همدلی در ایام نوروز انجام شد.



برگزاری کلاس آموزشی اطفای حریق در شرکت صنایع غذایی سحر

در راستای ارتقای سطح ایمنی و آمادگی کارکنان در مواجهه با شرایط اضطراری، کلاس آموزشی اطفای حریق با نظارت همکاران محترم واحد HSE در شرکت صنایع غذایی سحر برگزار شد. در این دوره آموزشی، شرکت‌کنندگان با مباحث نظری و عملی مربوط به انواع خاموش‌کننده‌ها، روش‌های صحیح اطفای آتش و اصول اولیه ایمنی در حوادث آتش‌سوزی آشنا شدند.



حضور شرکت صنایع غذایی سحر و شرکت الوندیاران سحر در نمایشگاه بهاره "بهار برکت"

شرکت صنایع غذایی سحر به همراه شرکت تابعه خود، الوندیاران سحر، در نمایشگاه فروش بهاره "بهار برکت" که همزمان با فرارسیدن ماه مبارک رمضان برگزار شد، حضور یافتند. این نمایشگاه با استقبال گسترده شهروندان و علاقه‌مندان به محصولات غذایی روبه‌رو شد. در این رویداد، شرکت الوندیاران سحر با ارائه و فروش مستقیم محصولات متنوعی از جمله کنسروجات، کمپوت‌ها، شوربجات، ترشیجات، مرباها و رب گوجه‌فرنگی، فرصتی ارزشمند برای معرفی کیفیت، تنوع و قیمت مناسب محصولات خود فراهم آورد.



حضور همکاران شرکت صنایع غذایی سحر در مراسم روز درختکاری

به مناسبت فرارسیدن ۱۵ اسفندماه، روز درختکاری، جمعی از همکاران شرکت صنایع غذایی سحر با حضور در مراسم درختکاری، در حرکتی نمادین و مسئولانه، به کاشت نهال پرداختند. این اقدام در راستای ترویج فرهنگ حفظ محیط زیست و مسئولیت پذیری اجتماعی انجام شد و با استقبال همکاران و همراهی مسئولان محلی همراه بود.

NEWS



اکران اختصاصی فیلم سینمایی برای کارکنان شرکت سحر

در راستای ارتقای روحیه جمعی، افزایش نشاط سازمانی و ایجاد فضای همدلی میان کارکنان، واحد منابع انسانی شرکت صنایع غذایی سحر با همراهی روابط عمومی، در اقدامی فرهنگی و شایسته اقدام به برگزاری برنامه فرهنگی-تفریحی تماشای فیلم در سانس‌های اختصاصی سینما ویژه پرسنل محترم نمود. این رویداد، نمونه‌ای از توجه شرکت سحر به ابعاد فرهنگی، رفاهی و انگیزشی منابع انسانی خود بوده و جلوه‌ای دیگر از پیوند صمیمانه میان مدیریت و پرسنل است.



توزیع بیش از ۴۰۰۰ بسته محصولات صنایع غذایی سحر

با توجه به همکاری شرکت صنایع غذایی سحر با سازمان‌های دولتی و بخش‌های خصوصی با اهدای بسته محصولات از مدیران و کارکنان این نهادها قدردانی نمود.



حضور در خشان شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه بین‌المللی ایران اکسپو

شرکت صنایع غذایی سحر، با هدف توسعه بازارهای صادراتی و معرفی توانمندی‌های تولیدی و تجاری خود، در نمایشگاه بین‌المللی ایران Expo ۲۰۲۵ که با حضور صدها شرکت داخلی و خارجی در تهران برگزار شد، مشارکتی فعال و چشمگیر داشت. در این رویداد بین‌المللی، شرکت سحر با ارائه مستقیم محصولات متنوع غذایی، برگزاری جلسات BYB و معرفی ظرفیت‌های صادراتی خود، مورد توجه بازدیدکنندگان، هیأت‌های تجاری و نمایندگان کشورهای مختلف قرار گرفت.



بازدید مدیر امور شعب بانک سپه از مجموعه

در تاریخ ۳۰ فروردین ۱۴۰۴ مدیر امور شعب بانک سپه به همراه هیأتی از مدیران این بانک، از بخش‌های مختلف مجموعه کارخانجات صنایع غذایی سحر بازدید به عمل آوردند. در جریان این بازدید، میهمانان ضمن آشنایی با توانمندی‌ها، ظرفیت تولید، خطوط پیشرفته و محصولات متنوع سحر، از روند توسعه فعالیت‌های صادراتی و عملکرد واحدهای مختلف شرکت نیز مطلع شدند.

NEWS



حضور پررنگ و افتخار آمیز سحر در فستیوال فامیلی مال سلیمانیه

در جریان برگزاری فستیوال بزرگ فامیلی مال سلیمانیه، شرکت صنایع غذایی سحر با حضوری فعال و پرانرژی، اقدام به معرفی محصولات، سمپلینگ گسترده، فروش مستقیم و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی متنوع نمود. این حضور ارزشمند تجربه‌ای دیگر در مسیر توسعه برند سحر در بازارهای منطقه‌ای، با تکیه بر کیفیت، صداقت و ارتباط مستقیم با مصرف‌کنندگان.



حضور فعال شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه بین‌المللی ایران آگرو فود

شرکت صنایع غذایی سحر، به عنوان یکی از برندهای پیشرو در صنعت غذا، در نمایشگاه بین‌المللی ایران آگرو فود ۲۰۲۵ با مشارکتی چشمگیر و اثرگذار حضور یافت. این حضور ارزشمند با هدف معرفی دستاوردهای نوین، گسترش تعاملات تجاری، توسعه بازارهای داخلی و خارجی و ارائه محصولات متنوع غذایی برنامه‌ریزی و اجرا شد.



حضور درخشان شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه بین‌المللی بلاروس ۲۰۲۵

شرکت صنایع غذایی سحر، با هدف توسعه بازارهای صادراتی و معرفی توانمندی‌های تولیدی و تجاری خود، در نمایشگاه بین‌المللی بلاروس ۲۰۲۵ که با حضور شرکت‌های خارجی در بلاروس برگزار گردید، مشارکتی فعال و چشمگیر داشت. در این رویداد بین‌المللی، شرکت سحر با ارائه مستقیم محصولات متنوع غذایی، برگزاری جلسات B2B و معرفی ظرفیت‌های صادراتی خود، مورد توجه بازدیدکنندگان، هیأت‌های تجاری و نمایندگان کشورهای مختلف قرار گرفت.



حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه بین المللی حلال کازان روسیه ۲۰۲۵

از سحر تا کاران؛ بازتاب یک دهه بالندگی و تلاش بی وقفه ده سال هم پایی با رویاها، ده سال ساختن، شکوفا شدن، درخشیدن... و اکنون سحر با کوله باری از تجربه و افتخار با گام‌هایی پرصلابت در مسیر جهانی شدن گام برمی‌دارد. شرکت صنایع غذایی سحر در فوروم بین‌المللی اقتصادی روسیه جهان اسلام حلال کازان ۲۰۲۵ حضور پیدا کرد.



سرمقاله

وقتی برند، نتیجه باور است

گاهی در سکوت روزمره‌ها، اتفاقی بزرگ می‌افتد؛ نه با صدای بلند، بلکه با ثبات، با پشتکار، با ایمان.

در تقویم سازمانی ما، بهمن‌ماه، تنها یک برگه ساده نیست؛ نشانی است از آغاز، از شکوفایی و از پختگی. نشانی از بلوغ دو رکن اساسی خانواده بزرگ سحر: بازرگانی الوند یاران سحر و صنایع غذایی شکوفه سحر (برند سبدچین).

الوند یاران، پانزده‌سالگی‌اش را جشن می‌گیرد؛ پانزده سال گذر در مسیر اعتماد. شرکتی که نقش «نبض توزیع» را در کالبد زنده مجموعه سحر ایفا می‌کند. در این سال‌ها بسته‌ها تنها جعبه‌هایی پر از کالا نبودند، بلکه حامل پیام کیفیت، احترام به مصرف‌کننده و نشانی از انسجام درون‌سازمانی بودند. این پایداری، نه تصادفی است و نه ساده؛ نتیجه تعهد مدیرانی دوراندیش و تیم‌هایی کوشا و متعهد است.

و در سوی دیگر، شکوفه‌ای که به ثمر نشست. شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر، با برند «سبدچین»، بی‌صدا و پرتلاش، رسالت خود را در بسته‌بندی دقیق و مسئولانه غلات، حبوبات، سبزیجات خشک، ادویه‌جات و... به زیبایی ایفا کرده است.

«سبدچین» امروز تنها یک نام تجاری نیست؛ تجلی ظرفیت ایرانی، استانداردهای سخت‌گیرانه کیفی، و نگاهی متعهد به سفره مردم است.

به رسم مسئولیتی که بر دوش داریم، این شماره را با افتخار تقدیم می‌کنم به:

تمام آنانی که دیده نمی‌شوند اما دیده‌بانی می‌کنند؛ به مدیران دوراندیش، کارکنان پرتلاش، و آن زحمت‌کشانی که واژه «همکار» برایشان کوچک است و باید «همراهان» شان نامید. باشد که این برگ از نشریه، آیینه‌ای شود درخور بازتاب بزرگی آنان.

اما آنچه این دو مسیر را به هم پیوند می‌دهد، فقط ساختار سازمانی نیست؛ روحی است مشترک.

روحی که در آن، «باور به کیفیت» و «با هم بودن» ریشه دارد. روحی که سبب شده سه ضلع مثلث تولید، بسته‌بندی و توزیع در یک هماهنگی کم‌نظیر، یک صدا شوند.

حاصل این یک‌صدایی چیزی نیست جز اعتماد مشتری، ماندگاری برند و عزت‌نفس سازمانی.

سردبیر
رامین نوروزی



CHILLI MANGO



WWW.SAHARFOOD.com

[SAHARFOOD.co](https://www.instagram.com/saharfood.co)



مسعود توتونچیان

مدیر عامل
شرکت صنایع غذایی سحر

به مناسبت پانزدهمین سالروز تأسیس شرکت بازرگانی الوند یاران

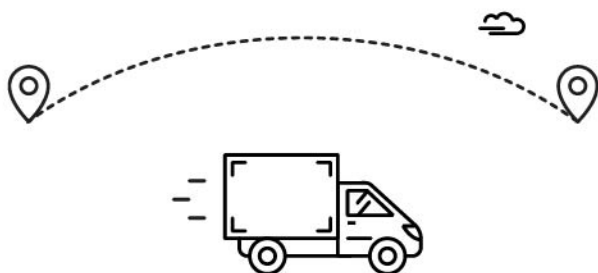
در آستانهٔ فرا رسیدن بیست و یکم بهمن‌ماه، پانزدهمین سالروز بنیان‌گذاری شرکت بازرگانی الوند یاران، بر خود فرض می‌دانم که به نمایندگی از خانوادهٔ بزرگ "سحر"، صمیمانه‌ترین درودها، تبریک‌ها و تقدیرهای خویش را نثار یکایک شما عزیزان نمایم؛ همراهانی پرتلاش و مسؤولیت‌پذیر که در طول این سال‌ها، به شایستگی بار سنگین امانت توزیع و پخش گستردهٔ محصولات سحر را بر دوش کشیده و در این مسیر خطیر، نقشی حیاتی، پویا و کم‌نظیر ایفا نموده‌اید.

بی‌تردید، آنچه امروز شرکت سحر را در جایگاهی پرافتخار، استوار و مورد اعتماد در میان مصرف‌کنندگان ایرانی قرار داده، صرفاً حاصل تولید با کیفیت نیست؛ بلکه ثمرهٔ زنجیره‌ای از تعهد، همتاگری و تلاش مؤمنانهٔ تمام حلقه‌های ارزش‌آفرین این مسیر است.

در این میان، شرکت بازرگانی الوند یاران، همچون بازویی توانمند، نقشی بی‌بدیل در رساندن پیام کیفیت، طعم و صداقت برند سحر به خانه‌های ایرانیان داشته است. رشد و شکوفایی این مجموعه در طول پانزده سال گذشته، نشانه‌ای روشن از مدیریت مدبرانه، نگاه بلندمدت و عزم راسخ آن در مسیر توسعه پایدار است. در همین راستا، برخورد لازم می‌دانم مراتب قدردانی ویژهٔ خود را از جناب آقای "محمود توتونچیان"، که با درایت، تواضع و بصیرت حرفه‌ای، سکان این کشتی خدمت را به شایستگی هدایت نموده‌اند، ابراز دارم.

تردیدی نیست که استمرار این مسیر نورانی، در گرو حفظ روحیهٔ همدلی، تلاش جمعی و وفاداری به اصول اخلاق حرفه‌ای خواهد بود؛ عناصری که به درستی در فرهنگ سازمانی الوند یاران نهادینه شده‌اند.

ضمن تبریک مجدد این مناسبت فرخنده، از درگاه خداوند متعال، سلامتی، سرفرازی و توفیقات روز افزون برای شما و تمامی همکاران ارجمندتان آرزو مندم. باشد که این هم‌افزایی، همچنان منشأ برکت، تعالی و رضایت مردم عزیز کشورمان باشد.



سبذ چین

شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

به مناسبت سالروز تأسیس شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

دوم بهمن‌ماه، سالروز بنیان‌گذاری شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر، یادآور تولد مجموعه‌ای از جنس اندیشه، تلاش و خلاقیت است؛ شرکتی که در طول سال‌های فعالیت خود، با تکیه بر تخصص، نوآوری و تعهد سازمانی، نقش‌آفرینی شایسته‌ای در ارتقای صنعت بسته‌بندی و عرضه محصولات غذایی کشور ایفا نموده است. این روز فرخنده، فرصت مغتنمی است تا از همت بلند و عملکرد درخشان آن مجموعه ارزشمند در حوزه بسته‌بندی و فرآوری محصولات راهبردی همچون حبوبات، غلات، سبزیجات خشک، میوه خشک و ادویه جات تقدیر شود؛ محصولاتی که با رعایت کامل اصول بهداشتی، استانداردهای کیفی و ظرافت در بسته‌بندی، توانسته‌اند رضایت و اعتماد مصرف‌کنندگان ایرانی را در سطحی وسیع جلب نمایند.



بی‌تردید، آنچه موفقیت امروز شکوفه سحر را رقم زده، تنها در گستره فیزیکی فعالیت آن نیست، بلکه در روح مسؤولیت‌پذیرانه، انسجام درونی، خلاقیت‌های کاربردی و مدیریت دانایی محور نهفته است. این خصایص ممتاز، با هدایت مدیرانه جناب آقای فرهنگ خرم رودی، و تلاش بی‌وقفه همکاران گران‌قدر، به ثمر نشسته و تصویری ماندگار از بلوغ حرفه‌ای و اخلاقی را در ذهن سازمان رقم زده است. اینجانب، به‌نماینده‌گی از خانواده بزرگ شرکت صنایع غذایی سحر، این سالروز نیکو را تبریک و تهنیت عرض نموده و ضمن تقدیر از زحمات ارزنده شما و یکایک اعضای خانواده شکوفه سحر، از درگاه حضرت حق، توفیق روز افزون، سلامت و بالندگی مستمر را برایتان مسألت می‌نمایم. باشد که در پرتو الطاف الهی، با تداوم این مسیر روشن و متعالی، شاهد دستاوردهایی هرچه درخشان‌تر برای آن مجموعه وزین در سطح ملی و منطقه‌ای باشیم.

معرفی شرکت صنایع غذایی سحر

شرکت سحر با بیش از سه دهه تجربه در صنعت غذا و محصولات تند گردش، با تکیه بر توانمندی‌های متخصصین ایرانی و پتانسیل‌های منحصر به فرد کشور، مانند نیروی جوان، تکنولوژی‌های پیشرفته و منابع کشاورزی غنی، توانسته است مسیر موفقیت خود را هموار کند. بنیان‌گذار شرکت، جناب آقای مسعود تونوچیان، با ۳۰ سال حضور فعال در عرصه‌های تولیدی و صنعتی، در سال ۱۳۷۰ زیرساخت‌های اولیه شرکت را پایه‌ریزی کرده و در سال ۱۳۷۳ آن را به بهره‌برداری رساند.

امروزه با تلاش‌های بی‌وقفه مدیران و کارکنان دلسوز، توانسته‌ایم طیف وسیعی از محصولات شامل کنسرو، مرباها، ترشیجات، شوربجیات، کمپوت‌ها، سس‌های سرد و گرم، عسل و دیگر محصولات مرتبط را تولید کنیم. این محصولات متناسب با نیازها و ذائقه‌های مختلف مشتریان طراحی و تولید شده‌اند.

شرکت سحر با توجه به گسترش روزافزون جمعیت، تغییرات رفتار خرید و سلاقی متنوع، فرصت‌های جدیدی را برای توسعه بیشتر فراهم کرده است. به همین دلیل، ما با تأسیس شرکت‌های زیرمجموعه و شعار «از مزرعه تا خانه»، توانسته‌ایم زنجیره کاملی از تولید، تهیه، بسته‌بندی و پخش محصولات را شکل دهیم. این امر به ما این امکان را می‌دهد که از سلامت محصولات و تحویل به موقع آنها به مصرف‌کنندگان اطمینان حاصل کنیم.

در سحر، برای ارتقای کیفیت محصولات و جلب رضایت مشتریان، از تیم‌های مجرب و متخصص در واحدهای طراحی و مهندسی، بازاریابی و برندینگ، استراتژی و بهبود فرآیندها بهره می‌بریم. هدف ما این است که محصولاتی با کیفیت جهانی در اختیار مشتریان عزیزمان قرار دهیم و همواره رضایت آنان را جلب کنیم.

تاریخچه شرکت سحر

شرکت صنایع غذایی سحر در سال ۱۳۷۰ با هدف تولید محصولات غذایی باکیفیت و مبتنی بر محصولات کشاورزی، در زمینی به وسعت ۶ هزار مترمربع و سالن‌های تولید و انبار با زیربنای ۱۵ هزار مترمربع در شهرک صنعتی بوعلی، کیلومتر ۱۵ جاده تهران در همدان راه‌اندازی شد. فعالیت تولیدی شرکت با دریافت پروانه بهره‌برداری و پروانه ساخت برای ۱۵ نوع محصول در سال ۱۳۷۳ رسماً آغاز شد.

در آغاز، تمرکز شرکت بر تولید کنسروهای غیرگوشتی بود، اما با تلاش مستمر و بهره‌گیری از نوآوری و دانش روز، دامنه محصولات به طور چشمگیری گسترش یافت. امروزه، صنایع غذایی سحر با لطف خداوند توانسته است بیش از ۸۰ نوع محصول در ۹ گروه مختلف را در قالب ۳۰۰ نوع بسته بندی متنوع به بازار عرضه کند.

شرکت سحر فعالیت خود را به‌عنوان یک شرکت سهامی خاص و با همکاری تنها ۲۰ نفر پرسنل آغاز کرد. اما با رشد پایدار و توسعه مداوم، اکنون این مجموعه با افتخار میزبان ۱۵۰۰ نفر نیروی متخصص و کارآمد در بخش‌های گوناگون است. این روند رو به رشد، نتیجه تعهد به کیفیت، نوآوری در تولید و پاسخگویی به نیازهای متنوع بازار است. شرکت صنایع غذایی سحر امروز نه تنها یکی از پیشگامان صنعت غذایی ایران محسوب می‌شود، بلکه با محصولات متنوع خود به نامی آشنا در بازارهای داخلی و بین‌المللی تبدیل شده است.

تایم لاین شرکت صنایع غذایی سحر در ۳۳ سال حضور مؤثر در صنعت FMCG

صادرات

شرکت صنایع غذایی سحر با بهره‌گیری از تخصص و تجربه طولانی خود در عرصه تولید محصولات غذایی باکیفیت، توانسته است به یکی از برندهای معتبر در بازارهای بین‌المللی تبدیل شود. در سال‌های اخیر، این شرکت نه تنها صادرات عمده‌ای به کشورهای برجسته اروپایی مانند انگلستان، آلمان و روسیه داشته، بلکه با گسترش شبکه صادراتی خود به دیگر نقاط جهان نیز دستاوردهای قابل توجهی به دست آورده است. این صادرات شامل ارسال محصولات به کشورهای استرالیا، کانادا و ترکمنستان، و همچنین ورود به بازارهای آسیایی پویا مانند فیلیپین، مالزی و امارات متحده عربی است. در عین حال، شرکت سحر توانسته است جایگاه خود را در بازارهای منطقه‌ای مانند عراق و آذربایجان تثبیت کند و حتی به بازارهای شمال اروپا از جمله سوئد، فنلاند و نروژ نیز ورود نماید. این موفقیت حاصل تعهد شرکت به رعایت استانداردهای بین‌المللی، تولید محصولات متنوع و باکیفیت، و پاسخگویی به نیازهای متغیر مصرف‌کنندگان در فرهنگ‌ها و کشورهای مختلف است. با چنین دستاوردهایی، شرکت سحر نه تنها به عنوان نمادی از توانمندی صنعت غذایی ایران شناخته می‌شود، بلکه الگویی برای دیگر شرکت‌ها در عرصه توسعه صادرات و ورود به بازارهای جهانی ارائه کرده است.

افتخارات

- کسب عنوان صادر کننده نمونه استان همدان از سال ۱۳۸۶ تا ۱۴۰۱ (۱۶ سال).
- صادر کننده برتر (رتبه دوم کشوری) در سال ۸۹.
- کارآفرین برتر کشوری (۹۲، ۹۳، ۹۴).
- کارآفرین برتر ملی در سال ۹۵.
- واحد صنعتی نمونه کشوری در سال ۹۰.
- واحد برتر کیفیت کشوری از سازمان غذا و دارو در سال ۹۰.
- واحد برتر کیفیت از مؤسسه استاندارد استان همدان از سال ۱۳۸۶ تا ۱۴۰۱ (۱۶ سال).
- واحد نمونه صنایع غذایی به انتخاب مصرف کنندگان در سال ۹۲.
- دارای نشان حلال.
- دارای گواهینامه استاندارد ISO ۲۰۰۸ : ۹۰۰۱ و ISO ۲۰۱۵ : ۹۰۰۱ از شرکت IMQ
- دارای پروانه رسمی واحد تحقیق و توسعه از وزارت صنعت، معدن و تجارت
- کسب عنوان واحد برتر صنایع غذایی کشور از نظر ایمنی، سلامت و کیفیت در سال ۱۴۰۲

ارزش ها

سلامت و کیفیت محصول از اولویت‌های بسیار مهم و اهداف اصلی شرکت سحر است. در همین راستا بر آن بوده‌ایم تا با تولید محصولات سلامت محور با کاهش نمک و مواد نگهدارنده در این مسیر گام برداریم. ما در کنار عدم استفاده از نگهدارنده‌ها، کاهش میزان نمک در شوربیجات و ترشیجات، کاهش میزان نمک در کنسرو رب گوجه فرنگی مطابق با استانداردهای جدید، تولید خیار ملس، کاهش شکر در مرباها، کمپوت‌ها و کاهش میزان روغن در سس‌های سرد، گام بزرگی در نیل به این هدف برداشته‌ایم. همچنین شرکت صنایع غذایی سحر یکی از پیشگامان عضویت در انجمن ارگانیک ایران است و ما با تشکیل واحد مهندسی کشاورزی با هدف ایجاد پابلیت تحقیقاتی و تولیدی در زمینه محصولات کشاورزی ارگانیک این مهم را از چشم دور نگاه نداشته‌ایم. کارکنان شرکت با تحصیلات عالی و بومی استان به صورت شبانه روزی تلاش می‌کنند تا محصولی با مواد اولیه مرغوب و فرآوری مناسب، تخصصی و علمی در دسترس مصرف کنندگان قرار گیرد و آنها با مشاهده نام و برند سحر اطمینان حاصل کنند که محصول به صورت کاملاً بهداشتی و سالم و با روش‌های علمی و تخصصی تولید شده است.



محمود توتونچیان

مدیر عامل
شرکت بازرگانی الوندیاران سحر

مراتب سپاس و قدردانی عمیق خود را به مدیر عامل شرکت صنایع غذایی سحر تقدیم می‌دارم؛ مدیری که با نگاه راهبردی، رویکرد انسانی و اعتماد مؤثر، بستر رشد و شکوفایی الوند یاران را فراهم آورده‌اید. تعامل سازنده، همراهی سازگار و پشتیبانی صادقانه آن مجموعه وزین، همواره برای ما دلگرم کننده و الهام‌بخش بوده است.

اما بالاتر از هر موفقیت بیرونی، آن‌چه مایه مباهات و ماندگاری این مسیر شده، سرمایه‌های درونی شرکت بازرگانی الوند یاران سحر است؛ همکاری شریف، صبور و ساعی که با تعهدی شرافتمندانه، دانشی عمیق و اخلاقی ستودنی، ستون‌های استواری برای این بنای پرافتخار پدید آورده‌اند. اینجانب به‌عنوان خادم کوچک این خانواده بزرگ، دست همه شما را به گرمی می‌فشارم و از صمیم قلب، قدردان زحمات و همراهی بی‌دریغ‌تان هستم.

باشد که در سایه الطاف الهی و هم‌افزایی میان تمام ارکان گروه سحر، راه تعالی، توسعه پایدار و گسترش مرزهای موفقیت، همواره گشوده و پرثمر باشد. با تبریک این روز پرافتخار، توفیق و عزت همگان را از درگاه حضرت حق مسألت دارم.

بیست و یکم بهمن‌ماه، یادآور رویدادی ارزشمند در تاریخ حرفه‌ای ماست؛ پانزده سال پیش در چنین روزی، نخستین گام‌های شرکت بازرگانی الوند یاران با عزمی راسخ و نگاهی راهبردی در مسیر توزیع گسترده و منسجم محصولات غذایی سحر، در سراسر ایران عزیز برداشته شد؛ گام‌هایی که امروز به مسیر پخته‌ای از تجربه، اعتماد و اعتبار تبدیل شده‌اند.

در این مسیر پرفراز و نشیب، افتخار ما آن بوده که همواره در کنار مجموعه‌ای پیشرو، خلاق و متعهد همچون صنایع غذایی سحر بوده‌ایم؛ شرکتی که با مدیریت مدبرانه، افق‌های روشنی را برای صنعت غذایی کشور ترسیم کرده و با تولید محصولاتی باکیفیت، ما را در ایفای هرچه شایسته‌تر مسؤولیت خطیر توزیع، یاری رسانده است.

معرفی شرکت بازرگانی الوند یاران سحر

شرکت بازرگانی، توزیع و پخش الوند یاران سحر یکی از شرکت‌های پیشرو و معتبر زیرمجموعه هلدینگ صنایع غذایی سحر است که در سال ۱۳۸۸ با هدف ارتقای توزیع و فروش محصولات غذایی تأسیس شد. این شرکت با تکیه بر دانش و رویکرد علمی در زمینه فروش و توزیع، همواره تلاش کرده است تا محصولات را به صورت مؤثر و با کیفیت بالا به دست مصرف‌کنندگان برساند. فعالیت‌های این شرکت از فروردین ۱۳۹۰ با تجهیز دو مرکز توزیع در استان‌های همدان و تهران آغاز شد و به تدریج در سطح کشور گسترش یافت. در ابتدای تأسیس، شرکت بازرگانی الوند یاران سحر تنها با ۲۵ نفر نیروی متخصص کار خود را آغاز کرد، اما امروز و با توجه به رشد و توسعه چشمگیر آن، تعداد کارکنان به بیش از ۶۵۰ نفر رسیده است. این افزایش نیروی انسانی به دلیل گسترش فعالیت‌ها و نیاز به حضور مستمر در مناطق مختلف کشور بوده است. محصولات متنوع این شرکت در یک انبار به مساحت ۱۳۰۰۰ متر مربع نگهداری می‌شود که به طور کامل تجهیز شده و امکانات مدرن برای حفظ کیفیت و استاندارد محصولات در آن فراهم است. این انبار که به عنوان یکی از بزرگترین مراکز ذخیره‌سازی محصولات در صنعت توزیع شناخته می‌شود، ظرفیت بالایی برای مدیریت و کنترل موجودی دارد و می‌تواند محصولات را به سرعت و با دقت بالا در سراسر کشور توزیع کند.

گسترش و توسعه فعالیت‌ها

در طی سال‌های فعالیت، شرکت بازرگانی الوند یاران سحر توانسته است واحدهای خود را در سراسر کشور گسترش دهد. در حال حاضر، این شرکت دارای ۱۳ واحد ستادی و ۵ واحد عملیاتی است که به طور متمرکز و هماهنگ با یکدیگر کار می‌کنند. هر واحد عملیاتی مسئولیت مدیریت توزیع محصولات در مناطق مختلف کشور را بر عهده دارد و واحدهای ستادی نیز در زمینه‌های استراتژیک، پشتیبانی و مدیریت کلی فعالیت‌ها نظارت دارند. این گسترش و تنوع فعالیت به شرکت این امکان را داده است که خدمات خود را به طور مؤثرتر و گسترده‌تر به مشتریان ارائه دهد. به ویژه در شرایطی که بازار نیاز به تحویل سریع و به موقع محصولات دارد، شرکت الوند یاران سحر با داشتن شبکه توزیع گسترده و منابع انسانی کارآمد، به سرعت قادر به پاسخگویی به تقاضاهای بازار است.

ارائه خدمات به مشتریان

شرکت بازرگانی الوند یاران سحر همواره در تلاش است تا بهترین خدمات را به مشتریان خود ارائه دهد. تیم مدیریتی و کارکنان متخصص این شرکت با تمرکز بر نیازهای مشتریان، سعی دارند تا تجربه خریدی راحت، سریع و مطمئن را برای آن‌ها فراهم کنند. هدف اصلی این شرکت جلب رضایت تمامی مشتریان در تمامی مراحل از انتخاب محصول تا تحویل به موقع آن است. با توجه به اینکه کیفیت و سرعت توزیع از عوامل کلیدی موفقیت در این صنعت است، شرکت الوند یاران سحر همواره در تلاش است تا با به کارگیری تکنولوژی‌های نوین و فرآیندهای بهبود یافته، بهترین کیفیت را در کنار سریع‌ترین زمان تحویل به مشتریان ارائه دهد.



ALVANDYARAN SAHAR
COMMERCE CO.

واحدهای ستادی و عملیاتی

شرکت بازرگانی الوند یاران سحر با بهره‌گیری از ساختاری منظم و کارآمد، شامل دو بخش اصلی واحدهای ستادی و واحدهای عملیاتی فروش است که با هماهنگی کامل در راستای تحقق اهداف کلان شرکت فعالیت می‌کنند.

واحدهای ستادی

این واحدها مسؤول برنامه‌ریزی، مدیریت و پشتیبانی از تمامی فرآیندهای اجرایی و عملیاتی شرکت هستند. بخش‌های مختلف واحد ستادی عبارتند از:

- اداری و منابع انسانی: مدیریت امور کارکنان و ارتقای سطح رضایت و بهره‌وری.
- مالی: برنامه‌ریزی و مدیریت مالی برای تضمین پایداری اقتصادی شرکت.
- برنامه‌ریزی فروش: تحلیل بازار و تدوین استراتژی‌های فروش.
- برنامه‌ریزی تأمین: هماهنگی برای تهیه مواد اولیه و تأمین نیازهای شرکت.
- توسعه محصول: نوآوری و بهبود محصولات بر اساس نیازهای مشتریان.
- تحقیقات بازار: بررسی رفتار مصرف‌کنندگان و شناسایی فرصت‌های جدید.
- توزیع و ترانسپورت: مدیریت لجستیک و تضمین توزیع به‌موقع محصولات.
- فناوری اطلاعات: به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین برای بهینه‌سازی فرآیندها.
- سیستم و کیفیت: نظارت بر استانداردهای کیفی در تمامی مراحل تولید و توزیع.
- فنی و ساختمانی: پشتیبانی از زیرساخت‌ها و تجهیزات.
- پشتیبانی امور شعب و انبار: مدیریت مراکز ذخیره‌سازی و شعبات.

واحدهای عملیاتی فروش

این واحدها بر اجرای فرآیندهای فروش و توزیع تمرکز دارند و شامل بخش‌های زیر هستند:

- فروش مویرگی: عرضه مستقیم محصولات به خرده‌فروشان.
 - نمایندگی‌ها: همکاری با نمایندگان توزیع در سراسر کشور.
 - هورکا (HoReCa): ارائه خدمات به هتل‌ها، رستوران‌ها و کافه‌ها.
 - زنجیره‌ای: تأمین نیازهای فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای.
 - فروش اینترنتی: گسترش فروش آنلاین برای دسترسی آسان‌تر مشتریان.
- هدف نهایی این واحدها افزایش فروش، ایجاد اشتغال و کمک به رشد اقتصادی کشور در راستای اهداف کلان هلدینگ صنایع غذایی سحر است.

سیستم فروش و توزیع بهینه

برای دستیابی به توزیع گسترده و خدمات مؤثر، شرکت بازرگانی الوند یاران سحر ساختاری یکپارچه در بخش فروش و توزیع ایجاد کرده است. این ساختار شامل:

۱. مراکز توزیع

مراکز توزیع در استان‌های مختلف کشور از جمله همدان، تهران، کرمانشاه، سنندج، گیلان، قم، قزوین، خوزستان، خراسان رضوی، اراک، شرق و غرب مازندران، لرستان، شیراز، یزد، تبریز و اصفهان فعال هستند. همچنین دفاتر فروش در مناطق مختلف تهران (شرق، غرب، جنوب، مرکز)، البرز، خرم‌آباد و ساوه ایجاد شده‌اند تا پوشش حداکثری مشتریان تضمین شود. این مراکز مسؤول توزیع محصولات متنوع شرکت صنایع غذایی سحر و شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر هستند.

۲. همکاری با نمایندگان قدرتمند

شرکت بازرگانی الوند یاران سحر از طریق همکاری با ۱۷ نماینده معتبر در سراسر ایران، توانسته است سطح پوشش محصولات خود را به شکل چشمگیری گسترش دهد. این همکاری‌ها نقش مهمی در ارتقای سطح دسترسی مشتریان به محصولات باکیفیت ایفا می‌کنند.

تعهد به مشتریان

شرکت بازرگانی الوند یاران سحر با تکیه بر توان نیروی انسانی متخصص، زیرساخت‌های پیشرفته و شبکه توزیع گسترده، همواره در تلاش است تا بهترین خدمات را به مشتریان ارائه دهد و سلامت و رضایت آنان را تضمین کند. این شرکت با هدف ارائه محصولات باکیفیت، در مسیر رشد و توسعه اقتصادی کشور عزیزمان گام برمی‌دارد.

چشم‌انداز این شرکت

شرکت بازرگانی الوند یاران سحر در راستای توسعه و اهداف بلندمدت هلدینگ صنایع غذایی سحر، قصد دارد در آینده‌ای نزدیک به عنوان پیشروترین و کارآمدترین شرکت تأمین، توزیع و فروش انواع محصولات سالم و باکیفیت در سطح کشور شناخته شود. هدف ما این است که با ارائه طیف گسترده‌ای از کالاهای متنوع، به انتخاب مشتریان کمک کنیم تا محصولات سالم، مفید و با کیفیت را برگزینند. با تمرکز بر سلامت و کیفیت محصولات، این شرکت در تلاش است تا مشتریان را به سمت انتخاب گزینه‌های بهتر و سالم‌تر هدایت کرده و در عین حال، به رشد و شکوفایی اقتصادی کشور عزیزمان ایران کمک کند.

ما به دنبال تبدیل به یک نام معتبر و شناخته شده هستیم تا نام سحر در ذهن هر مصرف‌کننده ای یادآور کیفیت، سلامت و تنوع در انتخاب باشد. در این راستا، تلاش داریم تا با بهره‌گیری از تیم متخصص، زیرساخت‌های به‌روز و سیستم‌های توزیع کارآمد، این چشم‌انداز را محقق کنیم.

بیانیه مأموریت این شرکت

شرکت بازرگانی الوند یاران سحر به عنوان یکی از ارکان هلدینگ صنایع غذایی سحر، مأموریت خود را بر پایه تأمین، توزیع و فروش محصولات سالم و باکیفیت در داخل و خارج از کشور قرار داده است. هدف ما این است که با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و روش‌های علمی، زندگی مصرف‌کنندگان را بهبود بخشیده و به رفاه کارکنان خود افزوده کنیم.

ما تلاش می‌کنیم تا با ایجاد ارتباطات مستمر و پایدار با تمامی ذینفعان، در راستای مأموریت و چشم‌انداز هلدینگ صنایع غذایی سحر پیش برویم. این ارتباطات نه تنها در جهت رشد و ارتقای سطح رفاه کارکنان و مصرف‌کنندگان بلکه برای ایجاد یک جامعه کاری و مشتری‌مدار پایدار نیز می‌باشد. ما معتقدیم که با تکیه بر اصول اخلاقی و شفافیت در روابط خود با مشتریان، همکاران و سایر ذینفعان، می‌توانیم به تأمین محصولات باکیفیت و ایجاد اعتماد متقابل در بازارهای داخلی و خارجی بپردازیم.

در این مسیر، الوند یاران سحر قصد دارد تا از یک برند شناخته‌شده در داخل کشور به یک برند جهانی تبدیل شود که محصولات آن در تمام بازارهای هدف با احترام و اعتماد مصرف‌کنندگان روبه‌رو شود.



سوده توتونچیان

عضو هیأت مدیره
شرکت صنایع غذایی سحر

هدف کوچینگ چیست؟

جان وایتمور، یکی از برجسته‌ترین متخصصان کوچینگ، آن را به عنوان فرآیندی برای «گشودن قفل استعداد فرد به‌منظور به حداکثر رساندن عملکرد او» تعریف کرده است. در واقع، هدف اصلی کوچینگ از میان برداشتن فاصله میان پتانسیل و عملکرد فرد است. کوچینگ به فرد کمک می‌کند تا با خودآگاهی بیشتر، گزینه‌های مختلف را شناسایی کرده و راه‌حل‌های خود را بیابد، مهارت‌های جدیدی توسعه دهد، دیدگاه‌ها و رفتارهای خود را تغییر دهد و عادات قدیمی را کنار بگذارد.

نقش کوچینگ در مدیریت منابع انسانی

در دو دهه اخیر، کوچینگ به‌عنوان یک تکنیک مؤثر در توسعه منابع انسانی در سازمان‌ها شناخته شده است. با توجه به تغییرات محیط کاری و نیاز به بهبود مستمر عملکرد کارکنان، کوچینگ به یکی از ویژگی‌های کلیدی محیط‌های کاری آینده تبدیل شده است. این فرآیند حمایتی می‌تواند تأثیر زیادی در بهبود عملکرد فردی و حرفه‌ای کارکنان داشته باشد. اصلی‌ترین کاربرد کوچینگ در مدیریت منابع انسانی، «کوچینگ عملکرد» (Performance Coaching) است که به بررسی و بهبود عملکرد فردی کارکنان و دستیابی به اهداف سازمانی کمک می‌کند.

کوچینگ: فرآیندی برای رشد فردی و حرفه‌ای

واژه «Coaching» در قرن شانزدهم میلادی برای اشاره به نوعی جابه‌جایی، به ویژه با کالسکه اسبی سرچشمه گرفت. برگرفته از واژه مجارستانی kocsi به معنی کالسکه‌ای از دهکده، که برای تولید کالسکه‌های با کیفیت مشهور بود. در این استعاره، کوچینگ به‌عنوان فرآیند کمک به افراد برای رسیدن از نقطه‌ای به نقطه دیگر معرفی شد. هدف کوچینگ، هدایت و تسهیل حرکت فرد از وضعیت کنونی به وضعیت مطلوب است، همانند اراهه‌ای که مسافر را از مبدأ به مقصد می‌رساند.



کوچینگ به‌عنوان یک فرآیند حمایتی و آموزشی در دهه ۶۰ میلادی و از دل جنبش پتانسیل انسانی در کالیفرنیا شکل گرفت. این جنبش بر این باور بود که انسان‌ها دارای پتانسیل نامحدودی برای رشد و پیشرفت هستند و می‌توانند بدون نیاز به بهره‌کشی از دیگران، به این پتانسیل دست یابند. بنابراین، در دنیای کوچینگ، فرد مسؤول رشد و پیشرفت خود است و هیچ‌کس از بیرون قادر به ارائه پاسخ‌های قطعی به مسائل شخصی فرد نیست. به‌طور کلی، کوچینگ فرآیندی مبتنی بر یادگیری است که به افراد کمک می‌کند تا در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود موفقیت بیشتری کسب کنند. هدف اصلی کوچینگ، تأثیرگذاری بر طرز فکر، احساسات و رفتار افراد است تا آن‌ها به توانمندی‌ها و پتانسیل‌های خود دست یابند.





ویژگی‌ها و رفتارهای مدیر در نقش کوچ

مدیران در نقش کوچ باید رفتارهایی را از خود نشان دهند که به بهبود عملکرد تیم کمک کند. این ویژگی‌ها عبارتند از:

- احترام به افراد به جای «من رئیس هستم»
- سؤال پرسیدن به جای «گفتن و هدایت کردن»
- کنکاش در سطح عمیق‌تر با کنجکاوی به جای «قضاوت کردن»
- نشان دادن تمامیت فردی به جای «همان کاری را بکنید که من می‌گویم»
- ارائه و دریافت بازخورد به جای «پر مدعا بودن»
- تشویق رشد و یادگیری به جای «جریمه کردن»
- شراکت و همکاری به جای «من متخصص هستم»
- راه حل محور به جای «مشکل محور»
- توانمندسازی و راهنمایی به جای «مدیریت و کنترل»
- ارائه بازخورد سازنده به جای «نقد و تخریب»

این ویژگی‌ها کمک می‌کنند تا محیط کاری به جای استبداد و کنترل، به سمت تسهیل و توانمندسازی پیش رود. مدیران باید رفتارهای قدیمی و دستوری را کنار بگذارند و به جای آن، از تکنیک‌های تسهیل‌گری و توانمندسازی استفاده کنند.

کوچینگ یک ابزار مؤثر در فرآیند توسعه فردی و حرفه‌ای است که به افراد کمک می‌کند تا به بهترین نسخه از خود تبدیل شوند. در دنیای امروز، کوچینگ به عنوان یک ابزار کلیدی در مدیریت منابع انسانی شناخته شده و در سازمان‌ها به عنوان روشی برای بهبود عملکرد کارکنان و مدیران استفاده می‌شود. مدیران با ایفای نقش کوچ می‌توانند به طور مؤثرتر به رشد و توسعه تیم‌های خود کمک کنند و سازمان‌ها را به سمت موفقیت‌های بیشتر هدایت کنند.

کوچینگ عملکرد (Performance Coaching)

کوچینگ عملکرد به عنوان رویکردی برای توسعه کارکنان، بر بهبود عملکرد شغلی و دستیابی به اهداف مشخص تمرکز دارد. این فرآیند شامل مراحل مختلفی است:

۱. **تعیین اهداف:** اولین گام در کوچینگ عملکرد، تعیین اهداف SMART است که باید مشخص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، مرتبط و زمان‌بندی شده باشند.

۲. **تحلیل وضعیت فعلی:** در این مرحله، وضعیت فعلی کارکنان بررسی می‌شود. این تحلیل شامل ارزیابی مهارت‌ها، عملکرد گذشته، نقاط قوت و ضعف و چالش‌ها و موانع موجود است.

۳. **ارائه بازخورد:** ارائه بازخورد سازنده بر اساس داده‌های عملکرد گذشته و انتظارات سازمانی، برای کمک به کارکنان در بهبود عملکرد ضروری است.

۴. **توسعه مهارت‌ها:** یکی از اهداف اصلی کوچینگ عملکرد، توسعه مهارت‌های فردی کارکنان است تا آن‌ها بتوانند در موقعیت‌های شغلی به بهترین نحو عمل کنند.

۵. **پایش و ارزیابی پیشرفت:** کوچینگ عملکرد به صورت مداوم پیشرفت کارکنان را پایش کرده و در راستای دستیابی به اهداف تعیین شده، ارزیابی‌های دوره‌ای انجام می‌شود.

مدیران به عنوان کوچ

مدیران در نقش کوچ، به کارکنان خود کمک می‌کنند تا به توسعه شخصی و حرفه‌ای بپردازند. این نقش به عنوان یک فرآیند حمایتی است که در آن مدیران به جای دادن راه حل‌ها و دستورات، به کارکنان کمک می‌کنند تا خودشان به نتایج دست یابند. در این فرآیند، مدیر باید از تکنیک‌های کوچینگ برای تسهیل تفکر، یادگیری و مسئولیت‌پذیری کارکنان استفاده کند. مدیر در نقش کوچ، بر تفکر و یادگیری کارکنان تأثیر می‌گذارد و از طریق گوش دادن فعال و همدلانه به کارکنان کمک می‌کند تا مسائل خود را به درستی شناسایی کرده و راه حل‌هایی مناسب پیدا کنند. او باید به مسائل کارکنان با احترام و بدون قضاوت نگاه کند و به آن‌ها فرصت دهد تا خودشان به نتیجه برسند.

فرهنگ خرم رودی

مدیر عامل

شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

باسمه تعالی

به نام آن که از دل زمین، برکت رویاند و در دل انسان، اندیشه آفرید

در هنگامه‌ای دیگر از بالندگی و پایداری، سالروز تأسیس شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر، با برند نام آشنای سبدچین، فرصت مغتنمی است برای بازخوانی مسیری که با تکیه بر ایمان، تلاش و همراهی گام‌به‌گام در زنجیره تولید و توزیع، به امروز پربار ما انجامیده است. نخست، مراتب سپاس و قدردانی عمیق خود را به مدیرعامل محترم شرکت صنایع غذایی سحر، جناب آقای مسعود توتونچیان و همکاران اندیشمند آن مجموعه ریشه‌دار و پیشرو ابراز می‌دارم. بی‌تردید، تولد، رشد و بلوغ سبدچین، مرهون اعتماد راهبردی، حمایت‌های سازنده و هدایت‌های خردمندانه‌ای است که از سوی شرکت معظم سحر همواره شامل حال ما شده است. در ادامه، با افتخار و احترام، از تلاش‌های بی‌وقفه و شایسته شرکت بازرگانی الوند یاران سحر نیز صمیمانه تقدیر می‌نمایم؛ شرکتی که با مدیریتی هوشمندانه و تیمی کارآزموده، نقش حیاتی در رساندن محصولات سبدچین به دست مصرف‌کنندگان در سراسر کشور ایفا می‌کند. این حلقه توزیع، نه فقط یک مسیر لجستیکی، بلکه پلی استوار است میان مزرعه تا خانه‌های مردم؛ از اندیشه تولید تا اعتماد مصرف.

و در پایان، صمیمانه‌ترین قدردانی‌ها را نشر همکاران ارجمندم در شرکت شکوفه سحر (سبدچین) می‌کنم؛ بزرگوارانی که با وجدان کاری، تخصص حرفه‌ای و ایمان به رسالت خود، روز به روز بر کیفیت، اعتبار و گستره اثرگذاری برند سبدچین می‌افزایند.

امروز، «سبدچین» تنها یک نام تجاری نیست؛ بلکه تجلی همدلی، تعهد و تعالی مشترک در زنجیره‌ای است که از سحر آغاز می‌شود، در الوند یاران تداوم می‌یابد و در دست‌های پرتلاش کارکنان ما شکوفا می‌شود.



شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

معرفی شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر، که با برند "سبدچین" شناخته می‌شود، یکی از ارکان مهم هلدینگ صنایع غذایی سحر است. با توجه به افزایش روزافزون مصرف محصولات مختلف غذایی از جمله حبوبات، غلات، ادویه‌جات و سایر محصولات مشابه توسط خانوارهای ایرانی، همچنین اهمیت بسته‌بندی بهداشتی این محصولات برای حفظ کیفیت، افزایش ماندگاری و جلوگیری از ضایعات، شرکت صنایع غذایی سحر در تلاش است تا با پاسخ به این نیازها، محصولاتی با کیفیت و بسته بندی مناسب به بازار عرضه کند. در سال‌های اخیر، با توجه به نگرانی‌ها درباره فله‌فروشی و کاهش کیفیت محصولات کشاورزی، شرکت سحر تصمیم گرفت تا اقدام به راه‌اندازی شرکت شکوفه سحر کند. این تصمیم در تاریخ ۲ آذرماه ۱۳۹۲ با ثبت شرکت تحت شماره ۱۱۲۹۰ در اداره ثبت شرکت‌های همدان به مرحله اجرایی رسید. در فاز اول، زمین به مساحت ۱۵۷۵ متر مربع برای احداث واحد تولید و بسته‌بندی در نظر گرفته شد.

فعالیت‌های شرکت شکوفه سحر

به دلیل ممنوعیت صادرات بسیاری از حبوبات فروش محصولات در حال حاضر فقط با اولویت تأمین بازار داخلی کشور انجام می‌پذیرد. اکنون توزیع و فروش محصولات شکوفه سحر با کمک شرکت پخش مویرگی هلدینگ یعنی شرکت بازرگانی الوند یاران سحر در ۵۲ شعبه فعال در سراسر کشور انجام می‌شود.

صادرات شرکت شکوفه سحر

شرکت شکوفه سحر با تکیه بر نیروی متخصص داخلی و استفاده از فناوری‌های پیشرفته روز دنیا، توانسته است محصولات با کیفیتی مانند میوه‌های خشک، سبزیجات خشک، غلات و ادویه‌جات را به کشورهای مختلف صادر کند. این محصولات در حال حاضر به کشورهای پیشرفته‌ای مانند انگلستان، نروژ، ارمنستان و کانادا ارسال می‌شوند. این گسترش صادرات نه تنها به ارتقای نام برند "سبدچین" در بازارهای بین‌المللی کمک کرده، بلکه نشان‌دهنده تعهد شرکت به ارائه محصولات باکیفیت و مطابق با استانداردهای جهانی است.

واردات مواد اولیه استراتژیک

در کنار فعالیت‌های صادراتی، شرکت شکوفه سحر به‌طور جدی در حوزه واردات نیز فعالیت می‌کند. یکی از اولویت‌های اصلی این شرکت در این زمینه، تأمین زردچوبه مرغوب از کشور هند بوده است. این ماده اولیه استراتژیک برای تأمین نیاز داخلی شرکت برای بسته‌بندی و همچنین فروش B2B در بازارهای داخلی و بین‌المللی وارد می‌شود. علاوه بر زردچوبه، شرکت شکوفه سحر با همکاری شرکت Sahar ru در روسیه، واردات عدس روسی با بهترین کیفیت را انجام می‌دهد تا نیازهای فروش B2B خود را تأمین کند. در راستای این برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، واردات سایر مواد اولیه مانند دارچین، زنجبیل، فلفل سیاه و عدس کانادایی به زودی در دستور کار شرکت قرار خواهد گرفت. این اقدامات نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری و استراتژی‌های هدفمند شرکت شکوفه سحر در راستای تأمین نیازهای بازار داخلی و بین‌المللی است.

شرکت شکوفه سحر در ابتدا فعالیت خود را با بسته‌بندی انواع محصولات غذایی مانند حبوبات، غلات، ادویه‌جات، میوه‌های خشک، سبزیجات خشک، چاشنی‌ها، قند و شکر آغاز کرد. در سال ۱۳۹۵، این محصولات برای اولین بار وارد بازار شدند و از ابتدای سال ۱۳۹۶ محصولات تولیدی این شرکت از طریق شرکت پخش الوند یاران سحر و در کنار محصولات سحر در سراسر کشور توزیع گردید. این حرکت علاوه بر ارتقای سطح کیفیت محصولات، به جلوگیری از فروش فله‌ای و توزیع کالاهای بدون بسته‌بندی بهداشتی کمک کرد.

ظرفیت‌های تولیدی شرکت شکوفه سحر

امروزه، با تکمیل ظرفیت فاز اول، شرکت شکوفه سحر قادر است سالانه ۱۲ هزار تن محصول را بسته‌بندی و توزیع کند. در حال حاضر این شرکت بیش از ۱۵۰ محصول مختلف را با اوزان گوناگون تولید می‌کند. این روند باعث شده است که محصولات شکوفه سحر نه تنها در بازارهای داخلی بلکه در سبد خرید مصرف کنندگان ایرانی در سراسر کشور جایگاه ویژه‌ای پیدا کند.

توسعه شرکت سبدچین

در فاز دوم توسعه طرح، زمینی به وسعت ۲۱۲۵ متر مربع با هدف افزایش ظرفیت تولید و افزایش فضای انبارش در سال ۱۴۰۰ مهیا شد که در سال ۱۴۰۲ به بهره‌برداری رسید. در این فاز ظرفیت سالانه تولید به میزان ۱۲۰ درصد نسبت به فاز اول افزایش یافت که معادل ۲۲ هزار تن در سال است. همچنین مطابق با چشم‌انداز شرکت فاز دوم زمینه را برای فعالیت در بسته‌بندی سایر محصولات مانند بسته‌بندی برنج، چایی و تنقلات و سایر محصولاتی فراهم می‌کند تا به لطف خدا و همت کارکنان بتوانیم سبد کالایی را در این صنعت تکمیل نماییم.

معرفی شرکت شبنم سحر الوند

در راستای ارتقای کیفیت محصولات شرکت صنایع غذایی سحر و بهبود فرآیند تأمین مواد اولیه، شرکت صنایع تبدیلی کشاورزی شبنم سحر الوند تأسیس شد. این شرکت با هدف ارتقای کیفیت مواد اولیه کشاورزی و محصولات کشاورزی وارد شده به شرکت سحر فعالیت خود را آغاز نمود. در این راستا، شبنم سحر الوند تمرکز ویژه‌ای بر ارتقا و بهبود کیفیت مواد اولیه کشاورزی از طریق ارائه خدمات فنی و مهندسی به کشاورزان و گلخانه‌داران طرف قرارداد و ذینفعان خود دارد.

این همکاری‌ها به صورت مستمر و در مقاطع زمانی مختلف ادامه داشته و به ارتقای دانش کشاورزان و بهبود روش‌های تولید کمک کرده است.

ارتباط موثر با باغداران و خدمات فنی و آموزشی

یکی دیگر از دستاوردهای مهم شرکت شبنم سحر، ایجاد ارتباط موثر با باغداران در مناطق مختلف کشور است. این ارتباط نه تنها به ایجاد یک شبکه همکاری پایدار کمک کرده، بلکه به ارائه خدمات فنی و آموزشی به باغداران نیز پرداخته است. نتایج این خدمات را می‌توان در جذب گیلان و آلبالو از مناطق مختلف مانند شهرستان‌های ملایر و دره مرادیگ مشاهده کرد که به موفقیت‌های چشمگیری برای شرکت سحر منجر شده است. این فرآیند آموزش و همکاری‌های پژوهشی، نشان‌دهنده تعهد شرکت شبنم سحر به ارتقاء کیفیت محصولات کشاورزی و حمایت از کشاورزان در تمامی مراحل تولید است.

فعالیت‌های شرکت شبنم سحر

شرکت شبنم سحر با تمرکز بر بهبود کیفیت و بهره‌وری در صنعت کشاورزی، همکاری گسترده‌ای با شرکت‌های تأمین‌کننده نهاده‌های کشاورزی، به‌ویژه بذر، داشته است. این همکاری‌ها باعث پیدایش راهکارهای مؤثر برای بهبود کیفیت محصولات کشاورزی و بهره‌وری بیشتر شده است. به عنوان مثال، یکی از دستاوردهای این شرکت اولویت‌بندی واریته‌های گوجه فرنگی برای تولید انواع محصولات مانند رب گوجه فرنگی، کنسرو گوجه پوست‌کنده و خرد شده بوده است. همچنین این شرکت به فرمولاسیون رژیم تغذیه‌ای گیاهان به صورت بهینه و سلامت محور پرداخته و این فرمول‌ها را میان کشاورزان ترویج داده است، که نتیجه آن افزایش کیفیت محصولات کشاورزی در سال‌های اخیر بوده است. در ادامه، فعالیت‌های شرکت شبنم سحر در تولید محصولات کشاورزی مختلف همچون ذرت شیرین، فلفل هالوپینو، لوبیا چیتی و آفتابگردان قابل ذکر است. همچنین این شرکت با کشت محصولات جدید مانند فلفل، ذرت، گوجه فرنگی و خیار خاردار در مزارع تحقیقاتی خود، به بررسی اثرات عوامل مختلف بر رشد و بهره‌وری این محصولات پرداخته و نتایج آن در واحد تحقیق و توسعه شرکت سحر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. ارتباط موثر و همکاری‌های نزدیک میان شرکت شبنم سحر و واحد تحقیق و توسعه شرکت سحر، بستری مناسب برای بهبود مستمر کیفیت، توسعه محصولات و افزایش راندمان تولید فراهم کرده است.

رویکرد آموزشی و انتخاب کشاورزان خبره

شرکت سحر در فرآیند تأمین محصولات کشاورزی، اهمیت ویژه‌ای به شناسایی کشاورزان خبره و متخصص دارد. به همین دلیل، از طریق ارزیابی کشاورزان و گلخانه‌داران مختلف، توانسته است افراد ماهر و با تجربه را شناسایی کرده و از آن‌ها به عنوان تأمین‌کنندگان اصلی مواد اولیه استفاده کند. علاوه بر این، شرکت سحر به منظور اطمینان از کیفیت بالای محصولات کشاورزی وارده به شرکت، به کشاورزان آموزش‌های تخصصی می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند تا با بهره‌گیری از روش‌های نوین کشاورزی و بهبود فرآیندهای تولید، کیفیت محصولات خود را افزایش دهند.

تمرکز بر مناطق مستعد کشاورزی و باغداری

شرکت شبنم سحر همچنین با شناسایی مناطق مستعد کشاورزی و باغداری در کشور، تلاش کرده است تا در این مناطق، به تولید کنندگان محلی کمک کند تا محصولات با کیفیت‌تری تولید کنند و در نتیجه، کیفیت محصولات کشاورزی وارد شده به شرکت سحر، ارتقا یابد.

رسالت شرکت شبنم سحر

شرکت شبنم سحر با هدف ارتقای کیفیت محصولات کشاورزی، به‌ویژه در حوزه‌های کشاورزی و باغداری، نظارت‌ها و آموزش‌هایی را به‌طور منظم و مستمر از سوی هلدینگ برای مجموعه خود برگزار می‌کند. این آموزش‌ها عمدتاً به صورت گروهی، شامل سمینارهای آموزشی، کلاس‌های حضوری، آموزش‌های مداوم و حتی آموزش چهره به چهره در مزارع به کشاورزان ارائه می‌شود. علاوه بر این، برای تسهیل در فرآیند آموزش و اطلاع‌رسانی، از فضای مجازی نیز استفاده می‌شود تا کشاورزان بتوانند در هر زمان و مکان از اطلاعات و تکنیک‌های نوین بهره‌مند شوند و در نتیجه، ارتقای کیفیت محصولات کشاورزی حاصل گردد.

همکاری با دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی

شرکت شبنم سحر در راستای ارتقاء سطح علمی کشاورزان و همکاران خود، با سازمان‌ها و دانشگاه‌های معتبر کشور همکاری می‌کند. این همکاری‌ها به‌ویژه در زمینه پژوهش‌های علمی و کاربردی و به اشتراک گذاشتن یافته‌های تحقیقاتی، به پیشرفت کشاورزی کشور کمک می‌کند.

از جمله این همکاری‌ها می‌توان به مشارکت با دانشگاه‌های بوعلی سینا همدان، دانشگاه رازی کرمانشاه، مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان همدان و دیگر نهادهای علمی و تحقیقاتی اشاره کرد.

معرفی شرکت صنایع غذایی نیوشه

شرکت صنایع غذایی نیوشه، به‌عنوان یکی از پیشگامان صنعت غذایی ایران، از سال ۱۳۶۹ با هدف ارائه محصولات با کیفیت و دارای استانداردهای بالا فعالیت خود را آغاز کرد. این شرکت زیرمجموعه گروه کارخانجات صنایع غذایی سحر است و برنامه دارد محصولاتی همچون کنسرو، مربا، کمپوت و رب گوجه‌فرنگی را تولید و جایگاه خود را در بازار غذایی ایران تثبیت کند و برای ادامه مسیر در راستای نوآوری و توسعه گام بردارد.

در سال ۱۳۹۹، با تصویب هیأت مدیره و اعضای مجمع، نیوشه به‌منظور گسترش دامنه فعالیت‌ها و ارائه محصولات جدید، تصمیم به ورود به حوزه‌های فراتر از تولیدات مرسوم شرکت سحر گرفت. به‌منظور تحقق این هدف و ایجاد زیرساخت‌های لازم، در سال ۱۴۰۰ زمینی به مساحت ۶۲۰۰ مترمربع در شهرک صنعتی بوعلی همدان شماره ۱ خریداری شد. این پروژه تاکنون پیشرفت فیزیکی ۴۵ درصدی داشته و شامل یک سوله صنعتی به مساحت ۸۰۰ مترمربع و یک ساختمان اداری سه طبقه بسیار مجهز با مساحت ۶۲۰ مترمربع است.

این فرآیند همچنین به افزایش ماندگاری مواد غذایی بدون نیاز به افزودنی‌های نگهدارنده کمک می‌کند و از این طریق به کاهش هدررفت و ضایعات غذایی، به‌ویژه در فصول مختلف برداشت، یاری می‌رساند.

ما در نیوشه همواره خود را ملزم به رعایت استانداردهای بین‌المللی می‌دانیم و هدفمان ارائه محصولاتی است که با نیازهای متنوع بازار داخلی و جهانی هماهنگ باشد. به‌کارگیری فناوری انجماد سریع (IQF) نه‌تنها موجب افزایش سلامت و ایمنی مواد غذایی می‌شود، بلکه ما را قادر می‌سازد تا با حفظ کیفیت و ارزش تغذیه‌ای، محصولاتی را در دسترس مصرف‌کنندگان قرار دهیم که با نیازهای مدرن و زندگی شلوغ امروز سازگار باشد.

چشم‌انداز ما

چشم‌انداز شرکت نیوشه، قرارگیری در میان ۱۰ برند برتر کشور در حوزه انجماد سریع (IQF) و دستیابی به حضور فعال در بازارهای جهانی است. ما بر آنیم تا با تولید طیف متنوعی از محصولات منجمد، از جمله میوه‌ها، سبزیجات و غذاهای آماده، نیازهای مختلف مشتریان داخلی و خارجی را برآورده کنیم و انتخاب اول آنها در این حوزه باشیم.

در مسیر دستیابی به این چشم‌انداز، ما بر توسعه و تقویت زیرساخت‌های تولید و توزیع تمرکز داریم و با ایجاد ارتباطات گسترده و پایدار با شرکای تجاری و شبکه‌های توزیع بین‌المللی، هدف‌گذاری کرده‌ایم تا حضوری رقابتی و موثر در بازارهای خارجی داشته باشیم. این هدف برای ما فرصتی است تا کیفیت برتر محصولات ایرانی را در سطح جهانی به نمایش بگذاریم و با ارائه محصولاتی که استانداردهای بین‌المللی را رعایت می‌کنند، به عنوان یک برند معتبر و شناخته‌شده ایرانی در صنعت غذایی جایگاه خود را تثبیت کنیم.

شرکت نیوشه، با تکیه بر دانش فنی و زیرساخت‌های پیشرفته، در حال حاضر شش طرح توجیه‌پذیر و قابل اجرا را دنبال می‌کند. از میان این طرح‌ها، طرح انجماد سریع (IQF) و تولید سیب زمینی سرخ کرده (فرنچ فرایز) با احداث یک سردخانه ۲۰۰۰ تنی دو منظوره، به‌دلیل اهمیت در بهبود کیفیت و تنوع محصولات، در اولویت قرار دارد. این پروژه‌ها، ظرفیت نیوشه را برای تأمین مواد اولیه تازه و باکیفیت در مقیاس وسیع‌تر افزایش خواهند داد.

نیوشه با معرفی برند "فودچین" به‌عنوان برند اختصاصی، وارد بازار گسترده‌تری شده و به تولید محصولاتی همچون انواع کنسرو، کمپوت، سس، مربا و به‌ویژه محصولات منجمد و فرنچ فرایز می‌پردازد. در راستای توسعه مستمر و بهره‌وری بیشتر، شرکت تا زمان تکمیل زیرساخت‌های ساخت و تولید، برنامه تولید برون‌سپاری با تمرکز بر محصولات منجمد و فرنچ فرایز را در دستور کار دارد.

با تکمیل و راه‌اندازی خط IQF و سردخانه ۲۰۰۰ تنی دو منظوره، نیوشه قادر خواهد بود نقشی اساسی در تأمین مواد اولیه مورد نیاز گروه کارخانجات سحر ایفا کند. این مواد اولیه شامل محصولاتی همچون ذرت منجمد، آلبالوی منجمد، توت‌فرنگی منجمد، نخودفرنگی منجمد و دیگر میوه‌ها و سبزیجات فصلی است که طی فصل برداشت فرآوری و به‌صورت انجماد سریع ذخیره می‌شوند تا در ماه‌های آتی به‌عنوان مواد اولیه تازه در خط تولید شرکت سحر استفاده شوند.

نیوشه با تعهد به کیفیت، نوآوری و توسعه، همواره در تلاش است تا به‌عنوان یکی از برندهای مورد اعتماد و انتخاب اول مصرف‌کنندگان، در عرصه صنعت غذایی بدرخشد.

هاموریت ما

هاموریت شرکت نیوشه، تمرکز بر تولید محصولات غذایی منجمد با بالاترین سطح کیفیت و مطابق با فناوری‌های پیشرفته انجماد سریع (IQF) است. ما متعهد هستیم ارزش و تازگی مواد غذایی و محصولات کشاورزی را از طریق انجماد سریع حفظ کنیم، که به معنای فرآوری محصولات در کوتاه‌ترین زمان پس از برداشت و حفظ خواص طبیعی، ویتامین‌ها و طعم اصلی آنهاست.



علی مرادی اردکانی مدیر کارخانه شرکت صنایع غذایی سحر

۳. توسعه پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی:

ما در قبال محیط زیست، سلامت کارکنان، و جامعه پیرامونی خود، مسؤولیم. به همین منظور، پروژه‌های متعددی در حوزه بهینه‌سازی مصرف انرژی، مدیریت پسماند، و ارتقای ایمنی شغلی در دستور کار قرار گرفته است.

● نقش بی‌بدیل همکاران در مسیر تعالی

اجازه دهید بدون تعارف بگویم: مهم‌ترین مزیت رقابتی ما، حضور شماسست. کارکنانی که نه تنها به وظایف خود واقفند، بلکه با انگیزه، تعلق سازمانی، و روحیه مشارکت‌جویانه، فراتر از انتظار ظاهر می‌شوند. شما با تلاش‌های خستگی‌ناپذیر خود، روح تولید را در کالبد ماشین‌آلات و فرآیندها جاری می‌کنید. از همین رو، حفظ کرامت نیروی انسانی، گوش سپردن به نظرات و پیشنهادهای ایشان، ایجاد فضای گفت‌وگوی سازنده، و فراهم ساختن بستر رشد حرفه‌ای، نه به‌عنوان یک امتیاز، بلکه به‌مثابه یک مسئولیت سازمانی تلقی می‌شود. ما مشتاق شنیدن ایده‌ها، نگرانی‌ها و نگاه‌های خلاقانه شما هستیم. مشارکت فکری، نقد سازنده و هم‌اندیشی، از الزامات توسعه‌یافته‌ترین سازمان‌هاست و ما نیز در این مسیر، پذیرای تغییر و یادگیری هستیم.

● فرهنگ سازمانی؛ هویت پنهان، قدرت آشکار

در کنار اهداف فنی و تولیدی، تقویت فرهنگ سازمانی، یکی از دغدغه‌های جدی ما در سال جاری است. فرهنگی که بر پایه احترام متقابل، صداقت، مسئولیت‌پذیری، شفافیت و روحیه همکاری شکل گرفته و در سخت‌ترین لحظات، به نقطه اتکای سازمان بدل شده است. ما بر آنیم تا این فرهنگ را با تقویت برنامه‌های انگیزشی، گسترش ارتباطات بین‌واحدی، ایجاد فرصت‌های تعامل سازنده و توسعه حس تعلق، بیش از پیش در تار و پود سازمان نهادینه کنیم. ما در آغاز فصلی نو قرار داریم. فصلی که در آن می‌خواهیم تجربه‌های گذشته را به آینده‌ای پویا و هدفمند پیوند بزنیم. آینده‌ای که در آن، رشد سازمانی با تعالی فردی همراه باشد و موفقیت تجاری، در سایه رضایت و رفاه نیروی انسانی شکل بگیرد. بیایید با هم و برای هم، مسیر توسعه را ادامه دهیم.

● نقش سرمایه انسانی در مسیر پیشرفت کارخانه

در جهان امروز که تحولات فناوری، نوسانات اقتصادی و الزامات زیست‌محیطی هر روز ابعاد تازه‌ای می‌یابند، استمرار و پایداری در تولید، تنها با اتکا به منابع انسانی توانمند، سازمان‌یافته و متعهد میسر است. ما در کارخانه، با اتکا بر همین باور، مسیر تعالی را در کنار شما ترسیم کرده‌ایم؛ مسیری که مقصد آن نه فقط ارتقای ظرفیت تولید، بلکه دستیابی به سطحی بالاتر از فرهنگ سازمانی، کیفیت عملکرد و رضایتمندی جمعی است. موفقیت سازمانی، دستاوردی تصادفی نیست، بلکه حاصل هم‌افزایی دانش، تجربه، انگیزه و همکاری تمامی اعضای مجموعه است. بی‌تردید، همکاران ما، در جایگاه اصلی‌ترین رکن توسعه، شایسته آن هستند که در قلب سیاست‌گذاری‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و چشم‌اندازهای راهبردی کارخانه قرار گیرند.

● نگاهی به جایگاه امروز

طی سال‌های اخیر، با همراهی جمعی کارکنان سخت‌کوش، کارخانه توانسته است در بسیاری از شاخص‌های کلیدی تولیدی، عملکردی فراتر از پیش‌بینی‌ها از خود نشان دهد. افزایش بهره‌وری، کاهش ضایعات، رشد کیفی محصولات و گسترش بازارهای هدف، تنها بخشی از ثمرات تلاش‌های شبانه‌روزی شماسست. این دستاوردها گواه روشنی است بر اینکه هر گام رو به جلو، نتیجه مشارکت فعال، احساس مسئولیت فردی و تعهد حرفه‌ای تک‌تک شما بوده است. اما همان‌گونه که تجربه نشان داده است، ایستادن در نقطه موفقیت به معنای پایان مسیر نیست؛ بلکه آغازی است بر مسئولیتی مضاعف برای حفظ، توسعه و تعمیق دستاوردها.

۱. تحول دیجیتال و هوشمندسازی خطوط تولید:

با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و استقرار سیستم‌های هوشمند، به‌دنبال ارتقای دقت، سرعت و شفافیت در فرآیندها هستیم. این اقدام، ضمن کاهش خطاهای انسانی، بستری مناسب برای تحلیل داده‌ها و تصمیم‌گیری مبتنی بر واقعیت‌های تولید فراهم می‌آورد.

۲. توانمندسازی منابع انسانی:

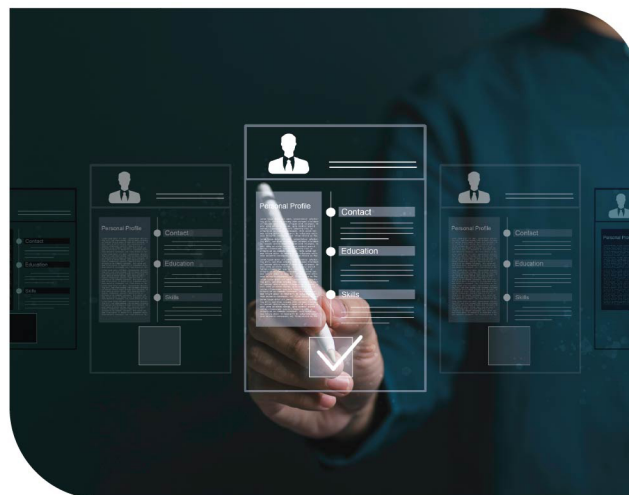
آموزش مستمر، ارتقای مهارت‌های فنی، مدیریتی و نرم، بخشی جدایی‌ناپذیر از سیاست‌های توسعه ماست. اعتقاد ما بر آن است که سرمایه‌گذاری بر نیروی انسانی، سودآورترین نوع سرمایه‌گذاری در هر سازمان تولیدمحور محسوب می‌شود.



محسن نوروزی جانشین مدیر کاخانه شرکت صنایع غذایی سحر

نقش مدیران، سرپرستان و کارکنان در عبور از چالش‌های اقتصادی

در شرایطی که اقتصاد کشور با نوسانات و محدودیت‌های متعددی روبه‌روست، حفظ ثبات و ادامه مسیر رشد برای هر سازمانی نیازمند همکاری همه‌جانبه و رویکردی مسؤولانه از سوی تمامی اعضای مجموعه است. عبور از بحران‌های اقتصادی تنها از طریق تصمیمات کلان مدیریتی ممکن نیست، بلکه مشارکت مؤثر همه افراد، از مدیران ارشد گرفته تا کارکنان خط تولید، ضروری است.



سرپرستان؛ پل ارتباطی و عامل انسجام

سرپرستان در خط مقدم ارتباط با کارکنان قرار دارند. آن‌ها مسؤول اجرای برنامه‌ها و پیگیری اهداف روزانه بوده و نقش مهمی در حفظ روحیه تیم‌ها دارند. در شرایط اقتصادی سخت، سرپرستان باید با صبوری، گفتگو و همراهی، تعادل مناسبی بین اهداف سازمانی و نیازهای پرسنل برقرار کنند. همچنین، سرپرستان می‌توانند پیشنهادات کاربردی و اصلاحی تیم خود را به مدیران منتقل کرده و در تدوین راهکارهای بهبود نقش مشورتی ایفا کنند. مشارکت دادن سرپرستان در تصمیم‌سازی‌ها نه تنها به ارتقای بهره‌وری کمک می‌کند، بلکه حس تعلق و مسئولیت‌پذیری را نیز تقویت می‌کند.

کارکنان؛ نیروی اصلی مقاومت و پایداری

در شرایط بحران اقتصادی، فشار زیادی بر دوش کارکنان قرار می‌گیرد. با این حال، آن‌ها به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه سازمان، می‌توانند با تعهد، دلسوزی و همراهی خود، سازمان را از بحران عبور دهند. مسؤولیت‌پذیری فردی، صرفه‌جویی در منابع، استفاده بهینه از زمان و تلاش برای افزایش کیفیت کار، هر یک گامی مؤثر در مسیر ثبات اقتصادی شرکت است.

کارکنانی که درک درستی از شرایط دارند و با نگاه "ما" به جای "من" در محیط کار حضور دارند، می‌توانند موتور محرک سازمان در روزهای سخت باشند.



مدیران؛ هدایتگران مسیر در طوفان‌های اقتصادی

در دوران دشوار اقتصادی، مدیران به‌عنوان راهنما و قطب‌نما عمل می‌کنند. آن‌ها باید بتوانند با تحلیل درست شرایط، تصمیماتی اتخاذ کنند که نه تنها منافع سازمان را حفظ کند، بلکه دغدغه‌های کارکنان را نیز در بر گیرد. شفاف‌سازی شرایط، ایجاد حس اعتماد، کاهش اضطراب کارکنان و اولویت‌بندی منابع از جمله اقداماتی است که مدیران می‌توانند در این دوران بحرانی انجام دهند.

یکی از مهم‌ترین وظایف مدیران در این دوران، تقویت ارتباط با تیم‌ها و ایجاد انگیزه است. هنگامی که کارکنان بدانند در دل مشکلات تنها نیستند و صدایشان شنیده می‌شود، احتمال مشارکت، انعطاف‌پذیری و هم‌فکری آن‌ها افزایش می‌یابد.



عبور، با همدلی ممکن است

عبور از مشکلات اقتصادی یک پروژه مشترک است. همه اعضای سازمان، صرف‌نظر از جایگاهشان، در این مسیر مسئولیت دارند. ایجاد فضای گفتگو، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، ارایه پیشنهادها، بهبود و حتی حفظ اخلاق حرفه‌ای، همگی ابزارهایی هستند برای ساختن سازمانی مقاوم.

شرکت سحر، در مسیر رشد و پایداری، بیش از هر زمان دیگر به سرمایه انسانی متعهد، همدل و هدفمند نیاز دارد. این سرمایه، نه در ترازنامه مالی، بلکه در رفتار، تلاش و همراهی هر یک از ما نمایان است. اگر امروز با هم بایستیم، فردای روشن‌تری برای سحر خواهیم ساخت.

گام‌هایی که برداشته‌ایم، مسیرهایی که می‌توانیم بسازیم

در ماه‌های گذشته، با وجود محدودیت‌های اقتصادی، شرکت سحر با همراهی مدیران و کارکنان خود توانسته است گام‌های مثبتی بردارد؛ از جمله:

- تدوین و اجرای طرح‌های بهبود بهره‌وری در برخی خطوط تولید.

- استفاده از ظرفیت‌های داخلی برای نگهداری و تعمیر تجهیزات و کاهش وابستگی به تأمین خارجی.

- مشارکت دادن کارکنان در شناسایی هزینه‌های پنهان و راهکارهای صرفه‌جویی.

- تقویت جلسات گفت‌وگوی مستقیم بین مدیریت و کارکنان برای شنیدن دغدغه‌ها و پیشنهادها.

این اقدامات، هرچند در نگاه اول ممکن است کوچک به نظر برسند، اما در مجموع توانسته‌اند بخشی از فشارهای اقتصادی را کاهش دهند و روحیه مشارکت را تقویت کنند.

پیشنهادهایی برای ادامه مسیر

- ایجاد پوشش‌های داخلی صرفه‌جویی در مصرف انرژی، مواد اولیه و زمان.
- راه‌اندازی سامانه پیشنهادهای الکترونیکی برای ایده‌های کاهش هزینه و بهبود کارایی.
- تقدیر از رفتارهای مسئولانه و عملکردهای مؤثر در شرایط دشوار.
- افزایش ارتباطات بین بخشی و تسهیل انتقال تجربیات موفق.
- تداوم آموزش‌های کاربردی برای تقویت مهارت‌های حل مسئله، کار تیمی و تاب‌آوری.
- در نهایت، ما نه فقط همکار، بلکه همراه یکدیگریم در مسیر ساختن سازمانی پایدار، انسانی و موفق.

همدلی، بزرگ‌ترین سرمایه ماست

همدلی و همکاری، بزرگ‌ترین سرمایه ما در عبور از بحران‌ها و دستیابی به موفقیت‌های پایدار است. در کنار هم و با مسئولیت‌پذیری جمعی، می‌توانیم بر چالش‌ها فایق آمده و به آینده‌ای روشن و پیشرفته دست یابیم.



علیرضا عشقی سرپرست واحد فنی شرکت صنایع غذایی سحر

تعمیرات اضطراری (Emergency Maintenance – E.M)

در برخی موارد، علی‌رغم برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات پیشگیرانه، دستگاهی به‌صورت ناگهانی دچار خرابی می‌شود. در این حالت، نقش واحد فنی بسیار پررنگ‌تر شده و نیاز به واکنش سریع و دقیق است تا تولید متوقف نماند و زیان اقتصادی به حداقل برسد. مهارت، آمادگی و تجربه پرسنل در این شرایط بحرانی، تعیین‌کننده کیفیت و سرعت رفع مشکل است.

وظایف محوری و تخصصی واحد فنی

عملکرد واحد فنی تنها به تعمیرات ختم نمی‌شود. این واحد در زوایای مختلف سازمان ایفای نقش می‌کند:

نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات جدید: از زمان ورود تجهیزات به کارخانه تا بهره‌برداری کامل، واحد فنی همراه فرآیند است. بررسی فنی، کالیبراسیون، تست عملکرد و آموزش بهره‌برداران بخشی از این مأموریت است.

بازرسی‌های منظم: ایجاد برنامه‌های منظم بازرسی بر اساس استانداردهای صنعتی و نیازمندی‌های خاص هر سازمان، کمک می‌کند تا نواقص پیش از تبدیل شدن به بحران شناسایی شوند.

افزایش بهره‌وری تجهیزات: با تحلیل داده‌های عملکردی و بررسی نقاط ضعف، راهکارهایی برای بهینه‌سازی سیستم‌ها ارائه می‌شود.

تعامل با واحد کنترل کیفیت: مشکلات فنی که بر کیفیت محصول اثرگذارند، باید سریعاً شناسایی و اصلاح شوند. این همکاری نزدیک، موجب کاهش ضایعات و افزایش سطح کیفی تولید می‌گردد.

مشاوره به واحد تولید: بهره‌برداری صحیح از تجهیزات، نیاز به آموزش و مشاوره مستمر دارد؛ موضوعی که واحد فنی در آن نقش پشتیبان دارد.

نظارت بر کیفیت قطعات یدکی: کنترل ورودی‌های فنی، به‌ویژه قطعات حساس، تأثیر مستقیمی بر عملکرد کلی دارد. واحد فنی باید هم در انتخاب تأمین‌کننده و هم در بررسی کیفیت قطعات ورودی نقش فعال ایفا کند.

همکاری با واحدهای R&D و دفتر فنی: به‌روز بودن با تکنولوژی‌های نو، ارتقای سیستم‌ها، و پیشنهاد راهکارهای خلاقانه، نیازمند تعامل مؤثر با سایر واحدهای فنی و تحقیقاتی است.

نقش کلیدی واحد فنی در پایداری و بهره‌وری تولید

در دنیای پرشتاب و رقابتی امروز، تولید مستمر، باکیفیت و اقتصادی، شاه‌کلید بقا و رشد هر سازمان تولیدی است. در این میان، اگر واحد تولید را قلب تپنده سازمان بنامیم، بی‌تردید واحد فنی را باید به‌عنوان مغز متفکر و ستون فقرات فنی این ساختار در نظر گرفت. نقش این واحد حیاتی، تنها به تعمیر و رفع عیوب خلاصه نمی‌شود، بلکه فراتر از آن، در زمینه پیشگیری از مشکلات، بهینه‌سازی عملکرد، و ارتقاء بهره‌وری سیستم‌های تولیدی، سهم قابل‌توجهی دارد.

مأموریت واحد فنی: تضمین عملکرد پایدار و اثربخش

واحد فنی با تکیه بر نیروی انسانی متخصص، تجربه‌های انباشته شده در طول سالیان و نیز بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، مأموریتی چندلایه و راهبردی را بر دوش دارد. هدف نهایی این واحد، ایجاد شرایطی پایدار برای عملیات تولیدی است؛ به‌نحوی که دستگاه‌ها و تجهیزات با کم‌ترین میزان خرابی، حداکثر کارایی را ارائه دهند. یکی از مهم‌ترین ابعاد مأموریت این واحد، اجرای سیاست‌هایی برای افزایش بهره‌وری خطوط تولیدی است. این موضوع از طریق کاهش زمان‌های ازکارافتادگی، کنترل دقیق هزینه‌های تعمیر و نگهداری، و اجرای برنامه‌های نگهداری پیشگیرانه و اصلاحی محقق می‌شود. چنین رویکردی، به‌ویژه در صنایعی با حجم تولید بالا و زمان‌بندی فشرده، نقشی حیاتی در کاهش هزینه‌های غیرمستقیم و ارتقاء رضایت مشتری دارد.

نگهداری و تعمیرات؛ تقسیم‌بندی عملکردها

برای درک بهتر کارکرد واحد فنی، لازم است با دو نوع اصلی از فعالیت‌های این واحد آشنا شویم:

تعمیرات پیشگیرانه (Preventive Maintenance – P.M)

این نوع از تعمیرات با هدف جلوگیری از بروز خرابی‌های احتمالی برنامه‌ریزی می‌شود. شامل فعالیت‌هایی همچون:

- بازدیدهای دوره‌ای و چک‌لیست‌های ایمنی.
- روانکاری منظم قطعات متحرک.
- تنظیمات فنی جهت حفظ عملکرد بهینه دستگاه‌ها.
- تعویض قطعات مستهلک قبل از رسیدن به آستانه خرابی.



نادر حاجی علی حسن آبادی

مدیر کل امور شعبات
شرکت بازرگانی الوندیاران سحر

طرحواره SCHEMA

طرحواره یا تله ذهنی به چهارچوب‌هایی گفته می‌شود که عمدتاً بر اساس تجربیات ما در دوران کودکی یا رفتار والدین با ما شکل گرفته و به نوعی رفتار و عقاید ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. معمولاً این طرحواره‌ها ما را از تصمیم‌گیری و انتخاب صحیح بازداشتند و باعث می‌شوند تنها اطلاعاتی را که مطابق با این چهارچوب‌هاست حفظ کنیم و در تصمیم‌گیری‌های خود لحاظ نماییم.

به عبارت دیگر طرحواره‌ها مجموعه‌ای از باورها، احساسات و خاطرات هستند. باورهای عمیقی که در دوران کودکی درباره خودمان، دیگران و جهان اطرافمان در ذهن ما شکل گرفته و مجموعاً با الگوهای تکراری همیشه در زندگی ما تجربه شده‌اند.

حتماً داستان فیل را در مثنوی شنیده‌اید، مردمانی که تا آن زمان فیل ندیده بودند، سعی داشتند متوجه شوند که فیل چه شکلی است. از قضا فیل در اتاق تاریکی قرار داشت و تنها راه تشخیص آن لمس او بود. افراد قسمت‌های مختلف بدن فیل را لمس می‌کردند و در مورد ظاهر فیل برداشت‌های متفاوتی داشتند. کسی که گوش‌ها را لمس کرده بود او را شبیه بادبزن توصیف می‌کرد. دیگری خرطوم را لمس کرده و فیل را شبیه ناودان توصیف می‌نمود. آن یکی پاهای او را لمس کرده و او را شبیه درختی تنومند می‌دانست. تمام این برداشتها ناشی از تجربه شخصی هر فرد بود، اما در مجموع صحیح نبود.

در اثر این تجربیات و آسیب‌ها، تله‌هایی در زندگی‌مان ایجاد شده و در ناخودآگاه ما شکل گرفته است که باعث می‌شود در دوران نوجوانی بازآفرینی شوند و این روند چه درست چه غلط ادامه پیدا می‌کند تا اینکه وارد بزرگسالی می‌شویم و به جای اینکه خودمان را با محیط و شرایط جدید تطبیق دهیم و پاسخ جدید پیدا کنیم، در دام طرحواره می‌افتیم و جواب تکراری می‌یابیم.

طرحواره‌ها در لحظات تصمیم‌گیری ممکن است مانند یک میانبر ما را از مسیر سخت‌تر و طولانی‌تر جدا کرده و از طریق یک مسیر کوتاه به تصمیم‌گیری برسانند، در حالی که مشخص نیست این تصمیم تا چه اندازه صحیح است.

مثال بارز این تکرار اشتباهات، مواقعی است که مثلاً در ادامه آشنایی و رابطه با فردی به مشکل می‌خوریم و بعد از تکرار یک سری اختلافات و اشتباهات می‌گوییم که این هم مثل بقیه تو زرد از آب درآمد یا می‌گوییم این هم مثل بقیه مشکل داشت و... در حالی که در اکثر موارد این طرحواره ما بوده که منجر به شکل‌گیری یک خطای تکراری و مشابه شده است. البته تشخیص این مسأله به این سادگی نیست و از فردا در هر اختلافی که با هر فردی پیدا می‌کنید نگویید که شما دچار یک طرحواره هستید.

نکته مثبت مسأله این است که طرحواره‌ها قابل شناسایی هستند و می‌شود ریشه آنها را پیدا نمود و با کشف آن، متوجه می‌شویم که در چه موقعیت‌هایی خود را بیشتر نشان می‌دهند و سعی در کنترل و مهار آنها کنیم.

اما نکته سخت و دشوار مسأله این است که تغییر یا حذف طرحواره‌ها بسیار دشوار است، چون در قریب به اتفاق موارد، در باورهای افراد، به صورت بنیادین ریشه می‌دانند.

انواع طرحواره

طرحواره بازداری هیجانی	طرحواره استحقاق یا بزرگ منشی
طرحواره معیارهای سرسختانه	طرحواره رهاشدگی
طرحواره تنبیه	طرحواره محرومیت
طرحواره منفی گرایی	طرحواره بی اعتمادی
طرحواره آسیب پذیری	طرحواره وابستگی
طرحواره تایید طلبی	طرحواره انزوای اجتماعی
طرحواره توسعه نیافته	طرحواره شکست
طرحواره اطاعت	طرحواره شرم و نقص
	طرحواره ایثار



کامران گلپایگانی

سرپرست واحد حسابداری مالی
شرکت صنایع غذایی سحر

اهمیت کنترل موجودی

موجودی کالا، یکی از پرهزینه‌ترین مؤلفه‌های سرمایه در گردش شرکت‌های مبتنی بر محصول به‌شمار می‌آید. کنترل دقیق موجودی باعث می‌شود سازمان‌ها از یک سو، از هزینه‌های ناشی از خرید بیش‌ازحد جلوگیری کرده و از سوی دیگر از کمبود اقلام مورد نیاز نیز مصون بمانند. سیستم‌های مدرن کنترل موجودی، با تحلیل داده‌های لحظه‌ای، امکان اتخاذ تصمیم‌های هوشمندانه در خصوص زمان و میزان سفارش را فراهم می‌سازند. این کنترل هوشمند، بستری مناسب برای افزایش سود، کاهش خواب سرمایه و تقویت جریان نقدی شرکت فراهم می‌کند.

کنترل موجودی؛ نگاه داده‌محور به مدیریت منابع

فرآیند کنترل موجودی شامل مجموعه‌ای از روش‌ها و ابزارهایی است که با هدف سازمان‌دهی دقیق کالاها، پیش‌بینی تقاضا، تحلیل شکاف‌ها و ارزیابی عملکرد طراحی شده‌اند. بسیاری از سازمان‌های پیشرو، از شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIs) برای سنجش کارایی انبار و بهینه‌سازی سطح موجودی استفاده می‌کنند.

در مقابل، برخی کسب‌وکارها به دلیل ترس از کمبود، اقدام به ذخیره‌سازی بیش‌ازنیاز می‌کنند؛ موضوعی که نه تنها منجر به هزینه‌های نگهداری بالا می‌شود، بلکه در بلندمدت احتمال آسیب‌دیدگی یا از بین رفتن کالاها را نیز افزایش می‌دهد. اینجاست که تعادل در سطح موجودی، نقش یک استراتژی حیاتی را ایفا می‌کند.

سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین انبارداری، سرمایه‌گذاری بر آینده سازمان است. رویکردهای سنتی دیگر پاسخگوی نیازهای متغیر بازار نیستند. آنچه امروز تفاوت میان یک سازمان موفق و یک سازمان ایستا را رقم می‌زند، توانایی درک و به‌کارگیری فناوری برای افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌هاست.

انبار هوشمند، تنها یک انتخاب فناورانه نیست، بلکه مسیری است برای دستیابی به چابکی عملیاتی، رضایت مشتری و سودآوری پایدار.

تحول در انبارداری؛ آینده‌ای هوشمند در مدیریت موجودی

در دنیای پرشتاب امروز، انبار دیگر تنها مکانی برای نگهداری کالا نیست؛ بلکه به قلب تپنده زنجیره تأمین تبدیل شده است. سازمان‌هایی که به دنبال افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و ارتقای دقت عملیاتی هستند، ناگزیر به بازنگری در ساختار سنتی انبارداری و حرکت به‌سوی راهکارهای نوین و فناورانه‌اند. در این نوشتار، به معرفی مهم‌ترین ایده‌های انبارداری مدرن و نقش آنها در ارتقای عملکرد سازمان می‌پردازیم.

۱. سیستم‌های مدیریت یکپارچه و هوشمند

یکی از مؤثرترین گام‌ها در نوسازی زیرساخت انبار، استقرار یک سامانه مدیریتی یکپارچه (ERP) است که امکان تبادل داده در لحظه را میان واحدهای مختلف نظیر انبار، فروش، حسابداری و مدیریت فراهم می‌سازد. این یکپارچگی نه تنها از بروز خطاهای انسانی و تداخل اطلاعات جلوگیری می‌کند، بلکه سرعت تصمیم‌گیری‌های کلان را نیز به شکل چشمگیری افزایش می‌دهد.

۲. کنترل هوشمند موجودی با فناوری‌های نوین

استفاده از سیستم‌های هوشمند مبتنی بر بینایی ماشین، هوش مصنوعی و پردازش تصویر به انبارها این امکان را می‌دهد که تغییرات موجودی را به‌صورت خودکار شناسایی و ثبت کنند. این سیستم‌ها با بهره‌گیری از دوربین‌ها و اسکنرهای پیشرفته، ورود و خروج کالا از قفسه‌ها را بدون دخالت انسانی ثبت کرده و دقت موجودی را تا حد بالایی تضمین می‌کنند.

۳. اتوماسیون در جابجایی کالا

به‌کارگیری تجهیزات مکانیزه نظیر نوار نقاله‌ها، ریل‌کشی‌ها و پلتفرم‌های حمل خودکار، فرآیند جابجایی کالا را به شکل قابل توجهی تسهیل و تسریع کرده‌اند. این فناوری‌ها، به‌ویژه در انبارهای بزرگ و پررفت‌وآمد، مانند مراکز توزیع دیجی‌کالا، نقش بسزایی در افزایش سرعت، کاهش نیروی انسانی و بهبود بهره‌وری ایفا می‌کنند.

۴. ربات‌ها؛ نیروی کار نسل آینده

ربات‌ها با ورود به دنیای انبارداری، چهره این صنعت را دگرگون ساخته‌اند. لیفتراک‌های خودران و ربات‌های جابجاکننده کالا، بدون نیاز به اپراتور انسانی، قادرند اقلام را از محل ذخیره‌سازی برداشته و به محل مشخص منتقل کنند.



محسن لتکائی

سرپرست واحد حسابداری خزانة
شرکت صنایع غذایی سحر

● از نظر شما، مهم‌ترین دستاوردهایی که در طول این سال‌ها در شرکت سحر به آن‌ها دست یافته‌اید، چه مواردی هستند؟
فعالیت در سمت‌های بالاتر و انجام امور حساس و کلیدی، از جمله مهم‌ترین دستاوردهای من بوده است.

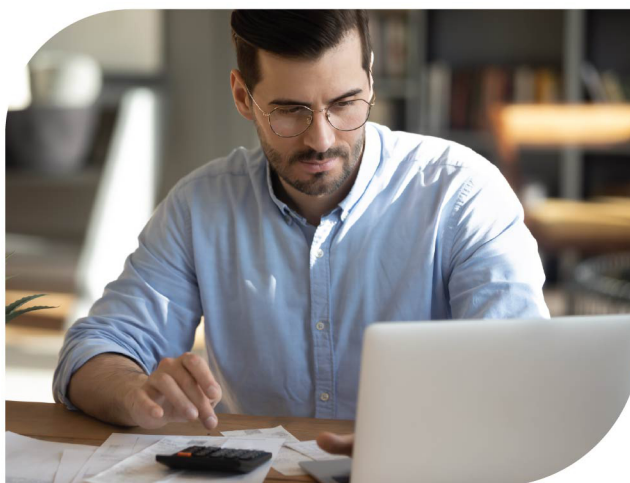
● در این مدت با چه چالش‌های مهمی در مسیر شغلی خود مواجه شده‌اید و چگونه توانستید بر آن‌ها غلبه کنید؟
بزرگ‌ترین چالش، فشارهای روحی و روانی زیاد در بخش‌های مختلف کاری بود. در هر مرحله‌ای استرس خاص خودش را تجربه کردم، اما با تفکر و صبر توانستم از این چالش‌ها عبور کنم.

● با توجه به سابقه‌تان در این صنعت، به نظر شما چه ویژگی‌ها و مهارت‌هایی برای فردی که در این عرصه فعالیت می‌کند، ضروری است؟
مهم‌ترین عامل، تجربه است. علم و دانش در جای خود ارزشمند است، اما در این صنعت، آن‌چه باعث موفقیت واقعی می‌شود، تجربه عملی است.

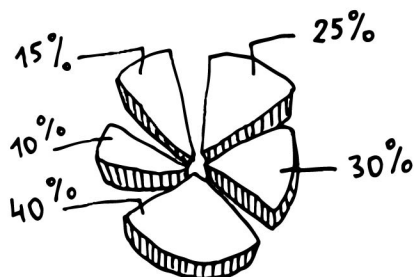


● لطفاً خودتان را معرفی کنید و بفرمایید چگونه وارد شرکت سحر شدید و چه زمانی به این مجموعه پیوستید؟
محسن لتکائی هستم. در تاریخ ۱۳۷۹/۰۲/۰۱ در شرکت سحر مشغول به کار شدم. کارم را از واحد تولید، بخش تخلیه گوجه آغاز کردم و در ادامه در بخش‌های مختلفی از جمله انبار، پخش محصولات، خرید، امور بانکی و تسهیلات مشغول به فعالیت بوده‌ام.

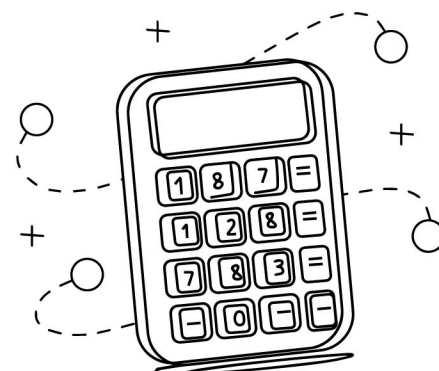
● با توجه به سابقه ۲۵ ساله در این شرکت، به نظر شما چه عواملی باعث موفقیت شرکت سحر در این سال‌ها شده است؟
بی‌تردید، مهم‌ترین عوامل موفقیت شرکت سحر همدلی، وحدت بین کارکنان و تلاش بی‌وقفه همکاران در تمام سطوح سازمان بوده است.



● آیا در این سال‌ها نقشی که در شرکت داشته‌اید، تغییراتی داشته است؟ اگر بله، لطفاً به اختصار بیان کنید.
بله، من در سمت‌ها و حوزه‌های مختلفی فعالیت داشتم و تمام آن‌ها را بدون آموزش رسمی و با پیگیری شخصی از ابتدا تا انتها یاد گرفتم. این تغییر نقش‌ها باعث شد تجربه‌ای عمیق و جامع در بخش‌های مختلف شرکت به‌دست بیاورم.



Sahar Food Accounting



● چه چالش‌ها یا فرصت‌هایی را در آینده پیش‌بینی می‌کنید که شرکت سحر و کارکنان آن باید به آن توجه کنند؟
مهم‌ترین مسأله، پرداخت به‌موقع حقوق کارکنان است. این موضوع بر روحیه و عملکرد آن‌ها تأثیر مستقیم دارد.

● با توجه به تجربیات طولانی‌تان، چه توصیه‌ای برای همکاران جوان‌تر و کسانی که به تازگی وارد این صنعت می‌شوند دارید؟

تا می‌توانند تلاش و کوشش کنند. با پشتکار می‌توان به همه‌جا رسید.

● با توجه به تغییر و تحولات سریع در صنعت، به نظر شما شرکت سحر چگونه باید خود را برای مواجهه با چالش‌های آینده آماده کند؟
با ایجاد شرایط کاری بهتر و آسان‌تر برای کارکنان و افزایش حمایت‌های سازمانی بهتر می‌تواند با چالش‌ها مواجه شود.

● آیا پروژه خاصی در این مدت بوده که تأثیر بسزایی در مسیر شغلی شما داشته باشد؟

بله، پروژه‌های زیادی را خودم از صفر تا صد انجام دادم. از جمله امور مربوط به ثبت شرکت‌ها، تأیید صورت‌جلسه‌ها و انجام فرآیندهایی که در چند سال اخیر سامانه‌ای شده‌اند و همچنان هم ادامه دارند.

● در طول ۲۵ سال حضور در شرکت سحر، شاهد چه تغییرات یا پیشرفت‌هایی در فرهنگ سازمانی و ساختار شرکت بوده‌اید؟

شرکت سحر همیشه در مسیر پیشرفت حرکت کرده و به‌نوعی می‌توان گفت مسیر آن یک خط مستقیم رو به جلو بوده است.

● از دیدگاه شما، چه عواملی باعث شده که شرکت سحر در بازار رقابتی این صنعت به رشد و پیشرفت دست یابد؟
بی شک، کیفیت همیشه حرف اول را در شرکت سحر زده است.

● چگونه عملکرد مدیریت شرکت در این سال‌ها بر پیشرفت شغلی شما و همچنین رشد شرکت تأثیرگذار بوده است؟
مدیریت با دیدن و شناخت توانایی همکاران، زمینه‌ساز رشد افراد و در نهایت پیشرفت شرکت بوده است.

● چه عاملی باعث شده پس از ۲۵ سال، همچنان به شرکت سحر وفادار باشید و در این زمان طولانی در آن باقی بمانید؟
شرکت سحر برای من مثل فرزندی است که همراه من بزرگ شده. با وجود تمام سختی‌ها، همان‌طور که انسان فرزندش را با وجود تمام دردها دوست دارد، من هم به سحر وفادار مانده‌ام.



راضیه بیگلری

مدیر تولید
شرکت صنایع غذایی سحر

فرآیند تولید پس از طراحی فرمولاسیون و برنامه‌ریزی تولید، با مرحله دریافت و کنترل کیفیت مواد اولیه آغاز می‌شود. در این مرحله، کلیه مواد ورودی شامل میوه‌ها، سبزیجات، ادویه‌جات و سایر ترکیبات مورد نیاز، تحت آزمایش‌های دقیق فیزیکی، شیمیایی و میکروبیولوژیکی قرار می‌گیرند. برای مثال، میوه‌های وارد شده به خط تولید کمپوت باید از نظر میزان رسیدگی، شاخص بریکس (میزان قند) و عدم آلودگی به آفت‌کش‌ها بررسی شوند. این مرحله از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است چرا که کیفیت نهایی محصول به شدت تحت تأثیر کیفیت مواد اولیه قرار دارد.



پس از تأیید کیفیت مواد اولیه، مرحله آماده‌سازی و پیش‌پردازش آغاز می‌شود. در خط تولید کنسروها، سبزیجات و میوه‌ها پس از شستشوی اولیه با آب آشامیدنی، وارد فرآیندهای پوست‌گیری، هسته‌گیری و برش می‌شوند. در این مرحله از دستگاه‌های پیشرفته‌ای مانند پوست‌کن‌های بخاری یا مکانیکی استفاده می‌شود که حداقل آسیب را به بافت محصول وارد می‌کنند. برای محصولاتی مانند ترشیجات، مرحله نمک‌سود کردن اولیه انجام می‌شود که به حفظ بافت و طعم محصول کمک شایانی می‌کند.

فرآیند تولید در صنایع غذایی:

نگاهی علمی به خط تولید کنسروها، ترشیجات و سس‌ها: صنعت تولید مواد غذایی به عنوان حلقه اتصال بین کشاورزی و مصرف‌کننده، نقشی حیاتی در تأمین سلامت و امنیت غذایی جامعه ایفا می‌کند. در این مقاله به بررسی جامع فرآیند تولید محصولات متنوعی مانند کنسروها، کمپوت‌ها، مرباها، ترشیجات و سس‌های گرم و سرد می‌پردازیم که هر کدام نیازمند دانش فنی خاص و کنترل دقیق پارامترهای تولید هستند.

طراحی فرمولاسیون و برنامه‌ریزی تولید

هر فرآیند تولیدی با طراحی فرمولاسیون آغاز می‌شود. این مرحله شامل تعیین دقیق نسبت مواد اولیه، افزودنی‌های مجاز، و پارامترهای فرآیندی است. برای مثال در تولید سس‌های امولسیونی مانند **مایونز**، تعیین نسبت دقیق روغن به آب (فاز آبی)، از اهمیت حیاتی برخوردار می‌باشد. این نسبت با استفاده از امولسیفایرهایی مانند لسیترین تخم مرغ یا امولسیفایرهای گیاهی پایدار می‌شود.

در محصولات اسیدی مانند **ترشیجات**، PH محصول باید به دقت کنترل شود تا از رشد میکروارگانیسم‌های بیماری‌زا جلوگیری شود.



SAHAR FOOD

پس از اتمام فرآیندهای حرارتی، محصولات وارد مرحله خنک کاری می شوند. این مرحله به ویژه برای کنسروها حیاتی است، چرا که خنک کاری سریع می تواند باعث تغییر شکل قوطی و خنک کاری آهسته ممکن است بر کیفیت محصول تأثیر منفی بگذارد. پس از خنک کاری، محصولات تحت بررسی های نهایی کیفیت قرار می گیرند که شامل تست های میکروبیولوژیکی، آزمایش های شیمیایی و ارزیابی های حسی می شود. در نهایت، محصولات تأیید شده وارد مرحله بسته بندی و انبار می شوند. در این مرحله، شرایط انبارداری از جمله دما، رطوبت و مدت زمان نگهداری به دقت کنترل می شود تا کیفیت محصول تا رسیدن به دست مصرف کننده حفظ شود. تولید صنعتی مواد غذایی ترکیبی از علم و هنر است که نیازمند دانش فنی عمیق، کنترل دقیق پارامترهای فرآیندی و توجه به جزئیات است. با به کارگیری فناوری های نوین و استفاده از مهندسی فرآیند، میکروبیولوژی، شیمی مواد غذایی و مدیریت کیفیت و سیستم های کنترل کیفیت پیشرفته، می توان محصولاتی با کیفیت عالی، ایمن و مطابق با سلیقه مصرف کننده تولید کرد. این صنعت به طور مستمر در حال پیشرفت است و روش های جدیدی برای بهبود کیفیت، افزایش ماندگاری و کاهش ضایعات در حال توسعه هستند. آینده این صنعت به سمت تولید هوشمند، شخصی سازی محصولات و توسعه روش های پایدار در حال حرکت است که نیازمند سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه می باشد.

مرحله بعدی، فرآیندهای حرارتی و پخت است که برای هر گروه از محصولات متفاوت است. در تولید کنسروها، پس از پر کردن قوطی ها با مواد اولیه و افزودن سس یا آب نمک، محصول وارد دستگاه های استریلیزاسیون مانند اتوکلاو می شود. در این دستگاه ها، محصول تحت دمای حدود ۱۲۱ درجه سانتیگراد و فشار کنترل شده قرار می گیرد تا کلیه میکروارگانیسم ها از بین بروند. زمان این فرآیند با توجه به نوع محصول و اندازه بسته بندی به دقت محاسبه می شود تا هم ایمنی محصول تضمین شود و هم کیفیت حسی آن حفظ گردد.



برای محصولاتی مانند کمپوت و مربا، فرآیند پخت در دیگ های دو جداره تحت خلأ انجام می شود. این روش به حفظ رنگ، طعم و ارزش غذایی میوه ها کمک می کند. کنترل دقیق دما و زمان در این مرحله از تشکیل کریستال های شکر و تغییر رنگ محصول جلوگیری می کند. در تولید سس ها نیز فرآیند امولسیون سازی و پخت از اهمیت ویژه ای برخوردار است. دستگاه های همگن کننده با ایجاد ذرات ریز و یکنواخت، به پایداری سس و جلوگیری از جدا شدن فازها کمک می کنند.



معرفی شرکت بکتاش تامین

شرکت تعاونی تولید کنندگان محصولات غذایی

حوزه فعالیت‌ها

بکتاش تامین به‌طور تخصصی در زمینه تامین مواد اولیه ضروری صنایع غذایی، دارویی و بهداشتی فعالیت می‌کند. از جمله این مواد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- انواع روغن
- شکر
- گندم و آرد
- اسید سیتریک
- شیر خشک
- گلیسرین
- پروپیلن گلیکول
- سوربیتول
- نشاسته
- مشتقات کاکائو
- رنگ‌ها و اسانس‌ها
- گلوکز، دکستروز، فروکتوز
- افزودنی‌های مجاز خوراکی

شرکت تعاونی تامین نیاز تولیدکنندگان محصولات غذایی بکتاش تامین (با شناسه ملی ۱۰۳۲۰۷۷۹۸۹۶) در سال ۱۳۹۱ با سرمایه گذاری و مشارکت جمعی از کارخانجات معتبر فعال در حوزه صنایع غذایی تأسیس شد. این شرکت، با هدف ایجاد اشتغال پایدار و تامین مواد اولیه مورد نیاز صنعت غذا، فعالیت حرفه‌ای خود را آغاز کرده و تاکنون به عنوان یکی از تعاونی‌های موفق و پیشرو در کشور شناخته می‌شود.

سهامداران و اعضای اصلی شرکت:

- صنایع غذایی سحر همدان
- شرکت صنعتی زر ماکارون
- صنایع غذایی مانا
- شرکت بیسکولارج (درنا)
- شرکت فرآیند فرآوری زیستی
- صنایع غذایی فراچاشت (فافا)
- شرکت ارس پر بنیس
- شرکت مهشاد یزد
- شرکت فرآورده‌های غذایی آذرنوش شکوفه
- شرکت تعاونی نگارین سپیدار سبز فرهنگ





همچنین، شرکت با بهره‌گیری از ظرفیت‌های تولیدی موجود، اقدام به تولید برخی محصولات با برند ثبت‌شده بکتاش تأمین کرده است. از جمله این محصولات می‌توان به روغن زیتون (فرابکر، بکر و بکر معمولی) و کنسرو زیتون شور سبز درشت (باهسته) اشاره کرد که به تولید انبوه رسیده‌اند و در سطح استانی و ملی توزیع می‌شوند.

برند و اعتبار

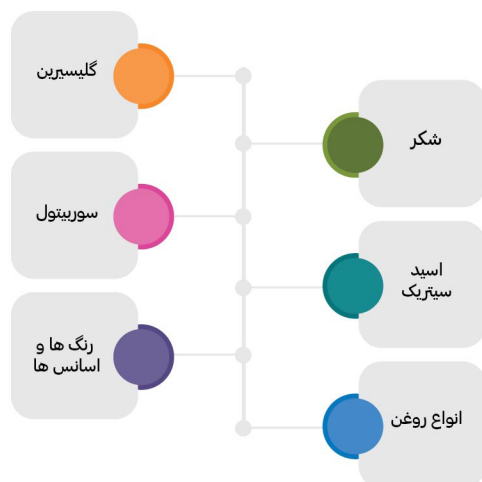
بکتاش تأمین جزو معدود تعاونی‌های دارای برند تجاری معتبر و طراحی‌شده منحصربه‌فرد است. فعالیت هدفمند، تلاش نظام‌مند و هم‌افزایی میان اعضای این تعاونی منجر به موفقیت‌های چشمگیر و قرار گرفتن در لیست تعاونی‌های برتر ملی در جشنواره‌های استانی و ملی، به‌ویژه در استان تهران شده است.

اهداف و چشم‌انداز

اهداف اصلی شرکت بکتاش تأمین:

- ترویج و تحکیم مشارکت و همکاری عمومی
- تأمین نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضا و کمک به تحقق عدالت اجتماعی
- پاسخ‌گویی به نیازهای حرفه‌ای و شغلی اعضا در حوزه صنایع غذایی

لیست محصولات شاخص:





● بررسی علمی ترکیبات و فرآیند تولید سس‌های سرد

همچنین یکی دیگر از نقش‌های تخم‌مرغ در فرآورده‌های غذایی امولسیفیکاسیون است و فرآورده‌های زرده تخم‌مرغ به دلیل وجود امولسیفایر لسیتین از جمله بهترین امولسیفایرهای غذایی می‌باشند این در حالی است که میزان کلسترول بالا، اسیدهای چرب اشباع، خطر آلودگی محصول به باکتری سالمونلا، زمان ماندگاری پایین و قیمت بالای تخم‌مرغ از جمله معایب استفاده از آن در تولید مواد غذایی است. از سوی دیگر گرایش افراد جامعه به مواد غذایی رژیمی برای جلوگیری از افزایش وزن و حفظ سلامت، توجه بسیاری از محققین و تولیدکنندگان را به سمت حذف این ترکیب در فرمولاسیون مواد غذایی به‌خصوص سس‌ها جلب نموده است. اگرچه به دلیل نقش کلیدی تخم‌مرغ در تولید سس، می‌بایست جایگزین مناسبی برای آن انتخاب شود تا علاوه بر کاهش مصرف تخم‌مرغ، ویژگی‌های کمی و کیفی محصول نظیر بافت، طعم، رنگ و غیره نیز حفظ گردد.

در سال‌های اخیر به دلیل عادات جدید تغذیه‌ای، کمبود وقت در جامعه امروزی و آسانی مصرف غذاهای آماده، مصرف این غذاها افزایش چشم‌گیری داشته است. این فرآورده‌ها اکثراً به صورت منجمد و عمدتاً دارای سس هستند. همچنین تمایل به خوردن سالاد به عنوان غذای سالم افزایش پیدا کرده است. با توجه به افزایش مصرف سالاد، استفاده از انواع سس‌ها و مایونز نیز افزایش می‌یابد.

سس‌ها از محصولات پرمصرف خوراکی در سراسر دنیا هستند که در کشورهای مختلف با ذائقه‌های گوناگون مصرف می‌شوند. در واقع سس سالاد فرآورده غذایی امولسیفیه شده نیمه جامد یا ویسکوز و یا روان است که از روغن گیاهی خوراکی، ماده اسیدی کننده، تخم‌مرغ و سایر ترکیبات اختیاری (مانند نمک، شیرین کننده کربوهیدرات، ادویه، منو سدیم گلوتامات، رب گوجه‌فرنگی، پوره گوجه‌فرنگی، نشاسته خوراکی یا آرد گندم، انواع سبزی، فرآورده‌های لبنی) تهیه می‌شود. سس سالاد یک امولسیون روغن در آب بوده و معمولاً دارای ۶۳ تا ۶۵ درصد روغن است. امولسیون‌های روغن در آب از ذرات بسیار ریز روغن که در فاز آبی پراکنده هستند، تشکیل شده‌اند. امولسیون سس با مخلوط شدن تخم‌مرغ، سرکه و دیگر مواد و سپس افزودن آرام روغن به آن تهیه می‌شود. در این میان وجود تخم‌مرغ در سس باعث ایجاد ساختمان امولسیونی و قوام برای محصول نهایی می‌شود.

در تهیه سس زرده تخم‌مرغ یا تخم‌مرغ کامل به شکل تازه، منجمد، نمک‌دار و یا پودر خشک به کار می‌رود. تخم‌مرغ دارای نقش‌های اصلی امولسیون‌کنندگی، تثبیت‌سازی، طعم‌دهندگی و رنگ‌زایی در سس است. این ماده تقریباً حاوی ۵۷ درصد آب، ۲۱/۵ درصد پروتئین، ۲۱ درصد چربی و مقدار ناچیزی کربوهیدرات است. تخم‌مرغ به دلیل داشتن ترکیباتی که خاصیت کف‌کنندگی و قابلیت انعقاد دارند به مواد غذایی اضافه می‌شود تا بافت، ساختمان، رنگ و وضعیت ظاهری آنها را بهبود بخشد.





استفاده از این ترکیبات در فرمولاسیون سس سالاد فساد میکروبی در این محصولات را کاهش می‌دهد، با توجه به میزان بالای روغن در این فرآورده‌ها، احتمال اکسیداسیون بالاست. سیستم گلوکزاکسیداز-کاتالاز می‌تواند با حذف اکسیژن موجود، پایداری اکسیداتیو در سس سالاد ایجاد کند

سس‌های سالاد از پر طرفدارترین محصولات امولسیون روغن در آب هستند که در میزان روغن (20-56%) و ویسکوزیته با هم تفاوت دارند. سس سالاد فرآورده امولسیونی است که از روغن‌های گیاهی خوراکی، اجزای اسیدی، زرده تخم مرغ یا تخم مرغ کامل و خمیر نشاسته نسبتاً پخته شده و اجزای دیگر تهیه می‌شود. نشاسته در این سس‌ها به عنوان سفت کننده مصرف می‌شود. خمیر نشاسته مورد استفاده برای تولید سس سالاد از حرارت دادن نشاسته طبیعی یا اصلاح شده و آب در دمای ۹۰ درجه سانتی‌گراد به دست می‌آید. خمیر نشاسته پیش از مصرف باید تا دمای ۲۰-۷۲ درجه سانتی‌گراد سرد گردد. نشاسته از آب انداختن و شکستن امولسیون جلوگیری کرده و پایداری فیزیکی سس را بهبود می‌بخشد. نمک، شیرین کننده و ادویه‌های مختلف مانند خردل و پاپریکا نیز در تولید این سس‌ها به کار می‌روند.

برای تولید سس سالاد ابتدا خمیر نشاسته با آب را حرارت می‌دهند تا سفتی مناسبی پیدا کند، سپس سرکه را به آن اضافه کرده و در انتها قبل از امولسیفیکاسیون روغن، تخم مرغ و سایر مواد را اضافه می‌کنند.

نفیسه لطفیان

سرپرست واحد تحقیق و توسعه
شرکت صنایع غذایی سحر

مایونز یک امولسیون نیمه جامد است که از مخلوط کردن زرده تخم مرغ، سرکه، روغن (75-84% w/w) و ادویه‌ها (به ویژه خردل) تهیه می‌شود. نمک، شکر یا شیرین کننده‌ها نیز در تهیه مایونز مورد استفاده قرار می‌گیرند. طعم اصلی مایونز از خردل است که دارای تیوسیانات است. تیوسیانات‌ها با افزودن اسید سیتریک در فاز آبی پایدار می‌شوند.

مایونز یکی از قدیمی‌ترین و پر کاربردترین سس‌ها در جامعه امروزی است. مایونز نخستین بار در سال ۱۹۰۰ تولید شد و مصرف آن در آمریکا بین سال‌های ۱۹۱۷ و ۱۹۲۷ افزایش پیدا کرد و اخیراً مصرف آن در ژاپن حدود ۲۱% افزایش یافته است. برای تهیه مایونز ابتدا زرده تخم مرغ، سرکه و خردل با هم مخلوط شده و در ادامه روغن به این پیش مخلوط اضافه می‌شود. علت این امر آن است که اگر در ابتدا روغن نیز با سایر ترکیبات مخلوط شود، امولسیون آب در روغن ایجاد می‌شود.

در روش تولید مایونز، امولسیون حاوی قطرات روغن که بسیار به هم فشرده شده‌اند، ایجاد می‌شود. در امولسیون ایده آل شامل قطرات کروی که به هم فشرده شده‌اند و فاز پیوسته بین قطرات وجود دارد، میزان فاز پراکنده می‌تواند حداکثر ۷۴% کل حجم باشد. در حالی که میزان روغن در مایونز می‌تواند ۷۵% یا بیشتر باشد. این امر بدین معنی است که قطرات روغن از حالت طبیعی خود خارج شده‌اند. این حالت فشرده باعث ایجاد برهم کنش قوی بین قطرات فاز پراکنده می‌شود. مجموع این فاکتورها باعث می‌شود که مایونز ویسکوزیته بالایی داشته باشد.

به دلیل PH پایین، غلظت زیاد نمک و یا شکر و میزان چربی زیاد، معمولاً مایونز و سس‌ها نسبت به فساد میکروبی پایدار هستند. ولی گروه‌های خاصی از میکرو ارگانیسم‌ها مانند لاکتوباسیلوس‌ها، قارچ‌ها و مخمرها توانایی رشد در مایونز و سس‌ها و ایجاد فساد در این فرآورده را دارند. مونو استر اسیدهای چرب ساکارز و متیل گلوکز دارای خاصیت ضد میکروبی هستند.



مهدی تریثیان

کارشناس سیستم واحد کنترل کیفیت
شرکت صنایع غذایی سحر

مزایای سیستم سازی در کنترل کیفیت

اجرای یک رویکرد سیستماتیک برای کنترل کیفیت مزایای بی شماری را ارائه می‌دهد. از جمله: سازگاری و استانداردسازی: سیستم‌سازی ثبات و استانداردسازی را در فرآیندهای کنترل کیفیت ارتقا می‌دهد، تغییرات را کاهش می‌دهد و از یکنواختی کیفیت محصول یا خدمات اطمینان می‌دهد.

بهره‌وری بهبود یافته: سیستم‌سازی با ساده‌سازی فرآیندها و حذف افزونگی‌ها، کارایی در فعالیت‌های کنترل کیفیت را افزایش می‌دهد که باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه برای سازمان‌ها می‌شود.

بهبود کیفیت محصول یا خدمات: سیستم‌سازی به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا مسائل مربوط به کیفیت را به‌طور سیستماتیک شناسایی و رسیدگی کنند که منجر به بهبود کیفیت محصول یا خدمات و افزایش رضایت مشتری می‌شود.



تشخیص و پیشگیری از خطا: سیستم‌سازی به تشخیص زودهنگام و پیشگیری از خطاها یا نقص‌ها کمک می‌کند. با اجرای بازرسی‌های کنترل کیفیت به خوبی تعریف شده در طول چرخه عمر تولید/خدمات، سازمان‌ها می‌توانند مسائل را در مراحل اولیه شناسایی و رسیدگی کنند.

سیستم کنترل کیفیت یک جنبه حیاتی برای اطمینان از محصولات یا خدمات سازگار، قابل اعتماد و با کیفیت است. پذیرش سیستم‌سازی به‌عنوان یک بهبود مستمر، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا با تقاضاهای متغیر بازار سازگار شوند و مزیت رقابتی را در چشم‌انداز کیفیت محور حفظ کنند. استقرار سیستم کنترل کیفیت مستلزم برنامه‌ریزی و اجرای دقیق آن است. از جمله:

• **ارزیابی فرآیندهای جاری:** سازمان‌ها باید فرآیندهای کنترل کیفیت موجود را برای شناسایی نقاط قوت، ضعف و زمینه‌های بهبود ارزیابی کنند. این ارزیابی به تعیین دامنه و الزامات تلاش‌های سیستم‌سازی کمک می‌کند.

• **توسعه رویه‌های عملیاتی استاندارد:** رویه‌های عملیاتی استاندارد به وضوح تعریف شده (SOP) نقش حیاتی در سیستم‌سازی دارند. سازمان‌ها باید SOPهای جامعی را توسعه دهند که دستورالعمل‌های گام‌به‌گام را برای فعالیت‌های کنترل کیفیت ترسیم کنند.

• **آموزش و ارتباطات:** آموزش و ارتباطات مناسب برای سیستم سازی موفق ضروری است. سازمان‌ها باید به کارکنانی که در فرآیندهای کنترل کیفیت دخیل هستند، آموزش بدهند تا مطمئن شوند که رویه‌های تعیین‌شده را درک کرده و به آن پایبند هستند.





روش DMAIC: یک چارچوب حل مسأله ساختاریافته است که در پروژه‌های شش سیگما استفاده می‌شود.

مخفف عبارت Define, Measure, Analyze, Improve, and Control می‌باشد. این روش یک رویکرد سیستماتیک برای شناسایی حوزه‌های مشکل، اندازه‌گیری عملکرد فرآیند، تجزیه و تحلیل داده‌ها، پیاده‌سازی بهبودها و ایجاد کنترل‌هایی برای حفظ بهبودها ارائه می‌کند.

تعیین کردن اهداف عملکرد: شش سیگما اهداف عملکرد را بر اساس نیازهای مشتری تعیین می‌کند و از آن‌ها به عنوان معیاری برای بهبود استفاده می‌کند. هدف دستیابی به سطح عملکرد فرآیند ۳-۴ نقص در هر میلیون فرصت (DPMO) است که با سطح سیگما ۶ مطابقت دارد.

همکاری متقابل: پروژه‌های شش سیگما اغلب شامل تیم‌های متقابل است که شامل افراد از بخش‌ها یا حوزه‌های تخصصی مختلف می‌شود. همکاری و کار تیمی برای هدایت ابتکارات بهبود و اعمال تغییرات در سراسر سازمان ضروری است. با پیروی از متدولوژی شش سیگما، سازمان‌ها می‌توانند به پیشرفت‌های قابل توجهی در کیفیت، رضایت مشتری و کارایی عملیاتی دست یابند. این یک رویکرد ساختاریافته و مبتنی بر داده برای حل مسأله، بهبود مستمر و دستیابی به برتری فرآیند ارائه می‌دهد.

سخن پایانی

کنترل کیفیت مهم‌ترین بخش کارخانه‌های تولیدی است. زیرا کیفیت محصولات به تأیید همه آزمایش‌های انجام شده روی نمونه‌ها بستگی دارد.

کنترل کیفیت (Quality Control) به دستورالعمل‌های اعمال شده توسط متخصصان کنترل کیفیت برای ارزیابی جامع یک محصول صنعتی اشاره دارد. در فرآیند کنترل کیفیت، ظاهر محصولات، ابعاد و اندازه‌های استاندارد و بسیاری از عوامل دیگر به دقت ارزیابی می‌شود. پس با استقرار دقیق و مناسب سیستم در کنترل کیفیت یک سازمان، می‌توان به رشد و تحولات ساختاری عظیمی رسید.

انطباق و مدیریت ریسک: سیستم‌سازی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا استانداردها، مقررات و الزامات مشتری را رعایت کنند. با ادغام فرآیندهای کنترل کیفیت در یک چارچوب سیستماتیک، سازمان‌ها می‌توانند اطمینان حاصل کنند که محصولات یا خدمات آن‌ها استانداردهای کیفی لازم و تعهدات قانونی را رعایت می‌کنند.

بهبود مستمر: سیستم سازی مروج فرهنگ بهبود مستمر در یک سازمان است. با ایجاد حلقه‌های بازخورد، انجام بازبینی‌های منظم و تجزیه و تحلیل داده‌های کنترل کیفیت، سازمان‌ها می‌توانند روندها، الگوها و زمینه‌های بهبود را شناسایی کنند. فرآیندهای کنترل کیفیت سیستماتیک، اجرای اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه را امکان‌پذیر می‌کند.

روش شش سیگما

روش شش سیگما یک رویکرد منضبط و مبتنی بر داده برای بهبود فرآیند و مدیریت کیفیت است. هدف آن شناسایی و حذف سیستماتیک عیوب یا تغییراتی است که باعث خطا، کاهش کارایی و تأثیر بر کیفیت کلی می‌شود. نام «شش سیگما» به اصطلاح آماری سیگما اشاره دارد که نشان‌دهنده یک انحراف استاندارد است و برای اندازه‌گیری تغییرات فرآیند استفاده می‌شود.

اصول کلیدی روش شش سیگما عبارتند از:

تمرکز بر نیازهای مشتری: شش سیگما بر درک و برآورده کردن انتظارات مشتری با همسو کردن بهبود فرآیند با نیازها و ترجیحات آن‌ها تأکید دارد.

تصمیم‌گیری مبتنی بر داده: این روش بر جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها برای تصمیم‌گیری آگاهانه و شناسایی زمینه‌های بهبود تکیه دارد. ابزارها و تکنیک‌های آماری برای اندازه‌گیری عملکرد فرآیند، شناسایی علل ریشه‌ای نقص‌ها و اعتبارسنجی بهبودها استفاده می‌شوند.

قابلیت و پایداری فرآیند: هدف شش سیگما دستیابی به قابلیت فرآیند است، به این معنی که اطمینان حاصل شود فرآیندها قادر به ارائه مداوم خروجی‌ها در محدوده‌های مشخص شده هستند. همچنین بر پایداری فرآیند، به حداقل رساندن تغییرات و کاهش احتمال نقص تمرکز دارد.



محمد حسنون

کارشناس آزمایشگاه شیمی و کالیبراسیون واحد کنترل کیفیت
شرکت صنایع غذایی سحر

اهمیت کالیبراسیون

کالیبراسیون دقت و کیفیت اندازه‌گیری‌های ثبت شده با استفاده از یک قطعه از تجهیزات را تعریف می‌کند. با گذشت زمان، هنگام استفاده از فناوری‌های خاص یا اندازه‌گیری پارامترهای خاص مانند دما و رطوبت، نتایج و دقت تمایل به «رانش» وجود دارد. برای اطمینان از نتایج اندازه‌گیری شده، نیاز مداوم به حفظ کالیبراسیون تجهیزات در طول عمر آن برای اندازه‌گیری‌های قابل اعتماد، دقیق و قابل تکرار وجود دارد.

به طور کلی کالیبراسیون به سه روش قابل اجراست. روش اول کالیبراسیون برای به دست آوردن خطا و ثبت نتایج حاصله است. روش دوم کالیبراسیون روش اول را در برگرفته و علاوه بر آن نتایج حاصله با استاندارد و دستورالعمل مقایسه شده و وضعیت وسیله نیز از جهت قبول یا رد آن مشخص می‌شود. روش سوم کالیبراسیون روش دوم را در برگرفته و تنظیم، تعمیر یا حذف خطای ایجاد شده را نیز در برمی‌گیرد.

مزایای کالیبراسیون در صنعت عبارتند از:

- ۱- **افزایش دقت:** کالیبراسیون تجهیزات اندازه‌گیری و کنترلی می‌تواند دقت اندازه‌گیری را بهبود بخشد و خطاهای اندازه‌گیری را کاهش دهد.
 - ۲- **بهبود کیفیت:** با داشتن تجهیزات دقیق و کالیبره شده، کیفیت محصولات بهبود، و خطاها و نواقص فرآیند تولید کاهش می‌یابد.
 - ۳- **کاهش هزینه‌ها:** با کاهش خطاهای تولیدی و بهبود کیفیت محصولات، هزینه‌های بیشتری برای بازگشت محصولات خراب و تعمیرات پس از فروش صرفه‌جویی می‌شود.
 - ۴- **افزایش اعتماد:** با داشتن تجهیزات کالیبره شده و دقیق، مشتریان و مصرف‌کنندگان به محصولات شما اعتماد بیشتری خواهند داشت.
 - ۵- **پایبندی به استانداردها:** با کالیبره کردن تجهیزات، شما به استانداردهای مربوط به صنعت خود پایبند خواهید بود و از رعایت قوانین و مقررات مربوط به صنعت خود اطمینان خواهید داشت.
- به طور کلی، کالیبراسیون در صنعت بسیار مهم است و بهبود دقت، کیفیت و کاهش هزینه‌ها را به همراه دارد.

کالیبراسیون Calibration عبارت است از مقایسه یک دستگاه اندازه‌گیری با یک استاندارد و تعیین میزان خطای این وسیله نسبت به آن و در صورت لزوم تنظیم دستگاه در مقایسه با استانداردهای مربوطه. هر وسیله‌ای که برای اندازه‌گیری به کار می‌رود و در روش‌های اجرایی به استفاده از آن اشاره شده است، نیاز به تعیین صحت و دقت یا کالیبراسیون دارد.

دستگاه‌های اندازه‌گیری باید به طور دوره‌ای کالیبره شوند. گذشت زمان، فرسودگی و حوادث غیر قابل پیش بینی باعث می‌شوند تا قابلیت ردیابی نتایج آنها با استانداردها زیر سؤال رفته و نیازمند تأیید مجدد باشند.

هدف کالیبراسیون ایجاد نظامی مؤثر به منظور کنترل صحت و دقت پارامترهای مترولوژیکی دستگاه‌های آزمون و وسایل اندازه‌گیری و کلیه تجهیزاتی است که عملکرد آنها بر کیفیت فرآیند تأثیرگذار می‌باشد. این کار به منظور اطمینان از تطابق اندازه‌گیری‌های انجام شده با استانداردهای جهانی مورد استفاده قرار می‌گیرد.



اهداف اصلی کالیبراسیون

- اطمینان از قرائت‌هایی که از دستگاه صورت می‌گیرد.
- تعیین درستی مقادیر خوانده شده از دستگاه.
- استقرار قابلیت ردیابی دستگاه به استانداردهای مرجع.



حسین حسین خانی کارشناس بهداشت محیط واحد HSE شرکت صنایع غذایی سحر

سموم پاپروتیرئید برای استفاده در مصارف بهداشتی و صنایع غذایی مناسب هستند. به دلیل کم خطر بودن این سموم برای انسان‌ها، استفاده بهینه از آن‌ها در کارخانجات صنایع غذایی معمول است. مکانیزم اثر این سموم مشابه عصاره گل داوودی یا گل پیرترین می‌باشد که در برابر نور تجزیه می‌شوند. مهم‌ترین کاربرد این سموم در مبارزه با حشرات است و همانند سایر سموم، مکانیسم اثر آن‌ها از طریق سیستم عصبی موجودات صورت می‌گیرد. حداکثر میزان مجاز باقی‌مانده این سموم در محصولات، ۰/۵ میلی‌گرم بر کیلوگرم است.

در شرکت صنایع غذایی سحر، از سموم هلاک‌فلائی بیت و فاکورات پلیت استفاده می‌شود. سم هلاک به دلیل داشتن ۱٪ ماده پرمترین و ترکیب چندین نوع پاپروتیرئید، طیف وسیعی از حشرات را هدف قرار می‌دهد. این سم به دلیل خاصیت جذب حشرات، قادر است حشرات پنهان در پناهگاه‌های خود را نیز از بین ببرد. برای جذب بیشتر حشرات، در این سم از ترکیباتی مانند متومیل ۱٪، تریکوسن ۰/۲۵٪ و بیترکس ۰/۰۱٪ استفاده شده است.

سم موش‌کش پلیت فاکورات، طعمه‌ای است که حاوی ۰/۰۵ درصد ماده مؤثر برودیفاکوم می‌باشد. این ماده، از نسل دوم مواد ضد انعقادی است که با مصرف مقدار ناچیزی از آن توسط جانور هدف، موجب مرگ بر اثر خونریزی داخلی می‌گردد.

پلیت فاکورات ضد رطوبت بوده و برای محیط‌های خشک و مرطوب مناسب است. میزان سمیت آن با مقدار ۵۰ LD معادل ۴۲۱۴ میلی‌گرم بر کیلوگرم گزارش شده است.



سم‌شناسی

سم به هر ماده‌ای اطلاق می‌شود که با تأثیر بر فرآیندهای زیستی، موجب مرگ، ناتوانی موقت یا آسیب دائمی در جوندگان، حشرات یا سایر حیوانات گردد. سموم می‌توانند خطرناک باشند، زیرا هنگام ورود یا تماس با بدن موجودات زنده، قادر به ایجاد آسیب‌های جدی هستند. از این رو، یکی از روش‌های مؤثر در مقابله با جانوران موزی، جوندگان و حشرات، استفاده از سموم می‌باشد. بنابراین، آگاهی از نحوه استفاده صحیح از سموم و تعیین میزان یا دوز مناسب مصرف آن‌ها، همچنین پایداری سموم، از مهم‌ترین مراحل پیش از انجام سم‌پاشی در محیط‌های مختلف به شمار می‌آید.

بطور کلی، مکانیسم اثر سموم به سه دسته اصلی تقسیم می‌شود:

۱. عصبی
۲. گوارشی
۳. فیزیکی

مهم‌ترین مکانیسم اثر سموم، از طریق سیستم عصبی موجودات است. سموم همچنین می‌توانند بر اساس ترکیبات و اجزای سازنده خود به دسته‌های مختلفی تقسیم شوند که از جمله آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. سموم کلره
۲. سموم فسفره
۳. سموم کاربامات
۴. سموم پاپروتیرئید
۵. سموم بیولوژیکی

سموم عمدتاً از راه **گوارش، تماس پوستی یا تنفسی** وارد بدن می‌شوند. به دلیل پایداری بسیار بالا، سموم کلره و فسفره برای مصارف بهداشتی ممنوع هستند. در مقابل، سموم کاربامات نسبت به دو دسته نخست، سمیت کمتری دارند و به عنوان بازدارنده‌های آنزیمی عمل می‌کنند. پادزهر سموم کاربامات، **سولفات دوآتروپین** است.



شقایق جادریان

کارشناس واحد تحقیق و توسعه
شرکت صنایع غذایی سحر

۱. طراحی قدیمی یا خسته کننده

چنانچه طرح بسته‌بندی در مقایسه با گرایش‌ها و متدهای روز طراحی، قدیمی به نظر می‌رسد، بایستی به روز رسانی شود. به عنوان مثال، چند سال قبل شاید همین که بسته‌بندی زیبا باشد کافی بود و نظر مصرف‌کننده را جلب می‌کرد، اما امروزه خلاقانه بودن بسته‌بندی و استفاده از ایده‌های گرافیکی یا عکاسی مهم است. پس با گذشت زمان باید متوجه تغییرات در تمایل مشتریان باشیم. استفاده از چه اشکال و ایده‌هایی می‌تواند ذهن مشتری را ترغیب کند تا به محصول نگاه کرده و آن را بخرد. همچنین باید دقت کنیم که بسته‌بندی محصول نباید آن قدر تغییر کند که مصرف‌کننده دیگر آن را نشناسد، چون اعتبار برند را خدشه‌دار می‌کند.

چه زمانی بسته‌بندی یک محصول نیاز به تغییر دارد؟

بهبود بسته‌بندی‌های اولیه و ثانویه در سبک محصولات شرکت صنایع غذایی سحر همانند بهبود محصول تولیدی، یکی از اهداف اصلی واحد تحقیق و توسعه این شرکت است. اطمینان از انتقال پیام درست، دادن حس ارزشمند بودن به مصرف‌کننده و متمایز سازی محصول از رقبای، هنگام به‌روز رسانی بسته‌بندی، بسیار مهم است. بسته‌بندی، نخستین چیزی است که مصرف‌کنندگان به آن توجه می‌کنند؛ به همین خاطر باید از لحاظ دیداری جذاب باشد.



اگر از دیدگاه معرفی یک محصول خاص به بازار هدف بنگریم، ظاهر محصول، تعیین‌کننده به فروش رفتن یا باقی ماندن در قفسه است. یک محصول متوسط می‌تواند با بهره‌مندی از طراحی عالی در بازار موفق باشد در حالی که یک بسته‌بندی با طراحی ضعیف حتی می‌تواند به بهترین محصول آسیب برساند.

اگر بسته‌بندی، غیر واضح، قدیمی یا خسته‌کننده باشد نمی‌توان آن را با موفقیت بازاریابی نمود. از همین رو، تغییرات به موقع همان اندازه مهم هستند که خود ظاهر طراحی! برخی از شرکت‌ها بسته‌بندی محصولات خود را در یک دوره زمانی خاص اصلاح می‌کنند تا ظاهری تازه و به روز داشته باشند، اما شناسایی نشانه‌هایی که در ادامه به آنها می‌پردازیم نیز می‌تواند در اعمال به موقع تغییرات، ما را یاری نماید.





سیر تحول در
نحوه بسته بندی
محصولات سحر

هویت برند حفظ شود. در این صورت، استراتژی تغییر بسته‌بندی ما، با اولویت‌های مصرف‌کننده، تحول یافته و با اهداف پایداری در فروش و بهبود کارایی و کاهش ضایعات نیز همسو می‌شود.

۴. قوانین جدید و نیاز صنعت

تغییرات جدید در قوانین ممکن است پس از معرفی و عرضه محصول به بازار تصویب شود. به عنوان مثال می‌توان از طرح حذف حد روادای یا تغییر رنگ و ابعاد علامت استاندارد نام برد که بسیاری از طرح‌های محصولات سازمان پیش از اعلام این طرح، چاپ شده بودند و تغییرات اعلامی سازمان استاندارد موجب بازنگری و به روز رسانی طرح‌های لیبل و کارتن محصولات شد. افزون بر این، نمایندگان فروش نیز می‌توانند تقاضای تغییرات کنند چرا که بعضی از محصولات، عملکرد ضعیفی در شلف داشته‌اند و یا با توجه به نیاز روز، بایستی طرح‌های جدید برای بسته‌بندی محصول در نظر گرفته شود.

واحد تحقیق و توسعه شرکت صنایع غذایی سحر با همکاری واحدهای فروش، بازاریابی و خرید برای بازطراحی بسته بندی محصولات از طریق شناسایی نقاط قوت و ضعف آن‌ها و دریافت بازخوردهای برگرفته از نظر مشتریان همواره در تلاش برای بهبود است. برجسته سازی محصول با کمک بسته‌بندی آن، نیازمند صرف دانش، تجربه و مهارت افراد متخصص است. در اعمال تغییرات، می‌توان ظاهر بسته را در صورت نیاز به‌روز نمود تا از انتقال پیام درست به مصرف‌کننده و تقویت اعتبار برند مطمئن شویم و همچنین حس ارزشمند بودن و مصرف یک کالای ایرانی با کیفیت را به مشتری ارایه نماییم.



۲. تغییر بسته بندی محصولات رقبا

گاهی مشتریان به محصولات جایگزینی روی می‌آورند که اگرچه به لحاظ کیفی نمره پایین‌تری می‌گیرند ولی بسته بندی شیک‌تری دارند. در چنین شرایطی باید تغییرات بسته بندی آن‌ها از جنبه‌های گوناگون بررسی شود و اگر با روندهای فعلی بازار مطابقت دارد، طراحی بسته‌بندی محصول خود را به‌روز نماییم. همزمان باید مطمئن شویم که هرگونه تغییری در هماهنگی کامل با هویت و ارزش‌های برند باشد. با اعمال به موقع تغییراتی از این قبیل، می‌توان شرکت و محصول خود را از رقبای متمایز ساخت. محصولات خرده‌فروشی بیشتر در بسته‌های مقوایی، پاکت، کیسه، ساشه، جعبه‌های سخت، قوطی و جار ارائه می‌شوند که تغییر طراحی هریک نیازمند صرف زمان و هزینه زیادی است. لذا پایش بسته بندی محصولات موجود در بازارهای داخلی و خارجی می‌بایست به صورت مداوم صورت گیرد تا در صورت نیاز به اعمال تغییرات، زمان کافی برای اعمال تغییر به موقع وجود داشته باشد.

۳. هزینه بسته بندی

تأثیر زمان بر هزینه‌های مواد اولیه بسته بندی قابل توجه است. چنانچه سود کسب و کار در شرایط فروش پایدار، هر سه ماه کمتر شود نشان می‌دهد که یکی از گزینه‌های مورد بررسی باید بسته‌بندی محصولات باشد. اگر نشانه‌هایی از قدیمی بودن یا ناکارآمدی طرح بسته‌بندی یافتیم، نمی‌توان بلافاصله منابع سازمان را صرف تغییر در بسته‌بندی محصولات کرد. چنین تغییراتی باید به صورت استراتژیک در نظر گرفته شود تا هزینه را به حداقل برساند و در عین دارا بودن کیفیت، تجربه مشتری و



SAHAR FOOD

معصومه حسینی

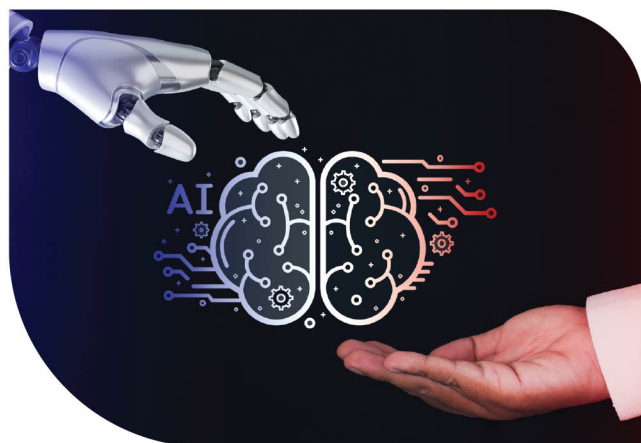
کارشناس دیتا واحد بازاریابی
شرکت صنایع غذایی سحر

۳. مدیریت روابط مشتریان (CRM):

هوش مصنوعی با ادغام در سیستم‌های مدیریت روابط مشتریان، شخصی‌سازی تعاملات و پیش‌بینی رفتارهای مشتری را تسهیل می‌کند. این قابلیت موجب افزایش وفاداری مشتریان و بهبود تجربه کاربری آن‌ها می‌شود.

۴. هدف‌گذاری تبلیغات:

الگوریتم‌های هوش مصنوعی مخاطبان هدف را با دقت بیشتری شناسایی می‌کنند و تبلیغات را متناسب با نیازها و علایق آن‌ها بهینه‌سازی می‌نمایند. این امر نرخ بازگشت سرمایه تبلیغاتی (ROI) را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد.



۵. پیش‌بینی فروش و تحلیل رقبا:

هوش مصنوعی امکان پیش‌بینی دقیق الگوهای فروش و شناسایی نقاط قوت و ضعف رقبا را فراهم می‌آورد. این اطلاعات استراتژیک، مزیت رقابتی محسوسی را برای برندها ایجاد می‌کند.

۶. اتوماسیون بازاریابی:

اتوماسیون فرآیندهای بازاریابی به کمک هوش مصنوعی، نه تنها زمان و منابع را بهینه‌سازی می‌کند، بلکه دقت و کارایی در مدیریت کمپین‌های بازاریابی را نیز افزایش می‌دهد.

تأثیر هوش مصنوعی در بازاریابی و مدیریت اطلاعات برند

هوش مصنوعی (AI) به‌عنوان یکی از محرک‌های اصلی تحول دیجیتال، نقشی بی‌بدیل در بازاریابی مدرن و مدیریت اطلاعات برند ایفا می‌کند. این فناوری با قابلیت‌های پیشرفته خود در تحلیل داده‌ها، پیش‌بینی روندها و ارتقای تعاملات مشتری، افق‌های نوینی را پیش‌روی سازمان‌ها قرار داده است. در این مقاله، تأثیرات هوش مصنوعی بر بازاریابی و مدیریت اطلاعات برند، همراه با چالش‌های مرتبط، مورد بررسی قرار می‌گیرد.



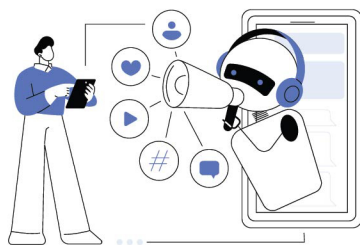
تحول در بازاریابی با هوش مصنوعی

۱. تحلیل داده‌های بزرگ (big data analytics):

هوش مصنوعی توانایی تحلیل حجم عظیمی از داده‌های چند بعدی را دارد و از این طریق، الگوهای پنهان و اطلاعات عملیاتی ارزشمندی را آشکار می‌کند. این توانایی به شرکت‌ها کمک می‌کند استراتژی‌های بازاریابی خود را بر مبنای داده‌های دقیق و مستند تنظیم کنند.

۲. پردازش زبان طبیعی (NLP):

فناوری پردازش زبان طبیعی با تحلیل مکالمات، متن‌ها و بازخوردهای مشتریان، به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا نیازها و تمایلات مشتریان را با دقت بیشتری درک کنند. این تکنیک برای شناسایی احساسات، تحلیل نظرات و پیش‌بینی رفتارهای مشتری به کار می‌رود.



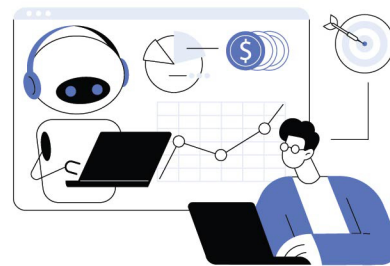
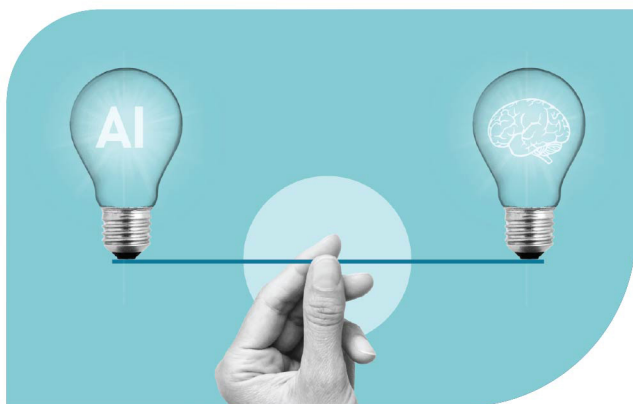
مشتریان را افزایش می‌دهد، بلکه برند را به عنوان پیشگامی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی معرفی می‌کند.

مزیت رقابتی استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی

سازمان‌هایی که از هوش مصنوعی به صورت شفاف و اخلاقی استفاده می‌کنند، در بازار رقابتی امروز از مزیت بیشتری برخوردار خواهند بود. این رویکرد، علاوه بر تقویت وفاداری مشتریان، اعتبار برند را نیز ارتقا می‌بخشد. بهره‌گیری استراتژیک از هوش مصنوعی، عملکرد کسب و کارها را بهینه‌سازی کرده و ارتباطات پایدار و معتبری میان برندها و مشتریان ایجاد می‌کند.

نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی به عنوان نیروی محرک تحول بازاریابی مدرن، با ارائه ابزارها و راهکارهای پیشرفته، تجربه مشتریان را ارتقا داده و بهره‌وری سازمان‌ها را بهبود بخشیده است. آینده اعتماد به برندها در دنیای مبتنی بر هوش مصنوعی به شفافیت و مسئولیت‌پذیری بستگی دارد. برندهایی که این اصول را در اولویت قرار دهند، نه تنها در بازار رقابتی پیشتاز خواهند بود، بلکه ارتباطات عمیق‌تر و مطمئن‌تری با مشتریان برقرار خواهند کرد.



ارتقای تجربه مشتری با هوش

مصنوعی

هوش مصنوعی سطح تجربه مشتری را با ارائه خدمات شخصی‌سازی‌شده به‌طور قابل‌توجهی ارتقا داده است. تحقیقات نشان می‌دهد که بیش از ۴۵ درصد مشتریان برای یافتن اطلاعات برندها، از ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی نظیر چت‌بات‌ها و دستیارهای مجازی استفاده می‌کنند. این ابزارها با ارائه پاسخ‌های سریع و دقیق، رضایت مشتریان را افزایش می‌دهند.

برآوردها نشان می‌دهند که تا سال ۲۰۲۵، هوش

مصنوعی ۹۵ درصد تعاملات مشتری را مدیریت خواهد کرد.

این تحول، ضمن کاهش هزینه‌های عملیاتی، نمایندگان انسانی را برای رسیدگی به مسائل پیچیده‌تر آزاد می‌کند. شواهد حاکی از آن است که استفاده از هوش مصنوعی در خدمات مشتری، میانگین ارزش سفارش‌ها را تا ۴۷ درصد افزایش داده و سطح رضایت مشتریان را به‌طور چشمگیری بهبود بخشیده است.

چالش‌های شفافیت و اعتماد

با وجود مزایای گسترده هوش مصنوعی، چالش‌هایی همچون شفافیت، امنیت داده‌ها و اخلاقیات استفاده از این فناوری همچنان مطرح هستند. سازمان‌ها باید فرآیندهای مبتنی بر هوش مصنوعی را شفاف‌سازی کنند و کنترل بیشتری به کاربران ارائه دهند. این شفافیت شامل اطلاع‌رسانی درباره نحوه جمع‌آوری، پردازش و استفاده از داده‌ها است که اعتماد مشتریان را تقویت می‌کند.

اخلاقیات و مسئولیت‌پذیری در استفاده از هوش مصنوعی

اهمیت رعایت اصول اخلاقی در کاربردهای هوش مصنوعی، با افزایش نقش آن در تعاملات برند و مشتری، بیشتر شده است. سازمان‌ها ملزم به ایجاد ساز و کارهایی هستند که ضمن تضمین امنیت داده‌ها، تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی را شفاف و قابل توضیح کنند. رعایت این اصول نه تنها اعتماد



معرفی همکاران شعبه فروش چالوس

حسن مویدی
موزع

سینا کریمی
فروشنده

فرشاد کیا
فروشنده

امیر ستوده
سرپرست

آرمین امیرحسینی
مدیر شعبه

زری زارع
فروشنده

یاسمن اکبری نیا
حسابدار

فاطمه نادری
فروشنده

نعیم رحمان صفت
راننده

علیرضا هرسیج
فروشنده



معرفی همکاران شعبه فروش بابل





محمد ناروکی مدیرعامل شرکت کیمیا پخش بلوچستان

سخن مدیرعامل

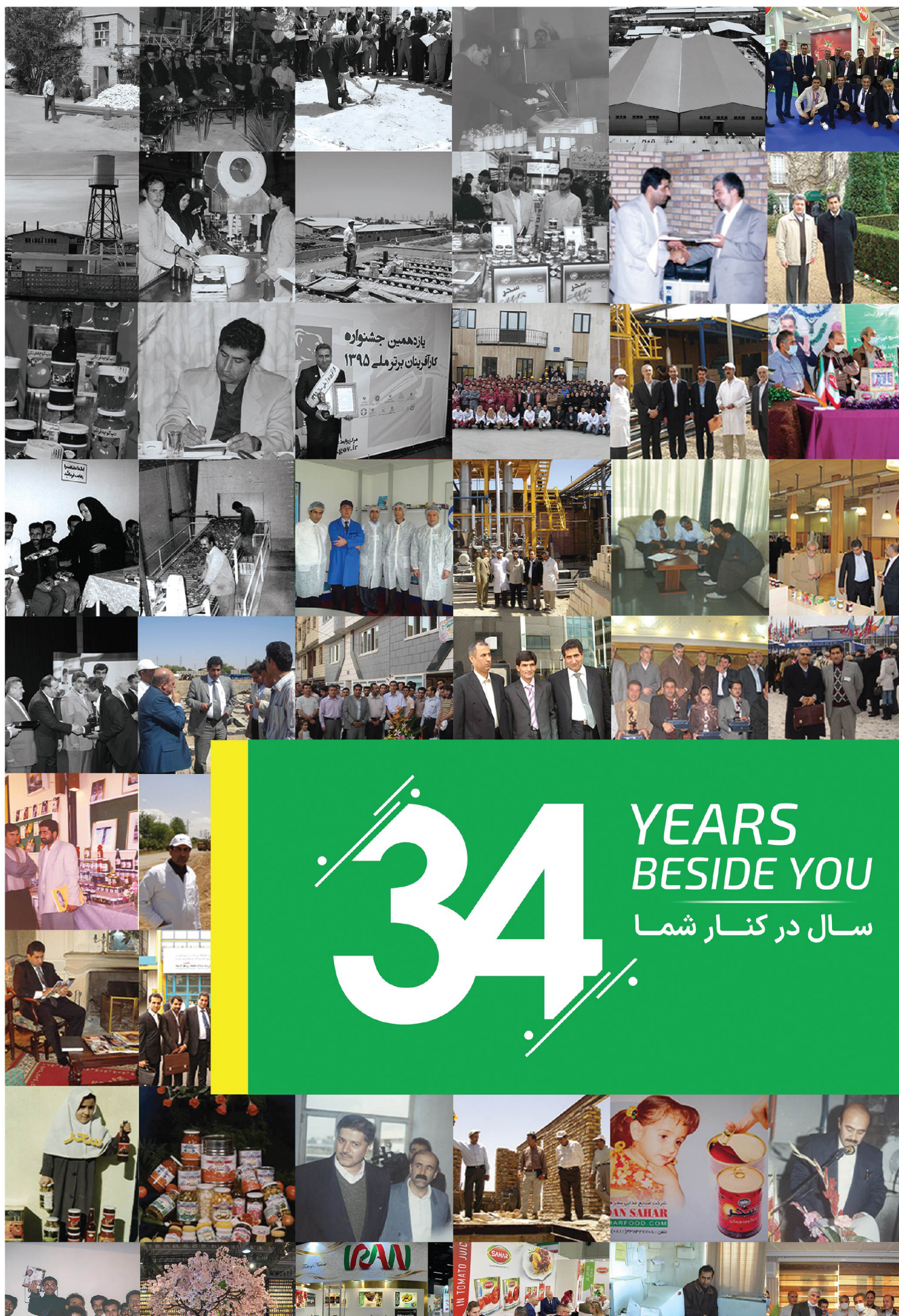
اینجانب محمد ناروکی با افتخار بیش از ۱۸ سال از عمر حرفه‌ای خود را در عرصه فروش و توزیع مواد غذایی سپری کرده‌ام. در سال ۱۳۹۲، آشنایی بنده با مجموعه گران قدر الوند یاران سحر و مدیر توانمند آن، جناب آقای محمود توتونچیان، سرآغاز روندی نو و پر بار در مسیر کاری‌ام بود. این آشنایی، نقطه عطفی شد تا با الهام از نظم، تعهد و کیفیت بی‌نظیر این مجموعه، شرکت کیمیا پخش بلوچستان را پایه‌گذاری نمایم.

از همان آغاز، هدف ما ارائه خدمات توزیعی با بالاترین استانداردها در گستره‌ای وسیع از زابل در شمال استان تا زراآباد در جنوب آن بوده است. این مهم، با همراهی تیمی متشکل از ۱۰ فروشنده پرتلاش و متعهد، به‌صورت منظم و زمان‌بندی‌شده هر ۸ تا ۹ روز یک‌بار، با رویکرد توزیع مویرگی دقیق و هدفمند محقق گردیده است.

بی‌تردید، آنچه در این مسیر برای بنده ارزشمند و ستودنی بوده، نه تنها کیفیت محصولات مجموعه بزرگ سحر، بلکه روح حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیر و انسانی جاری در فرهنگ سازمانی آن است. به‌صراحت می‌توانم این مجموعه را یکی از منظم‌ترین، نوآورترین و پیشرفته‌ترین واحدهای تولیدی کشور بدانم.

در این میان، بر خود لازم می‌دانم از جناب آقای توتونچیان، به عنوان مدیری فرهیخته، باتجربه و همراه، که همواره با راهنمایی‌های دلسوزانه و حمایت‌های بی‌دریغ خود مسیر رشد و موفقیت ما را هموار ساختند، صمیمانه قدردانی نمایم. همکاری با ایشان برای بنده افتخاری بزرگ بوده و هست؛ و همواره خود را قدردان و مدیون این همراهی می‌دانم. در پایان، مراتب سپاس و قدردانی خود را از تمامی همکاران، مدیران، مشتریان و عزیزانی که در این سال‌ها همراه و پشتیبان ما بوده‌اند ابراز می‌دارم و امیدوارم این مسیر روشن و پر بار، با همدلی و تلاش جمعی همچنان ادامه یابد.





34

YEARS
BESIDE YOU

سال در کنار شما

JALAPENO SAUCE



PROD EXPO

WE ARE INVITING YOU TO
VISIT US AT PROD EXPO

2025

3-7 FEB



ООО «САХАР РУ»



PAVILLON 8 | HALL 3

83 В 40 | 10 AM -18PM

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ
НАШ СТЕНД НА ВЫСТАВКЕ
"ПРОДЭКСПО 2025"

SAHARFOOD INDUSTRIES CO.
WWW.SAHARFOOD.RU

SAHAR FOOD INDUSTRIES CO.

نمایشگاه اکسپو ایران 2025



SAHAR FOOD INDUSTRIES CO.



ООО «САХАР РУ»



حضور شرکت صنایع غذایی سحر در نمایشگاه کازان روسیه 2025



حضور در فستیوال سلیمانیه (عراق)



FAMILY MALL SULAYMANIYAH

SAHAR FOOD

FAMILY MALL SULAYMANIYAH

SAHAR FOOD

حضور در نمایشگاه اگرو فود 2025



IRAN AGROFOOD 2025



SAHAR FOOD INDUSTRIES CO.



IRAN AGROFOOD 2025



حضور در نمایشگاه Belagro 2025



BELAGRO 2025



SAHAR FOOD INDUSTRIES CO.



BELAGRO 2025



تقویم روهمیزی 1404 ایران

1404



رگ نام و هزار لیکنند

پسمن - فروردین 1446
March - April 2025

فروردین 01



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷
۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳
۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴
۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱

تاریخ تولد سال ۱۳۸۲ هجری شمسی: صامت ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴ و ۲۵ و ۲۶ و ۲۷ و ۲۸ و ۲۹ و ۳۰ و ۳۱

۱- آغاز نوروز (تعطیل) - شب قدر ۳: عید نوروز (تعطیل) - شهادت حضرت امام علی (ع) ۳: عید نوروز (تعطیل) - شب قدر ۴: عید نوروز (تعطیل) - ۱۱: عید سعید فاطمه ۱۲: روز جمهوری اسلامی ایران (تعطیل) ۱۳: روز طبیعت (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - اردیبهشت ۱۴۴۶
April - May 2025

اردیبهشت 02



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹
۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶
۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲
۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳
۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۳۱	۱	۲	۳	۴	۵	۶

۴- روز زمین پاک ۵- شهادت امام جعفر صادق (ع) (تعطیل) ۶- ولادت حضرت معصومه (س) و روز دختر ۷- روز من خلیج فارس ۱۲- روز معلم ۱۳- تأسیس شرکت صنایع غذایی کشاورزی شیراز (تعطیل) ۱۴- ولادت امام رضا (ع) ۲۲- روز ارتباطات و روز کارمندی ۳۱- روز عیدای امام جعفر صادق (ع) (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - خرداد ۱۴۴۶
May - June 2025

خرداد 03



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳
۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۳۱	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰
۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷
۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳

۴- سالگرد تأسیس شرکت صنایع غذایی سحر ۵- سالگرد ازدواج حضرت امام علی (ع) و حضرت فاطمه (س) - روز ازدواج ۱۴- ولادت حضرت امام حسین (ع) (تعطیل) ۱۵- روز جهانی محیط زیست و ایام خورشید خردک (تعطیل) ۱۶- عید سعید قربان (تعطیل) ۲۴- عید سعید فاطمه (ع) (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - تیر ۱۴۴۶
May - June 2025

تیر 04



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴
۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱

۴- تأسیسات صنعتی (تعطیل) - روز قلم ۱۵- ماهیگیری (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - مرداد ۱۴۴۶
May - August 2025

مرداد 05



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴
۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴

۹- روز عیدای خورشید ۱۲- روز خردک ۳۳- زمین (تعطیل) ۳۴- ولادت رسول اکرم (ص) و شهادت حضرت امام حسن مجتبی (ع) (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - شهریور ۱۴۴۷
August - September 2025

شهریور 06



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴
۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱

۱- روز دانش و روز معلم ۳- شهادت امام رضا (ع) (تعطیل) ۴- روز کوهنورد ۱۰- ولادت امام حسن مجتبی (ع) و آغاز اعیانای اعیان (تعطیل) ۱۶- تأسیس شرکت صنایع غذایی سحر ۱۹- ولادت حضرت رسول اکرم (ص) و ولادت حضرت امام جعفر صادق (ع) (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - مهر ۱۴۴۷
September - October 2025

مهر 07



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱
۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹
۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴	۵

۸- روز بزرگداشت مولود - روز (تقویم) ۲۰- روز کشاورزان ۲۳- روز بزرگداشت حافظ ۲۴- روز جهانی استاندارد ۳۳- روز جهانی آبشار (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - آبان ۱۴۴۷
October - November 2025

آبان 08



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳
۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴

۵- ولادت حضرت زینب (س) و روز پیشتاز ۱۶- روز فرهنگ عمومی ۲۴- روز کتاب - کتابخانه و کتابدار

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - آذر ۱۴۴۷
November - December 2025

آذر 09



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴
۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱

۳- شهادت حضرت فاطمه (ع) (تعطیل) ۱۲- روز جهانی (تعطیل) ۱۳- روز جهانی استاندارد ۱۶- روز حسابدار ۱۹- روز حسابدار ۲۰- ولادت حضرت فاطمه (ع) (تعطیل) و روز زن ۳۰- شب یلدا

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - دی ۱۴۴۷
December - January 2026

دی 10



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴
۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱

۱۱- آغاز سال ۱۴۰۴ هجری شمسی: صامت ۱۲ و ۱۳ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴ و ۲۵ و ۲۶ و ۲۷ و ۲۸ و ۲۹ و ۳۰ و ۳۱

۱۱- آغاز نوروز (تعطیل) - شب قدر ۳: عید نوروز (تعطیل) - شهادت حضرت امام علی (ع) ۳: عید نوروز (تعطیل) - شب قدر ۴: عید نوروز (تعطیل) - ۱۱: عید سعید فاطمه ۱۲: روز جمهوری اسلامی ایران (تعطیل) ۱۳: روز طبیعت (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - بهمن ۱۴۴۷
January - February 2026

بهمن 11



سایت

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷
۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴
۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۲۹	۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴

۴- تأسیس شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر ۵- ولادت حضرت امام حسین (ع) ۱۱- ولادت حضرت علی اکبر (ع) و روز جوان ۱۵- ولادت حضرت قائم (عج) (تعطیل) و روز جهانی مسجدها ۲۱- تأسیس شرکت بازرگانی آوندیان سحر ۲۲- پیروزی انقلاب اسلامی و نظام مملکت شاهنشاهی (تعطیل)

1404



رگ نام و هزار لیکنند

فروردین - اسفند ۱۴۴۷
January - March 2026

اسفند 12



سایت

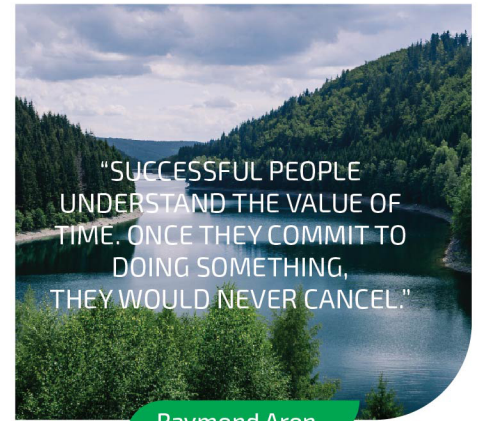
شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹
۳۰	۳۱	۱	۲	۳	۴	۵
۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹
۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶
۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۱	



“موفقیت در این نیست که هرگز اشتباه نکنید، بلکه در این است که یک اشتباه را برای بار دوم مرتکب نشوید.”



“موفقیت از ظرفیت فیزیکی حاصل نمی‌شود. این از یک اراده تسلیم ناپذیر ناشی می‌شود.”

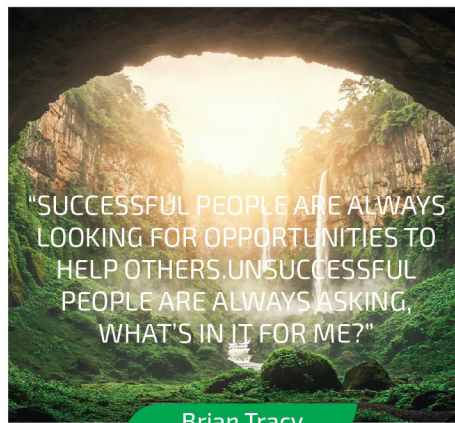


“افراد موفق ارزش زمان را درک می‌کنند. وقتی آنها متعهد به انجام کاری شوند، هرگز آن را لغو نمی‌کنند.”

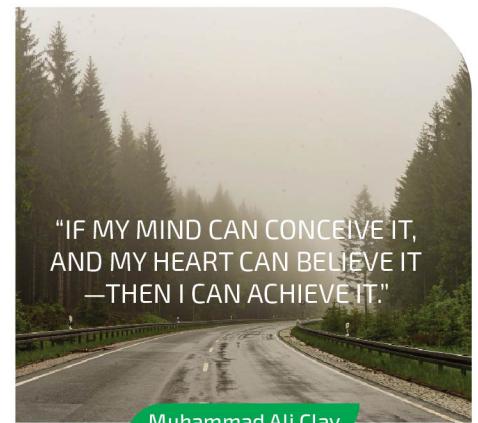
جملات الهام بخش



“تعیین اهداف، اولین قدم در تبدیل نادیدنی‌ها به دیدنی‌هاست.”



“افراد موفق همیشه به دنبال فرصت‌هایی برای کمک به دیگران هستند. اما افراد ناموفق همیشه می‌پرسند که چه سودی برای من دارد؟.”

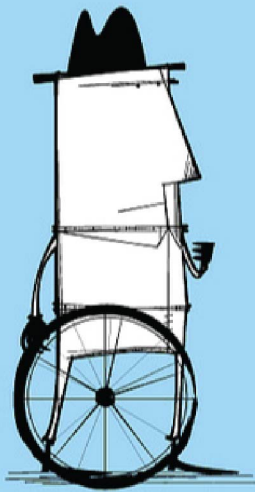


“اگر ذهن من بتواند آن را تصور کند، و قلبم بتواند آن را باور کند، پس می‌توانم به آن برسم.”

بی حد و مرز

نویسنده: جیم کوییک

مترجم: پگاه فرهنگ مهر



اگر شما هم سوالاتی مانند این موارد دارید، اما نمی‌دانید چگونه و از کجا باید شروع کنید نگران نباشید، جیم کوییک (James Kwik) سال‌هاست که کمک کردن به دیگران را هدف زندگی خود قرار داده است. این فرد به عنوان مربی پرورش و سلامت ذهن شناخته می‌شود و برای مدتی به شخصیت مهم و بزرگی مانند ایلان ماسک هم کمک کرده است.

این مربی مجرب اکنون تجربیات خود را در کتاب بی حد و مرز (Limitless) در اختیار تمام مردم دنیا قرار می‌دهد و به دیگران یاری می‌رساند تا در مسیر درست قدم بردارند. قبل از هر چیزی باید به این حقیقت برسید که باور به محدود بودن، شما را از بزرگترین آرزوهایتان باز می‌دارد و کتاب بی حد و مرز نیز بر همین موضوع تمرکز دارد.

جیم کوییک بدون شک بهترین مربی مغز در جهان محسوب می‌شود و در کتاب بی حد و مرز: مغزتان را بهبود دهید، همه چیز را سریع‌تر یاد بگیرید و بهترین شکل از زندگی خود را بیابید که پرفروش‌ترین کتاب نیویورک تایمز و وال استریت ژورنال به شمار می‌آید، راه‌هایی برای حفظ سلامت مغز در اختیارتان قرار می‌دهد و به شما می‌آموزد تا از آن بهترین و بیشترین استفاده را داشته باشید.

درباره‌ی کتاب بی حد و مرز:

چه می‌شد اگر می‌توانستید کتاب‌های بیشتری بخوانید؟ اگر اراده و پشتکار کافی داشتید الان کجا بودید؟ چه مشکلاتی جلوی تمرکز و پیشرفت شما را می‌گیرد؟ فکر می‌کنید کدام افکار محدود کننده نمی‌گذارند به دنبال رویاهای خود بروید؟



شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر



WWW.SHOKOOFEHSAHAR.IR







Niushe Food Industries Co.

Niushe Food Industries Company, as one of the pioneers in the Iranian food industry, began its operations in 1990 with the goal of offering high-quality products that meet rigorous standards. A subsidiary of Sahar Food Industries Group, the company aims to establish a firm position in Iran's food market by producing items such as canned foods, jams, compotes, and tomato paste, while continuing its journey toward innovation and development. In 2020, with the approval of the board of directors and general assembly, Niushe decided to expand its scope of operations and introduce new product lines beyond the conventional offerings of Sahar. To realize this vision and establish the necessary infrastructure, a 6,200-square-meter plot was purchased in the Bouali Industrial Park No. 1 in Hamedan in 2021. This project has so far reached 45% physical progress and includes an 800-square-meter industrial hall and a fully equipped three-story administrative building with an area of 620 square meters. Leveraging advanced technical knowledge and modern infrastructure, Niushe is currently pursuing six viable and implementable projects. Among these, the IQF (Individually Quick Frozen) freezing line and the production of French fries, along with the construction of a dual-purpose 2,000-ton cold storage facility, are prioritized due to their significance in enhancing product quality and variety. These initiatives will significantly increase Niushe's capacity to supply fresh, high-quality raw materials on a larger scale.

Niushe has introduced FoodChain as its exclusive brand to penetrate broader markets, producing canned goods, compotes, sauces, jams, and especially frozen products and French fries. In line with its continuous development and improved productivity, the company has adopted an outsourced production strategy focused on frozen products and French fries until its infrastructure is fully operational. Upon completion and launch of the IQF production line and the 2,000-ton cold storage facility, Niushe will play a key role in supplying raw materials for Sahar Food Industries Group. These raw materials include frozen corn, sour cherries, strawberries, green peas, and other seasonal fruits and vegetables, which are processed and frozen quickly during harvest season to be used later as fresh ingredients in Sahar's production lines.

Committed to quality, innovation, and growth, Niushe strives to become one of the most trusted brands and the top choice for consumers in the food industry.

Our Mission

Niushe's mission is to focus on the production of high-quality frozen food products using the most advanced Individually Quick Frozen (IQF) technologies. We are committed to preserving the value and freshness of food and agricultural products through rapid freezing processing them in the shortest time after harvest to retain their natural properties, vitamins, and original flavors. This method also extends shelf life without the need for preservatives, helping to reduce food waste, particularly during seasonal harvests. At Niushe, we are dedicated to complying with international standards and aim to offer products that meet the diverse needs of both domestic and global markets. The application of IQF technology not only enhances food safety and quality but also enables us to deliver nutritious and high-quality products that align with the demands of modern lifestyles.

Our Vision

Niushe envisions becoming one of the top 10 brands in Iran in the field of Individually Quick Frozen (IQF) products and achieving a strong presence in international markets. We aim to fulfill the varied needs of domestic and international customers by offering a wide range of frozen products, including fruits, vegetables, and ready-to-eat meals, and becoming their first choice in this sector. To achieve this vision, we focus on the development and strengthening of our production and distribution infrastructure. By building strong, lasting relationships with business partners and international distribution networks, we aim to establish a competitive and impactful presence in global markets. This is an opportunity for us to showcase the superior quality of Iranian products on an international stage and to secure a recognized position as a reputable Iranian brand in the global food industry through products that meet international standards.



Shabnam Sahar Alvand Agricultural Processing Industries Company

Introduction

To enhance the quality of products offered by Sahar Food Industries, Shabnam Sahar Alvand Agricultural Processing Industries was established with the goal of improving the quality of raw materials and agricultural products entering Sahar's production chain. In line with this mission, Shabnam Sahar is committed to providing technical and engineering services to contracted farmers, greenhouse operators, and other agricultural stakeholders. Sahar Food Industries identifies skilled farmers and prioritizes regions with high agricultural potential. By offering training to these valued producers, Sahar ensures that the agricultural products entering its facilities meet its high standards for quality.

Mission of Shabnam Sahar Company

The oversight and training programs designed by the holding company for Shabnam Sahar are primarily conducted through group-based methods, including educational seminars, training classes, ongoing face-to-face instruction at farms, and virtual platforms. This approach provides an effective pathway for informing and educating farmers, contributing to the ongoing enhancement of product quality. In addition, Shabnam Sahar collaborates with national organizations and universities to conduct scientific and applied research and share research findings, aiming to enhance the knowledge level of farmers and partners in the sector. In recent years, these collaborations have extended to institutions such as Bu-Ali Sina University in Hamedan, Razi University in Kermanshah, the Agricultural and Natural Resources Research Center of Hamedan Province, and the Agricultural Jihad Management of both Hamedan Province and Malayer County, among others, at various intervals.

Another achievement of Shabnam Sahar has been establishing effective connections with local orchardists and providing them with technical and educational services. The results of this effort are evident in Sahar's sourcing of cherries and sour cherries from regions like Malayer and Morad Beyg Valley.

Activities of Shabnam Sahar Company

Collaboration with agricultural input suppliers, especially seed providers, has led to effective solutions for improving quality and productivity. For example, Shabnam Sahar prioritizes different tomato varieties to ensure optimal types for various products, such as tomato paste, peeled tomato preserves, and diced tomato cans. Additionally, developing optimal and health-focused plant nutrition formulations and promoting these among farmers has been a key objective for Shabnam Sahar, yielding significant results over recent years. Shabnam Sahar Alvand's ongoing activities include producing key agricultural products such as sweet corn, jalapeño peppers, pinto beans, and sunflowers. Additionally, through cultivating new and diverse crops—including peppers, corn, tomatoes, and prickly cucumbers—in its research farms and analyzing the impact of various factors on their growth and productivity, Shabnam Sahar has laid the groundwork for comprehensive study of these crops in Sahar's Research and Development (R&D) unit. The collaboration between Shabnam Sahar and Sahar's R&D unit facilitates product development, quality enhancement, and increased production efficiency. With God's blessings and the tireless dedication of our staff, we are committed to advancing our goals and positioning our beloved country as a leader on the global stage within the food industry.



Shokoofeh Sahar Food Industries Co.

Shokoofeh Sahar Food Industries, under the brand “Sabadchin,” is a part of the Sahar Food Industries group. Given the increasing demand for beans, grains, spices, and similar products among Iranian households, as well as the critical importance of hygienic packaging to reduce waste, extend shelf life, and maintain nutritional value, Sahar Food Industries decided to establish Shokoofeh Sahar. The company was officially registered on 2014-01-22 under registration number 11290 with the Companies Registration Office in Hamedan. In its first phase, a 1,575 square meter facility was prepared for operational use.

In the first phase, Shokoofeh Sahar began its activities in 2016, focusing on packaging products such as various types of legumes, grains, spices, dried fruits, dried vegetables, condiments, sugar, and other similar items. Starting from 2017, the products manufactured by Shokoofeh Sahar were distributed by Alvand Yaran Sahar Distribution Company alongside Sahar products and were made available in markets nationwide. Currently, with the completion of capacity in this phase, a total of 150 products in various weights are being packaged and distributed, with an annual capacity of 12,000 tons.

Development

In the second phase of the project’s development, a 2,125 square meter plot of land was prepared in 2021 to increase production capacity and expand storage space, which was launched in 2023. In this phase, the annual production capacity was increased by 120% compared to the first phase, reaching 22,000 tons per year.

Additionally, in line with the company’s vision, the second phase has paved the way for packaging other products such as rice, tea, snacks, and other goods. With the grace of God and the dedication of our staff, we aim to complete our product portfolio in this industry.

Due to the export ban on many types of legumes, sales of products are currently focused on meeting the demand of the domestic market. Currently, the distribution and sale of Shokoofeh Sahar products are carried out with the assistance of the distribution network of the Alvand Yaran Sahar Trading Company, with 25 active branches across the country.

Exports

Shokoofeh Sahar has been able to export products such as dried fruits, dried vegetables, grains, and spices to countries including the United Kingdom, Norway, Armenia, and Canada, relying on the expertise of its domestic workforce and utilizing the latest global technologies.

In the field of imports, Shokoofeh Sahar has focused on importing high-quality turmeric at competitive prices from India to meet its strategic raw material needs. Over the years, in addition to supplying its own packaging requirements, the company has also engaged in B2B sales of this product. Furthermore, considering the capabilities of other companies within the holding group, such as Sahar Ru in Russia, Shokoofeh Sahar imports high-quality Russian lentils to meet its B2B sales requirements. In line with mid-term planning, the import of other essential raw materials such as cinnamon, ginger, black pepper, and Canadian lentils will also be prioritized in the near future.

Farhang Khoramrodi
CEO
Shokoufeh Sahar Food Industries Co.



A Tribute to Growth and Resilience

Marking the Anniversary of Shokoufeh Sahar Food Industries and the Sabadchin Brand

In a renewed moment of reflection on perseverance and progress, the anniversary of Shokoufeh Sahar Food Industries Co., the proud origin of the well-recognized Sabadchin brand, presents a valuable occasion to revisit a path paved by conviction, tireless effort, and unwavering collaboration across the entire value chain—from cultivation to consumption.

At the outset, I wish to extend my heartfelt gratitude and profound appreciation to Mr. Masoud Tutunchian, esteemed CEO of Sahar Food Industries Co., and to the insightful professionals of that time-honored and forward-looking organization. The emergence, growth and maturation of the Sabadchin brand have been made possible by the strategic trust, steadfast support, and enlightened guidance generously extended by the greater Sahar enterprise.

With equal pride and sincerity, I also extend special thanks to Alvand Yaran Sahar Trading Company, whose intelligent leadership and seasoned team have played an essential role in ensuring Sabadchin's products reach households across the nation. This distribution link is not merely a logistical channel—it is a vital, enduring bridge between the farm and the table, between the intent to produce and the trust of the end consumer.

Most importantly, I offer my sincerest appreciation to my esteemed colleagues at Shokoufeh Sahar (Sabadchin). Through their unwavering professionalism, ethical commitment, and belief in our collective mission, they continue to elevate the Sabadchin brand—enhancing its quality, credibility, and influence each passing day.

Today, Sabadchin is far more than a commercial brand; it is the living symbol of synergy, integrity, and shared purpose—woven through a value chain that originates with Sahar, is empowered by Alvand Yaran, and blossoms in the capable, hardworking hands of our team.

Looking ahead, and with reliance on divine providence, I remain confident that through continued unity within the greater Sahar family, we will enter a new era—defined by broader horizons, stronger foundations, and a renewed commitment to excellence in the service of Iran's food industry.



- Goal Setting: Establishing SMART objectives specific, measurable, achievable, relevant, and time-bound that provide clear direction.
- Current State Analysis: Assessing employees' existing skills, past performance, strengths, weaknesses, and challenges to gain a comprehensive understanding of their starting point.
- Constructive Feedback: Delivering targeted feedback grounded in performance data and organizational expectations, fostering awareness and motivation for improvement.
- Skill Development: Facilitating the acquisition of new competencies essential for optimal job performance and professional growth.
- Progress Monitoring and Evaluation: Continuously tracking development milestones and conducting periodic assessments to ensure alignment with goals.

Managers as Coaches: Transforming Leadership

Managers who embrace the coaching role play a pivotal part in nurturing their team members' development. Unlike traditional directive leadership, coaching managers guide employees to discover solutions independently rather than prescribing them. They leverage coaching techniques to stimulate reflective thinking, promote learning, and enhance accountability. Effective coaching managers demonstrate active, empathetic listening and create a respectful, non-judgmental environment. This approach enables employees to accurately identify challenges and devise their own strategies for resolution.

Key Traits and Behaviors of Coaching Managers

To foster a coaching culture, managers should embody the following attributes:

- Respect individuals, moving beyond hierarchical "I am the boss" mindsets.
- Ask insightful questions rather than issuing commands.
- Engage with curiosity, avoiding premature judgments.
- Model integrity and authenticity instead of demanding blind compliance.
- Offer and invite feedback constructively, replacing arrogance.
- Encourage continuous growth and learning rather than punishment.
- Promote partnership and collaboration rather than expert-centric control.
- Focus on solutions instead of dwelling on problems.
- Empower and guide instead of micromanaging and controlling.
- Deliver constructive feedback that builds up rather than tears down.

These behaviors foster an environment of empowerment and collaboration, replacing authoritarian control with facilitation and trust. Managers must consciously transition from outdated command-and-control styles to coaching-centered leadership.

Conclusion

Coaching stands as a powerful catalyst for unlocking human potential, enabling individuals to become their best selves both personally and professionally. Today, coaching is firmly established as a strategic asset within human resource management, driving enhanced performance and engagement across organizations. Managers who adopt the coaching mindset and skillset significantly elevate their teams' growth trajectories, positioning their organizations for sustained success in an ever-evolving business landscape.

Soodeh Toutounchian

Member of The Board of Directors
Sahar Food Industries Co.



Coaching: A Catalyst for Personal and Professional Growth

The word "coaching" originated in the 16th century and initially referred to a method of transportation, specifically a horse-drawn carriage. It derived from the Hungarian word kocsi which meant a carriage from the village of Kocs, known for producing high-quality carriages. Metaphorically, coaching represents a structured process that supports individuals in moving from their current state toward a desired goal or destination. Much like a carriage guiding its traveler from departure to arrival, coaching facilitates personal and professional progress.

Modern coaching, as a supportive and educational practice, emerged in the 60s within the Human Potential Movement in California. This movement embraced the belief that human beings possess boundless potential for growth and development and can realize it independently—without reliance on external authorities. In this context, individuals are regarded as the primary agents of their own growth, with coaching serving as a framework to unlock their inherent capacities rather than prescribing definitive solutions.



In essence, coaching is a learning-driven process aimed at enhancing individuals' success across personal and professional domains. It seeks to positively influence mindsets, emotions, and behaviors, empowering people to tap into their fullest potential.

The Purpose of Coaching

John Whitmore, a pioneer in the coaching field, defines coaching as "unlocking a person's potential to maximize their performance." The core objective of coaching is to bridge the gap between potential and actual performance. Through coaching, individuals gain heightened self-awareness, explore alternative options, discover personalized solutions, acquire new skills, shift limiting perspectives, and break free from counterproductive habits.

Coaching's Role in Human Resource Management

In recent decades, coaching has gained prominence as an effective tool for human resource development within organizations. Amidst evolving workplace dynamics and a relentless drive toward continuous improvement, coaching has become integral to shaping future-ready work environments. This developmental approach profoundly impacts employees' performance, engagement, and career progression.

One of the most widespread applications of coaching in HR is Performance Coaching, which concentrates on enhancing employees' job performance while aligning their growth with organizational objectives.

Performance Coaching:

Enhancing Employee Effectiveness

Performance coaching is a strategic method focused on optimizing employee capabilities and achieving well-defined goals. It typically involves the following key phases:

Alvand Yaran Sahar Trading Distribution, and Sales Company

Alvand Yaran Sahar Trading, Distribution, and Sales Company is one of the subsidiaries of the Sahar Food Industries holding group. Established with a scientific approach to sales and distribution, the company was founded in 2009 and began operations in April 2011, equipped with two distribution centers in the provinces of Hamedan and Tehran.

Initially staffed by 25 specialists, the company has now grown to over 650 employees. Currently, the product range of Alvand Yaran Sahar is stored and maintained in a 13,000-square-meter warehouse.

Over the years, with the expansion of its activities and through the dedication of its staff, Alvand Yaran Sahar has successfully expanded its operations nationwide. Today, with 13 headquarters units and 5 operational units, the company strives to deliver top-notch services to its customers, ensuring their full satisfaction. The headquarters units include: Administration and Human Resources, Finance, Sales Planning, Supply Planning, Product Development, Market Research, Distribution and Transport, Information Technology, Systems and Quality, Technical, Construction, and Support for Branches and Warehouses. The operational sales units consist of: Direct Sales, Agencies, HoReCa (Hotel, Restaurant, and Catering), Chain Stores, and Online Sales. These units are responsible for managing the planning, administrative, financial, and sales operations of Alvand Yaran Sahar Trading Company. The ultimate goal of Alvand Yaran Sahar, in alignment with the broader objectives of the Sahar Food Industries holding group, is to enhance sales, create jobs, and contribute to the economic growth of our beloved country, Iran.

To achieve an optimized and efficient sales and distribution system, Alvand Yaran Sahar Trading Company's sales units operate under the following segments:

— Distribution Centers: Located in Hamedan, Tehran, Kermanshah, Sanandaj, Gilan, Qom, Qazvin, Khuzestan, Razavi Khorasan, Arak, East Mazandaran, West Mazandaran, Lorestan, Shiraz, Yazd, Tabriz, Isfahan, and with sales offices in East Tehran, West Tehran, South Tehran, Central Tehran, Alborz, Khorramabad, and Saveh. These centers were established to maximize customer coverage and are currently responsible for distributing a wide range of products from Sahar Food Industries and Shokoofeh Sahar Food Industries.

— Collaboration with 17 strong representatives across Iran to expand the reach of Sahar Food Industries and Shokoofeh Sahar Food Industries products.

Vision

In line with the development and strategic goals of Sahar Food Industries Holding, it is intended for Alvand Yaran Sahar to become the most efficient company in the supply, distribution, and sales of a diverse range of products, guiding customers toward choosing healthy and high-quality products nationwide.

Mission Statement

Alvand Yaran Sahar Trading Company aims to improve the lives of customers and consumers, both domestically and internationally, by efficiently supplying, distributing, and selling a diverse range of products using advanced technologies. The company seeks to enhance the well-being of its employees and create sustainable relationships with all stakeholders, aligning with the mission and vision of Sahar Food Industries Group.



Mahmoud Toutouchian CEO

Honoring a Proud Milestone: The 15th Anniversary of Alvand Yaran Trading Company

February 10, 2010, marks a significant chapter in our professional journey an occasion that commemorates the establishment of Alvand Yaran Trading Company fifteen years ago. It was on this day that our first steps were taken, driven by firm resolve and strategic foresight, to build a robust and integrated distribution network for Sahar Food Industries products across the beloved land of Iran. What began as an ambitious undertaking has since evolved into a well-seasoned path of experience, trust, and reputation. Throughout this rewarding yet challenging journey, we have had the privilege of standing alongside a pioneering, innovative, and principled organization: Sahar Food Industries. Guided by visionary leadership and a commitment to quality, Sahar has illuminated the way forward for the Iranian food industry and empowered us to fulfill our vital mission in distribution with ever-greater purpose and precision.

I would like to extend my deepest appreciation to the CEO of Sahar Food Industries, whose strategic outlook, human-centered approach, and empowering trust have paved the way for Alvand Yaran's growth and success. The constructive partnership, genuine support, and harmonious collaboration extended by the Sahar Group have been a continual source of motivation and inspiration for all of us.

Yet beyond all external achievements, what truly defines and sustains our legacy are the inner pillars of Alvand Yaran our dedicated team. It is thanks to our noble, patient, and diligent colleagues whose selfless commitment, deep expertise, and exemplary ethics serve as the company's foundation—that we have built something worthy of pride. As a humble member of this family, I extend a warm handshake to each of you, and from the depths of my heart, I thank you for your unwavering efforts and steadfast loyalty.

May divine blessings, along with the continued synergy among all members of the Sahar Group, clear the path ahead—toward excellence, sustainable growth, and ever-expanding horizons of success.

On this proud occasion, I offer my warmest congratulations and pray for enduring dignity, prosperity, and fulfillment for you all.

Exports

In recent years, Sahar has expanded its major export activities to include European countries such as the United Kingdom, Germany, and Russia, as well as Australia, Canada, Turkmenistan, the Philippines, the United Arab Emirates, Iraq, Malaysia, Finland, Norway, and Azerbaijan.

Achievements

- Recognized as the Top Exporter of Hamedan Province (2007–2022, 2023, 2024).
- Awarded the title of Outstanding Exporter (Second Place Nationally) in 2010.
- National Top Entrepreneur (2013, 2014, 2015).
- National Top Entrepreneur in 2016.
- Named National Exemplary Industrial Unit in 2011.
- Awarded the National Quality Excellence Award from the Food and Drug Organization in 2011.
- Recognized as a National Quality Excellence Unit by the Hamedan Standard Organization (2007–2011, 2013–2015, 2016–2020, 2023, 2024).
- Named Exemplary Food Industry Unit by Consumer Choice in 2013.
- Holder of the Halal Certification.
- Certified with ISO 9001:2008 and ISO 9001:2015 by IMQ (Italian Management Quality).
- Holder of the Official Research and Development License from the Ministry of Industry, Mine, and Trade.

Values

Product health and quality are top priorities and core goals at Sahar. We are committed to producing health-oriented products by reducing salt and preservatives. In line with this, we have made strides by eliminating preservatives, lowering salt levels in pickles and relishes, reducing salt in canned tomato paste according to new standards, producing sweet-sour cucumbers, reducing sugar in jams and compotes, and lowering oil content in cold sauces.

Sahar Food Industries is also a pioneer member of the Iranian Organic Association. Through establishing an Agricultural Engineering Unit focused on research and pilot production of organic agricultural products, we have embraced this important goal.

Our team of highly educated, local employees works around the clock to provide consumers with products made from high-quality raw materials, processed with expertise and scientific precision. When consumers see the Sahar brand, they can trust that the product is hygienically, healthfully, and expertly made.



Sahar Food Industries Co.

With four decades of experience in the food industry and fast-moving consumer goods, Sahar Company has relied on the expertise of Iranian specialists and the available potential in the country, including youthful manpower, advanced technologies, and rich agricultural resources.

Backed by **30 years** of active involvement by its founder, **Mr. Masoud Toutounchian**, in production and industrial sectors, the company established its infrastructure in 1991 and began operations in 1994.

Today, with the dedication of its managers and the tireless efforts of its staff, Sahar Food Industries has successfully developed a wide and diverse range of products, including canned goods, jams, pickles, salted products, compotes, cold and hot sauces, honey, and more, all tailored to meet customer demand and various tastes and preferences.

Moreover, with the company's expansion and careful planning, we have achieved integrated management, working closely with farmers and suppliers throughout all stages, from seed planting to product manufacturing and distribution.

Today, with the ever-increasing population, changing purchasing behaviors, diverse tastes, and other factors, the opportunity has arisen for our company to establish subsidiary companies under the slogan "From Farm to Home." This allows us to create a complete supply chain, including production, processing, packaging, and distribution, ensuring the health and timely delivery of our products to consumers.

At Sahar, in order to improve product quality and gain customer satisfaction, we rely on experienced and specialized personnel in design and engineering, marketing and branding, strategic units, and process improvement, so that we can deliver products of global quality standards to our valued customers and fellow citizens.

History

Sahar Food Industries was founded in 1991 on a 6,000 square meter site, with production and storage facilities covering an area of 15,000 square meters, located in Hamedan, Bouali Industrial Zone, 15 kilometers along the Tehran road. Initially focused on producing various food products based on agricultural products (non-meat canned goods), the company began production in 1994 after obtaining an operating license and manufacturing permits for 15 types of products. Over time, with the expansion of the company's activities, we have been able, with God's grace, to produce 80 types of products in 300 packaging styles across 9 product categories.

Originally established as a private joint-stock company with a team of 20 staff members, Sahar has grown significantly, and today, 1,500 skilled and capable employees work across various departments of the organization.



Shokoufeh Sahar Food Industries Co.

Celebrating the Anniversary of Shokoufeh Sahar Food Industries

February 22, marks a significant date, the founding anniversary of Shokoufeh Sahar Food Industries. a company born of vision, dedication, and ingenuity. Since its inception, this distinguished organization has played an influential role in advancing Iran's food packaging and processing industry, guided by its commitment to expertise, innovation, and organizational integrity.

This momentous occasion provides an opportunity to honor and commend the outstanding efforts and high standards that define this enterprise, particularly in the packaging and processing of strategic food products such as legumes, grains, dried vegetables, dried fruits, and spices. These products, crafted with meticulous adherence to health and safety regulations, rigorous quality benchmarks, and refined packaging aesthetics, have rightfully earned the trust and satisfaction of consumers on a wide scale.

The success of Shokoufeh Sahar cannot be measured by physical growth alone; rather, it lies in the company's spirit of responsibility, organizational cohesion, practical innovation, and knowledge-driven management.

These distinguishing traits nurtured under the wise and thoughtful leadership of **Mr. Farhang Khoramrudi** and brought to fruition by the relentless efforts of a devoted team have solidified a legacy of professional excellence and ethical maturity within the organization.

On behalf of the extended Sahar Food Industries family, I extend my sincerest congratulations on this proud anniversary.

In acknowledging the valuable contributions of you and your esteemed colleagues, I pray for your continued success, health, and ever-growing achievements.

May divine grace guide your continued journey, and may we witness even greater milestones and regional excellence in the years ahead.



Masoud Toutounchian CEO

Commemorating the 15th Anniversary of Alvand Yaran Trading Company

As February 10 approaches, marking the 15th anniversary of Alvand Yaran Trading Company, I find it both an honor and a heartfelt duty on behalf of the greater “Sahar” family to extend my warmest congratulations, sincere appreciation, and deepest respect to each and every one of you: the dedicated, responsible, and tireless individuals who have carried the heavy mantle of distributing and delivering Sahar products far and wide across the country.

Your unwavering commitment, professionalism, and dynamic role over these years have been instrumental, not only in fulfilling a challenging mission, but in shaping a vital and lasting legacy. Indeed, what has earned Sahar’s distinguished reputation and the enduring trust of Iranian consumers is not merely the excellence of its products. Rather, it is the result of a seamless chain of dedication, synergy, and purposeful effort across every link in its value chain.

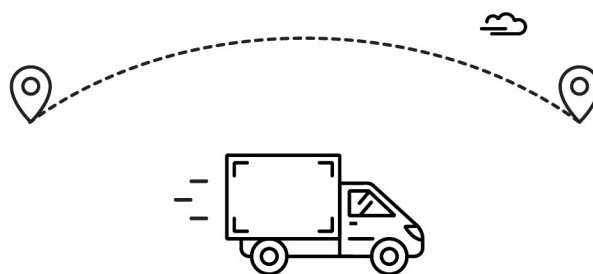
Within this system, Alvand Yaran Trading Company has stood as a powerful, indispensable force an arm that has carried Sahar’s promise of quality, taste, and integrity into homes across the nation.

The sustained growth and success of this enterprise over the past fifteen years are a testament to its far-sighted leadership, strategic vision, and steadfast pursuit of sustainable development.

In this regard, I would like to offer my special gratitude to you, **Mr. Mahmoud Toutounchian**, whose prudent guidance, humility, and professional insight have masterfully steered this vessel through calm and storm alike.

There can be no doubt that the continued illumination of this path depends on preserving the spirit of unity, collective endeavor, and unwavering commitment to ethical and professional principles values that are firmly embedded in the cultural fabric of Alvand Yaran.

As I extend once again my heartfelt congratulations on this milestone occasion, I sincerely pray for continued health, success, and prosperity for you and your esteemed colleagues. May this enduring synergy remain a wellspring of progress, excellence, and fulfillment for the beloved people of our nation.



JALAPENO SAUCE



WWW.SAHARFOOD.com

[@SAHARFOOD.co](https://www.instagram.com/saharfood.co)



Editorial

When a Brand Is the Outcome of Belief

A tribute to the quiet strength behind lasting success. Sometimes, in the stillness of everyday life, something significant takes shape not with fanfare, but through persistence, conviction, and quiet resilience.

In our organizational calendar, February is not merely a date; it is a symbol of beginnings, of blossoming, of maturity. It marks the growth of two core pillars in the Sahar family:

Alvand Yaran Trading Company, and **Shokoofeh Sahar** Food Industries under its well-recognized brand, SabadChin.

This year, Alvand Yaran celebrates its 15th anniversary, 15 years of walking the path of trust. A company that has acted as the lifeblood of distribution for Sahar, making sure every product reaches its destination with purpose. Over these years, what was delivered wasn't just goods, but a message of quality, of respect for the consumer, and of inner organizational unity. Such sustained performance is no coincidence; it is the outcome of visionary leadership and the unwavering dedication of hardworking teams.

then there is the blossom that bore fruit. Shokoofeh Sahar Food Industries, through the brand SabadeChin, has quietly and meticulously fulfilled its mission providing carefully packaged grains, legumes, dried vegetables, spices, and more. Today, SabadChin is more than a commercial label; it is the reflection of Iranian finesse, of strict quality standards, and of a commitment to the well-being of everyday families. Yet what connects these two distinct journeys is not just an organizational chart, but a shared spirit a spirit grounded in belief. Belief in quality. Belief in unity. A spirit that has enabled the three pillars of production, packaging, and distribution to function in rare harmony, speaking with a single voice.

The result? Customer trust. Brand longevity. Organizational pride. In the spirit of duty and deep respect, I dedicate this Editorial to:

All those who remain unseen yet vigilant; To the visionary leaders, the tireless staff, and those for whom the word "colleague" falls short individuals who deserve to be known as true companions on the journey.

May this page serve as a worthy mirror of their greatness, and may the flame of shared purpose continue to light our path forward.

● Ramin Nowruzi.



SAHAR FOOD INDUSTRIES CO.

Shokoofeh Sahar
Food Industries Co.
January . 22 . 2013



اصالت طعم



۲ بهمن | سالروز تاسیس شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر

WWW.SHOKOOFEHSAHAR.IR

[@SABADCHIN.CO](https://www.instagram.com/SABADCHIN.CO)