

۲,۴۵۷۵۴

به نام خدا

تحلیل و آینده پژوهی در حوزه محصولات و
مراد اولیه صنعت شیرینی، شکلات و اسنک در ایران

www.ketab.ir

نویسنده:

مهندس فرید رحیمی فردوسی زاده



سرشناسه	: رجمی فردوسیراده، فرید، ۱۳۵۰-
عنوان و نام پدیدآور	: تحلیل و آینده پژوهی در حوزه‌ی محصولات و مواد اولیه صنعت شیرینی، شکلات و اسنک ایران / مؤلف فرید رجمی فردوسیراده.
مشخصات نشر	: تهران : امیران، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۰ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-8092-74-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: شیرینی و شیرینی‌پزی-- ایران -- صنعت و تجارت
موضوع	: Pastry industry-- Iran
موضوع	: شکلات‌سازی -- ایران
موضوع	: Chocolate industry -- Iran
موضوع	: غذاهای سریایی-- ایران
موضوع	: Snack foods-- Iran
موضوع	: مواد غذایی-- ایران-- صنعت و تجارت
موضوع	: Food industry and trade-- Iran
رده بندی کنگره	: ۹۱۳۹۷الف۹ش/۵۸ HD۹۰۵۸
رده ی دیویی	: ۳۳۸/۳۷۶۴۱۸۶۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۴۱۶۲۶

نام کتاب: تحلیل و آینده پژوهی در حوزه محصولات و مواد اولیه صنعت شیرینی، شکلات و اسنک در ایران

نویسنده: فرید رجمی فردوسی اده

ناشر: انتشارات امیران

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۹۲-۷۴-۲

حروفچینی و صفحه آرایی: انتشارات امیران

طرح روی جلد: انتشارات امیران

قیمت کتاب: ۲۹۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، روبروی درب اصلی پارک ملت، ساختمان سوئی، پلاک ۲۶۶۵، طبقه دوم، واحد شماره

۱۷

تلفن‌های تماس: ۲۲۰۵۹۸۱۴ - ۲۲۰۴۱۸۱۲

پست الکترونیکی: amiranbooks@gmail.com

برابر قانون حمایت از مولفین و مترجمین، کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است. استفاده یا کپی از قسمت‌ها یا بخش‌هایی از کتاب به هر صورت منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هر گونه تکثیر و نسخه برداری کاغذی، الکترونیکی، کپی و یا تصویربرداری از این کتاب به هر صورت و کلی شرعاً و قانوناً ممنوع و قابل پیگرد قانونی است. کپی برداری الکترونیکی از این کتاب و استفاده از آن در شبکه‌های داخلی سازمان‌ها شرعاً و قانوناً حرام و قابل پیگرد قانونی است.

مقدمه مولف:

عمده‌ی تولید محصولات غذایی کشور توسط بخش خصوصی انجام می‌شود. سابقه صادرات مواد غذایی ایران به ۳ هزار سال پیش بازمی‌گردد. برخلاف سایر صنایع، صنعت غذایی در ایران یک بخش تحول یافته و پیشرفته است و طبق چشم‌انداز سال ۱۴۰۴، ظرفیت تولید در این صنعت به بیش از ۳۰۰ میلیون تن خواهد رسید. ارزش صادرات مواد غذایی طی یک دهه اخیر بیش از ۱۰ برابر افزایش یافته‌است. به طوری که هم اکنون بیش از ۱۱ درصد ارزش افزوده صنعت کشور توسط بخش صنایع غذایی ایجاد می‌شود.

میزان صادرات مواد غذایی کشورمان در پایان سال ۱۳۹۵، با رشد ۸ درصدی در ارزش، به رقم ۲ میلیارد و ۷۰ میلیون دلار و از نظر وزنی به ۱ میلیون و ۱۷۸ هزار تن رسیده‌است. میزان تولید هم، طبق آمار در پایان سال ۱۳۹۵، معادل ۱۲۰ میلیون تن گزارش شده است. با احتساب نیاز داخلی به رقمی در حدود ۱۰۰ میلیون تن، می‌توان برای صادرات ۳۰ تا ۴۰ میلیون تن از محصولات کشاورزی فرآوری شده به کشورهای دیگر برنامه‌ریزی کرد.

آینده صنعت غذایی در ایران در گرو چگونگی عملکرد مدیران صنعتی این بخش است. به هر شکل صنایع غذایی، به طور مستقیم با امنیت غذایی کشور پیوند خورده و در چنین شرایطی مدیران باید نگاه ویژه‌ای به صنعت غذا داشته باشند. بنابراین اگر بنا باشد در آینده در صنعت غذا حرفی برای گفتن داشته باشیم، با اهرم قدرت صنایع غذایی این می‌توان این هدف را محقق کرد. در این میان در بین صنایع غذایی کشور، تولید شیرینی، شکلات و اسنک ایران در تراز جهانی است. قدمت صنعت شیرینی و شکلات در ایران به بیش از نیم قرن می‌رسد. خوشبختانه طی این سال‌ها، تکنولوژی و دانش روز دنیا وارد ایران شد. تولیدکنندگان داخل امر به محصولات متنوعی در تراز برندهای معروف دنیا تولید و به بازار مصرف عرضه می‌کنند. به علاوه این بخش عمده‌ای از ماشین آلات و تجهیزات مورد نیاز صنعت شیرینی، شکلات و اسنک در داخل تولید می‌شود. هم‌اکنون ۷۰ هزار نفر در صنعت شیرینی، شکلات و اسنک ایران مشغول کار هستند، این رقم در صورت رفع موانع تولید تا ۲۵ درصد قابل افزایش است. از سوی دیگر، ظرفیت تولید سالانه صنعت شیرینی، شکلات و اسنک، بیش از سه میلیون و ۵۰۰ هزار تن است و در حال حاضر، ۳ میلیون تن انواع این محصولات در این حوزه تولید می‌شود. همچنین، محصولات تولیدی صنعت شیرینی، شکلات و اسنک ایران به ۶۶ کشور جهان صادر می‌شود که این آمار و ارقام گواهی بر کیفیت بالا و رقابت‌پذیری تولیدات این حوزه دارد.

ممالک حاشیه خلیج فارس، آسیای جنوب شرقی، ساحل عاج و کشورهای همسایه از بازارهای صادراتی مهم این صنعت هستند. بزرگ‌ترین بازارهای صادراتی محصولات شیرینی، شکلات و اسنک ایران در کشورهای پیرامونی کشورهای عراق، افغانستان، آذربایجان، ترکمنستان، تاجیکستان و روسیه می‌باشد. صادرات این محصولات در سال ۱۳۹۶ به میزان ۷۰۰ میلیون دلار برای کشور ارزآوری داشته‌است که در صورت رفع موانع سد راه، تولید این رقم تنها در بازار کشورهای همسایه طی سال ۹۷ تا سقف یک میلیارد دلار قابل افزایش است. در حال حاضر بیش از ۸۰۰ هزار تن ظرفیت خالی تولید در صنعت شیرینی، شکلات و اسنک داریم که جهت بکارگیری این ظرفیت مسیرهای مختلفی، از جمله تقویت صادرات، کوتاه کردن دست رقبای خارجی از بازار داخلی و مصادیقی از این نوع وجود دارد. این کتاب به بررسی صنعت شیرینی، شکلات و اسنک ایران و فرصت‌ها و آینده‌ی آن در ایران می‌پردازد. در پایان امیدوارم این کتاب بتواند راهگشای مدیران و کارشناسان حاضر در این کسب‌وکار بوده و برای مدیران و کارشناسان این بخش نیز حای تکالیف استراتژیک باشد.

فرید رحیمی فردوسی نژاد

مدیرعامل گروه صنعتی شیرینی آنسه

فهرست مندرجات:

بخش اول: بررسی بازار شیرینی و شکلات در ایران.....	۸
۱- مقدمه.....	۸
۲- آشنایی کلی با این کسب و کار در ایران و تحولات آن.....	۸
۳- بررسی از تحولات این کسبوکار :.....	۱۹
۴- نگاهی به تاریخچه این کسب و کار در ایران و جهان.....	۲۳
۵- اسامی برخی از شرکتهای فعال در این حوزه.....	۲۴
۶- آشنایی عمومی با اطلاعات محصول شیرینی و شکلات.....	۲۶
۷- اطلاعات آمار، مرتبط با این کسب و کار.....	۲۷
۸- استراتژیها و رفتارها در این صنعت.....	۳۴
۹- تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصتها، تهدیدهای محیطی این کسبوکار (SWOT).....	۳۶
۱۰- تخمین و برآورد اندازهی بازار شیرینی و شکلات در ایران.....	۳۸
۱۱- پارادایمها، الگوها و مدلهای اصلی مرتبط با این کسب و کار در ایران.....	۴۵
بخش دوم - بررسی بازار چیپس و اسنک در ایران.....	۴۶
۱- مقدمه.....	۴۶
۲- آشنایی کلی با این کسب و کار و تحولات آن.....	۴۶
۳- نگاهی به تاریخچه ی این کسب و کار در ایران و جهان.....	۴۷
۴- اسامی برندهای معروف خارجی.....	۶۲
۵- نگاهی به تاریخچه این کسب و کار.....	۶۲
۶- تاریخچه تولید اسنک و چیپس سیب زمینی در ایران.....	۶۴
۷- کشورهای عمده تولید کننده و مصرف کننده چیپس و اسنک.....	۶۵

- ۸- برندهای اصلی چپس در ایران و محصولات آن ۶۵
- ۹- آشنایی با برندهای مطرح اسنک در ایران و محصولات آنها ۷۰
- ۱۰- اطلاعات عمومی مرتبط با این کسبوکار ۷۴
- ۱۱- نگاهی به مهمترین موضوعات مرتبط با بهداشت و ایمنی این محصولات ۸۰
- ۱۲- رفتار و خواست مشتریان (نیازها، انتظارات، استانداردها و الزامات) ۸۱
- ۱۳- تقسیم بندی بسته بندیهای محصولات ۸۲
- ۱۴- استراتژیها و رفتار رقبا در این صنعت ۹۳
- ۱۵- بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدهای محیطی این کسبوکار (SWOT) ۹۶
- ۱۶- تخمین و برآورد اندازه بازار این محصولات در ایران ۹۸
- ۱۷- پارادایمها، الگوها و مدل های مرتبط اصلی با این کسبوکار ۱۰۶
- بخش سوم : میکروبیها و عوامل موثر در فساد مواد غذایی ۱۰۹
- ۱- چرا غذا فاسد میشود؟ ۱۰۹
- ۲- نقش زمان در رشد باکتریها: ۱۱۳
- ۳- چه میکروبیهای باعث فساد غذا و مسمومیت میشوند؟ ۱۱۳
- ۴- دسته بندی مواد غذایی از نظر فسادپذیری: ۱۱۵
- ۵- چگونگی تشخیص مواد غذایی فاسدشده از طریق اندامهای حسی ۱۱۶
- ۶- تشخیص فساد در مواد غذایی: ۱۱۷
- ۷- منابع و مآخذ ۱۱۹