



امنیت غذایی زیر فشار تورم وافت قدرت خرید



مهندس جمال حسین‌زاده، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران اعلام کرد:

تداخل نهادهای نظارتی عامل فشار روی تولید فرآورده‌های گوشتی

محمدحسین مشایخی تشریح کرد:

از نجات «گوشتیران»
تا راداندازی بیش
از ۵۰ واحد تولیدی

در نامه وزیر دادگستری تأکید شده است:

اخذ نظر کارشناسی
از انجمن‌های تخصصی
قبل از صدور آرا



در نامه وزیر دادگستری به رئیس سازمان تعزیرات تأکید شده است؛

اخذ نظر کارشناسی از انجمن های تخصصی قبل از صدور آرای پرونده های تعزیراتی

تکرار تخلف، تشکیل شعب تخصصی در مراکز استان‌ها، اخذ نظرات مشورتی از انجمن‌های تخصصی و اتاق‌های بازرگانی، استناد به مقررات لازم‌الاجرا در چارچوب ماده ۳۰ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار و راه‌اندازی کمیته ملی حمایت از حقوق فعالان اقتصادی تأکید شده است.

بر پایه این گزارش در این دستورالعمل به صراحت ابلاغ شده که شعب تخصصی رسیدگی کننده به پرونده‌های تعزیراتی، قبل از صدور رأی و در صورت ضرورت می‌توانند نظر تخصصی و مشورتی نمایندگان انجمن‌های تخصصی و اتاق‌های بازرگانی را در صنایع مرتبط اخذ نموده و حین ارجاع امر به کارشناسی یا بررسی نظر کارشناسان رسمی از حیث تطابق با واقع امر و ملاحظات تخصصی، موضوع را مدنظر قرار داده و مراتب ضمن درج در صورت مجلس در پرونده ثبت و ضبط نمایند.

امین حسین رحیمی، وزیر دادگستری با ارسال نامه‌ای به رئیس سازمان تعزیرات حکومتی با توجه به شرایط کشور و ضرورت حمایت از کلیه ارکان زنجیره سرمایه‌گذاری، تأمین، تولید، توزیع کالا و خدمات و رونق اشتغال در کشور و نیز تضمین حقوق مصرف‌کنندگان، درخصوص رسیدگی به پرونده‌های مطروحه نکات مهمی را ابلاغ کرد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران در ابلاغیه وزیر دادگستری به اجرای ۱۰ بند مهم نظیر رعایت اصل تداوم فعالیت بنگاه‌های اقتصادی، عدم احضار مدیران اشخاص حقوقی، اصل شخصی بودن مسئولیت کیفری، اصل تناسب در صدور قرارهای تأمین و نظارت قضایی، رسیدگی خارج از نوبت، پیشگیری از وقوع یا

[illegible]



سوسو سوسیس
و گالباس



نشریه داخلی
انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

سال چهارم، شماره شانزدهم، تابستان ۱۴۰۵

سوسو سوسیس
و گالباس

مدیر مسئول:
جمال حسین زاده
سر دبیر:
محمد رضا جمشیدی

تحریریه:
زهرا مازندرانی
صفحه آرایی:
شکوفه خوش نثار
چاپ: ایران کهن
آدرس: خیابان قائم مقام فراهانی
نیش کوچه بیست و چهارم
پلاک ۱۴۸ طبقه اول غربی
انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران
تلفن: ۸۸۸۴۳۴۷۹
نمابر: ۸۸۳۰۵۵۰۲
پست الکترونیکی:
info@mppsos.com

فهرست مطالب

- ۲/ اخذ نظر کارشناسی از انجمن‌های تخصصی قبل از صدور آرای پرونده‌های تعزیراتی
- تداخل نهادهای نظارتی عامل فشار روی تولید فرآورده‌های گوشتی / ۴
- امنیت غذایی زیر فشار تورم و افت قدرت خرید / ۶
- بی‌نوشتی بر قانون پروانه ساخت کلی ابلاغی در خرداد ۷/۱۴۰۵ / ۷
- خبر / ۸
- نقش کلیدی طراحی‌های نوین در جذب نسل جدید مصرف‌کنندگان / ۱۰
- چشم‌انداز دیجیتال در خط تولید کارخانه‌های فرآورده‌های گوشتی / ۱۱
- هجوم ربات‌های فوق پیشرفته به خطوط تولید / ۱۲
- ربات‌ها عامل بازتوسعه صنعت فرآورده‌های گوشتی / ۱۳
- هات‌داگ: ساندویچی برای هم‌زمانی جهان / ۱۴
- از نجات «گوشتیران» تا راه‌اندازی بیش از ۵۰ واحد تولیدی / ۱۶
- چگونه هات‌داگ با نوآوری سلیقه نسل جدید را فتح کرد؟ / ۲۰
- هات‌داگ: موتور محرک صنعت سوسیس و بازار چند میلیارد دلاری فست‌فود / ۲۲
- بازطراحی یک قطعه کوچک برای ارتقای بهداشت در صنعت فرآورده‌های گوشتی / ۲۴
- داده‌ها چگونه بهره‌وری خطوط تولید را متحول می‌کنند؟ / ۲۵
- انقلاب بی‌سرمد در بسته‌بندی فرآورده‌های گوشتی با مرگ تدریجی نگهدارنده‌های شیمیایی / ۲۶
- خداحافظی با روکش‌های پلاستیکی سوسیس و کالباس / ۲۷

سرمقاله

از افزایش قیمت مواد اولیه تا تعدد دستگاه‌های نظارتی

سال‌هاست اهالی صنعت غذا از موازی‌کاری ارگان‌های نظارتی گلایه دارند، چرا که چنین رویه‌ای نتیجه‌ای جز اتلاف وقت تولیدکنندگان، صرف هزینه‌های زائد مضاعف و سردرگمی فعالان این بخش نداشته است و از همه مهم‌تر سنجیتی با نامگذاری‌های سالانه در راستای حمایت از تولید داخلی ندارد.

مسأله‌ای که اخیراً فعالان صنعت فرآورده‌های گوشتی را تحت تأثیر قرار داده افزایش تعداد دستگاه‌های ناظر به‌گونه‌ای است که میان خود آنها تداخل وظیفه ایجاد کرده است.

سازمان غذا و دارو و سازمان دامپزشکی اگرچه هر دو ناظرانی شایسته و با کفایت هستند، اما به‌نظر می‌رسد باید تقسیم‌کاری خاصی میان خود انجام دهند تا تولیدکنندگان فرآورده‌های گوشتی در مبحث نظارت بر فرآورده‌های خام دامی لااقل با یک دستگاه ناظر طرف باشند. در زمینه خمیر مرغ نیز این نظارت و نوع تداخل به شکل دیگری خود را نشان می‌دهد که شایسته است ارگان‌های نظارتی با انسجام بیشتری به وظایف ذاتی خود یعنی نظارت بپردازند.

افزایش روزافزون قیمت مواد اولیه تولید و بسته‌بندی از جمله دیگر مباحثی است که در سه ماهه تابستان باعث افزایش روزافزون قیمت تمام شده تولیدات صنعت فرآورده‌های گوشتی شده است و از آنجایی که نسل جوان و اقشار متوسط از مشتریان پروپاقرص این محصولات هستند، می‌طلبند تا راهکاری عاجل در راستای تداوم دسترسی اقشار مختلف مردم به پروتئین ارزان قیمت اندیشیده شود.

سر دبیر



مهندس جمال حسین زاده، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران اعلام کرد:

تداخل نهادهای نظارتی عامل فشار روی تولید فرآورده‌های گوشتی



دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران با انتقاد از تعدد دستگاه‌های نظارتی و تداخل وظایف آنها، گفت: گستردگی نظارت‌ها و موازی کاری میان برخی دستگاه‌های دولتی، علاوه بر افزایش فشار بر واحدهای تولیدی، در مواردی موجب اختلاف میان خود نهادهای ناظر نیز شده است.

دست کم از عملکرد و نظارتی که خودشان انجام می‌دهند، دفاع کنند.

تداخل وظایف میان دستگاه‌های نظارتی

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران با اشاره به افزایش تعداد نهادهای ناظر تصریح کرد: تعدد دستگاه‌ها به اندازه‌ای افزایش یافته که اکنون در برخی موارد، تداخل وظایف میان خود آنها نیز مشاهده می‌شود. در حال حاضر حتی درباره این که نظارت بر برخی فرآورده‌های

سازمان دامپزشکی کشور و همچنین ناظران شرعی معرفی شده از سوی دفتر نمایندگی ولی فقیه مواجه هستند.

وی افزود: با وجود حضور این دستگاه‌ها و ناظران متعدد، صنعت فرآورده‌های گوشتی همواره از سوی بخش‌های مختلف مورد حمله قرار می‌گیرد، اما متأسفانه در چنین شرایطی دستگاه‌هایی که بر فعالیت ما نظارت دارند، کمتر از مسؤولیت و عملکرد نظارتی خود دفاع می‌کنند. انتظار ما این است که این دستگاه‌ها

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، جمال حسین زاده، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، با اشاره به تعدد دستگاه‌های ناظر بر فعالیت واحدهای این صنعت اظهار کرد: واحدهای تولیدی فرآورده‌های گوشتی با مجموعه گسترده‌ای از نظارت‌های دولتی از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان غذا و دارو، ادارات نظارت بر مواد غذایی، بخش‌های کنترل کیفی مرتبط با سازمان ملی استاندارد،



مشکلی برای تأمین

گوشت قرمز ننداریم

وی در پاسخ به پرسشی درباره وضعیت تأمین گوشت قرمز مورد نیاز صنایع فرآورده‌های گوشتی، به‌ویژه با توجه به وابستگی بخشی از این نیاز به واردات، گفت: در حال حاضر مشکل قابل توجهی در زمینه واردات گوشت قرمز وجود ندارد و وزارت جهاد کشاورزی نیز مجوزهای مربوطه را صادر می‌کند.

حسین زاده ادامه داد: با توجه به کاهش سرانه مصرف پروتئین و گوشت در کشور، در مقطع فعلی کمبود یا خلأ محسوسی در بازار مواد اولیه احساس نمی‌کنیم و دسترسی به گوشت قرمز نیز آسان تر شده است.

افزایش گرایش مصرف کنندگان

به فرآورده‌های ارزان تر

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران همچنین از تغییر الگوی تقاضای مصرف کنندگان خبر داد و گفت: گرایش بازار بیشتر به سمت فرآورده‌های گوشتی ارزان قیمت رفته است.

محصولاتی که در ترکیب آنها سهم بیشتری از گوشت مرغ وجود دارد، با استقبال بیشتری مواجه هستند و در مقابل، تقاضا برای محصولاتی که سهم گوشت قرمز در آنها بالاتر و در نتیجه قیمتشان بیشتر است، کاهش یافته است.

وی تأکید کرد که در شرایط فعلی، صنعت فرآورده‌های گوشتی برای تأمین گوشت قرمز مورد نیاز خود با محدودیت جدی مواجه نیست و چالش اصلی فعالان این صنعت بیشتر به فرآیندهای اداری، نظارتی، حمل و نقل و ترخیص مواد اولیه بازمی‌گردد.

قدردانی از وزارت صمت

برای ارتباط مستمر با انجمن

حسین زاده در پایان از همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت با انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران قدردانی کرد و گفت: جا دارد از وزارت صمت و همکارانمان در این وزارتخانه تشکر کنم.

آنها به‌صورت هفتگی با انجمن در ارتباط هستند، مشکلات واحدهای تولیدی را می‌شنوند و تا جایی که در حیطه اختیارات و امکاناتشان باشد، برای رفع آنها اقدام می‌کنند.

در میان وزارتخانه‌ها، ارتباط مابا وزارت صمت بسیار روان و تسهیل شده است و لازم می‌دانم از همکاری مسئولان و کارشناسان این وزارتخانه با صنعت فرآورده‌های گوشتی تشکر کنم.

تعدد دستگاه‌ها به اندازه‌ای

افزایش یافته که اکنون در برخی موارد، تداخل وظایف میان خود آنها نیز مشاهده می‌شود. در حال حاضر حتی درباره این که نظارت بر برخی فرآورده‌های خام دامی در حیطه وظایف سازمان دامپزشکی است یا سازمان غذا و دارو، اختلاف نظر وجود دارد

جایگزین، هزینه‌های مضاعفی را به واردکننده تحمیل کرده است؛ هزینه‌هایی که در زمان برنامه‌ریزی و تخصیص ارز برای واردات کالا پیش‌بینی نشده بود و در نهایت باید به فروشنده و شرکت‌های حمل و نقل پرداخت می‌شد.

حسین زاده ادامه داد: پس از رسیدن کالا به بندر خشک آپرین، فرآیند مراجعه برای نمونه‌برداری از سوی مجموعه‌های مربوط به دانشگاه علوم پزشکی تهران و سازمان غذا و دارو ۱۶ روز طول کشید. از سوی دیگر، به دلیل این که کارشناسان مربوطه سابقه کافی در مواجهه با چنین محموله‌ای در این محل نداشتند، برای نمونه‌برداری درخواست ۳۰ کیسه از کالا مطرح شد که معادل حدود ۶۰۰ کیلوگرم بود؛ در حالی که چنین حجمی برای نمونه آزمایشگاهی بسیار قابل توجه است. وی تأکید کرد: مشکل اساسی این است که فرآیندهای اداری و نظارتی متناسب با شرایط ویژه فعلی تغییر نکرده‌اند. تأخیرهایی از این دست، خسارت قابل توجهی به صنعت وارد می‌کند.

سرمایه ۷۶ شرکت

درگیر یک محموله ۷۵ تنی

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران با بیان این که این محموله با سرمایه‌گذاری جمعی شرکت‌های عضو تهیه شده است، گفت: این کالا با سرمایه‌گذاری ۷۶ شرکت تأمین شده و کل محموله حدود ۷۵ تن است؛ یعنی سهم هر شرکت حتی به یک تن هم نمی‌رسد. با این حال، مجموعه‌ای از فرآیندهای طولانی اداری و نظارتی باعث شده است تحویل این ماده اولیه به واحدهای تولیدکننده با تأخیر جدی مواجه شود.

حسین زاده افزود: تعداد کارکنان و ناظران دولتی در فرآیندهای مختلف به اندازه‌ای افزایش یافته که تداخل وظایف آنها، سرعت فعالیت بخش خصوصی را کاهش داده و در مواردی لطمه بزرگی به روند فعالیت واحدهای تولیدی وارد می‌کند.

خام دامی در حیطه وظایف سازمان دامپزشکی است یا سازمان غذا و دارو، اختلاف نظر وجود دارد. برای نمونه، درباره محصولاتمانند عسل و خمیر مرغ، موضوع تعیین مرجع نظارتی مطرح شده و از سوی دیگر سازمان دامپزشکی نیز بر اساس قانون، فرآورده‌های خام دامی را در حوزه مسئولیت خود می‌داند.

وی گفت: تعداد دستگاه‌های نظارتی به حدی رسیده که فشار ناشی از تداخل وظایف، دیگر تنها متوجه بخش خصوصی نیست و میان خود دستگاه‌های دولتی نیز اختلاف و همپوشانی کاری ایجاد کرده است.

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی در ادامه با اشاره به برنامه دولت برای کاهش بخشی از فعالیت‌های اداری دستگاه‌های دولتی، از این رویکرد استقبال کرد و گفت: کاهش بوروکراسی و تعدد مداخلات می‌تواند به تسریع فعالیت بخش خصوصی کمک کند.

شرایط فعلی حمل و نقل، هزینه تأمین

مواد اولیه را افزایش داده است

حسین زاده خود به مشکلات ناشی از شرایط فعلی کشور برای شرکت‌های تولیدکننده فرآورده‌های گوشتی اشاره کرد و گفت: محدودیت‌های ایجادشده در حمل و نقل دریایی موجب شده است بخشی از مواد اولیه وارداتی که پیش از این از بنادر جنوبی کشور ترخیص می‌شد، با هزینه‌های بالاتر از طریق مسیرهای ریلی و جاده‌ای جابه‌جا شود.

وی افزود: در بنادر بزرگ کشور مانند بندر شهید رجایی، فرآیندهای نظارتی و نمونه‌برداری برای فعالان اقتصادی شناخته‌شده بود. کالا وارد می‌شد، نماینده دانشگاه علوم پزشکی نمونه‌برداری می‌کرد، نمونه به آزمایشگاه ارسال و نتیجه اعلام می‌شد. اما اکنون برخی کالاها وارد بنادر و مبادی می‌شوند که پیش از این سابقه ورود چنین محموله‌هایی را نداشته‌اند و همین مسئله مشکلات جدیدی ایجاد کرده است.

۱۶ روز انتظار

برای نمونه‌برداری از یک محموله

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران در تشریح یکی از نمونه‌های این مشکلات گفت: در موردی که شخصاً در جریان آن هستم، شرکت تعاونی وطن در ۲۲ تیرماه ۱۴۰۴ درخواست مجوز واردات داده و ثبت سفارش انجام شده بود.

این محموله پس از طی فرآیندهای مربوطه و حمل دریایی و سپس ریلی، در ۱۴ مرداد به بندر خشک آپرین در اسلامشهر رسید. وی افزود: انتقال این محموله از مسیرهای

مصطفی عبداللهی، مدیر عامل شرکت فرآورده‌های گوشتی «رباط» تاکید کرد:

امنیت غذایی زیر فشار تورم و افت قدرت خرید



اولیه افزایش باید. حذف واسطه‌های غیر ضروری، ایجاد سامانه‌های شفاف برای رصد جریان کالا و حمایت هدفمند از تولید کنندگان واقعی می‌تواند بخش قابل توجهی از مشکلات موجود را کاهش دهد.

در کنار این اقدامات، همکاری نزدیک‌تر میان دولت، نهادهای نظارتی و تشکلهای تخصصی صنعت غذا نیز ضروری است تا تصمیم‌گیری‌ها بر اساس واقعیت‌های میدانی صنعت انجام شود و زمینه برای تقویت ذخایر راهبردی و پایداری تولید در کشور فراهم گردد.

«تحریم‌ها و شرایط جنگ چه تأثیری بر تأمین ارز و هزینه‌های تولید گذاشته است؟»

مشکلات تخصیص ارز که پیش‌تر نیز وجود داشت امروز شدیدتر شده است. حذف بسیاری از بازرگانان از چرخه تأمین ارز و کاهش توان مالی شرکت‌ها دسترسی به مواد اولیه را دشوار کرده و حتی برخی مواد از فرمول‌های تولید حذف شده‌اند.

«با توجه به تورم بالا و کاهش قدرت خرید، وضعیت امنیت غذایی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟»

افزایش شدید تورم قدرت خرید مردم را به‌طور جدی کاهش داده و تولید کنندگان را نیز تحت فشار هزینه‌های سربار قرار داده است. متأسفانه برخی واحدهای سودجو برای کاهش قیمت، کیفیت و استاندارد را قربانی می‌کنند که این موضوع تهدیدی جدی برای سلامت جامعه است.

«آیا امنیت غذایی امروز بیش از گذشته به متغیرهای غیر اقتصادی وابسته شده است؟»

بله، نبود استراتژی بلندمدت در حوزه آب، کشاورزی و صنایع تبدیلی باعث شده وابستگی به واردات به یک ریسک جدی برای امنیت غذایی کشور تبدیل شود؛ در حالی که ایران ظرفیت‌های بزرگی در این حوزه دارد.

«در چنین شرایطی اولویت صنعت غذا باید حفظ تولید باشد یا دسترسی مردم به کالاهای اساسی؟»

هر دو مهم هستند، اما حفظ تولید اولویت دارد؛ زیرا توقف تولید، تعطیلی واحدها، بیکاری گسترده و افزایش آسیب‌های اجتماعی را به دنبال خواهد داشت.

«آیا شرکت‌ها توانسته‌اند بازارهای صادراتی خود را حفظ کنند؟»

متأسفانه شرایط در هر دو بخش بازار داخلی و صادراتی مطلوب نیست و ادامه این روند می‌تواند آسیب‌های جدی به امنیت غذایی و سلامت جامعه وارد کند.

در شرایطی که اقتصاد کشور با موجی از تورم مزمن، نوسانات ارزی و اختلال در زنجیره‌های تأمین مواجه است، مفهوم «امنیت غذایی» بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. افزایش مداوم قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید خانوارها نه تنها الگوی مصرف را تغییر داده، بلکه فشار سنگینی بر تولید کنندگان صنایع غذایی نیز وارد کرده است؛ صنایعی که از یک سو بار شد چند برابری هزینه‌های تولید دست و پنجه نرم می‌کنند و از سوی دیگر با بازاری روبه‌رو هستند که توان جذب قیمت‌های جدید را ندارد. در چنین فضایی، نگرانی‌ها درباره افت کیفیت محصولات، کاهش تنوع تولید و تضعیف ذخایر راهبردی غذایی افزایش یافته است. بسیاری از فعالان این حوزه معتقدند اگر سیاست‌های حمایتی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت به صورت جدی بازنگری نشود، فشار اقتصادی می‌تواند پیامدهایی فراتر از رکود صنعتی داشته باشد و مستقیماً سلامت و امنیت غذایی جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. در گفت‌وگو پیش‌رو، مصطفی عبداللهی، مدیر عامل شرکت فرآورده‌های گوشتی رباط از چالش‌های امروز صنعت غذا و مخاطرات پیش‌روی آن می‌گوید.

«نقش دولت و نهادهای پشتیبان را در دوران بحران چگونه ارزیابی می‌کنید؟»

حمایت‌هایی که در این مدت از سوی دولت و نهادهای مرتبط انجام شده، به‌ویژه در بخش‌هایی مانند واردات مواد اولیه، تخصیص ارز و پشتیبانی از واحدهای تولیدی، به اندازه‌ای که بتواند فشارهای موجود را کاهش دهد کافی و مؤثر نبوده است. در بسیاری از موارد، نبود هماهنگی میان دستگاه‌های مختلف، پیچیدگی فرآیندهای اداری و تغییرات مکرر در بخشنامه‌ها باعث شده تولید کنندگان برای تأمین مواد اولیه با مشکلات متعددی روبه‌رو شوند و زمان و هزینه بیشتری را صرف این فرآیندها کنند.

در چنین شرایطی، خلأ نظارت مؤثر و ضعف در مدیریت زنجیره تأمین، فرصت را برای سودجویی برخی واسطه‌ها فراهم کرده است؛ به گونه‌ای که مواد اولیه یا کالاهای واسطه‌ای در مسیر رسیدن به تولید کننده با افزایش قیمت‌های قابل توجهی مواجه می‌شوند.

این مسأله نه تنها هزینه تولید را افزایش می‌دهد، بلکه در نهایت به رشد قیمت محصولات نهایی در بازار مصرف نیز منجر می‌شود. اگر مدیریت زنجیره تأمین به صورت دقیق‌تر و شفاف‌تر انجام شود و هماهنگی بیشتری میان دولت، نهادهای نظارتی و انجمن‌های تخصصی صنعت غذا شکل بگیرد، می‌توان بخش قابل توجهی از این نابسامانی‌ها را کنترل کرد. مشارکت تشکلهای صنفی و صنعتی در تصمیم‌گیری‌ها، تسهیل فرآیندهای واردات و تأمین مواد اولیه و ایجاد سازوکارهای شفاف برای توزیع کالای تولیدی به کاهش فشار هزینه‌ای بر تولید کنندگان کمک کرده و در نهایت بخشی از فشار تورمی موجود در بازار را نیز تعدیل کند.

«چه سیاست‌هایی برای تقویت ذخایر راهبردی مواد غذایی در آینده ضرورت دارد؟»

باید از رویکردهای شعاری و مقطعی فاصله گرفت و به جای ارائه راهکارهای کوتاه‌مدت، با نگاهی واقع‌بینانه و مبتنی بر داده‌های دقیق، مشکلات ساختاری زنجیره تأمین مواد غذایی را شناسایی و برای حل آن‌ها برنامه‌ریزی کرد. یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که در سال‌های اخیر به وضوح دیده می‌شود، وجود رانته‌ها و واسطه‌گری‌های غیر ضروری در مسیر تأمین و توزیع مواد اولیه است؛ مسأله‌ای که نه تنها هزینه‌ها را برای تولید کننده افزایش می‌دهد، بلکه در نهایت فشار بیشتری را نیز به مصرف کننده تحمیل می‌کند.

برای اصلاح این وضعیت، لازم است اراده‌ای جدی در سطح سیاست‌گذاری و مدیریت اقتصادی شکل بگیرد تا شفافیت در فرآیند تأمین، واردات و توزیع مواد



پی‌نوشتی بر قانون پروانه ساخت کلی ابلاغی در خرداد ۱۴۰۵

مجید فخاری



مانع، منافع کسانی را که به وجود آن مانع خو گرفته‌اند کاهش می‌دهد، ساده‌سازی فرآیندهای اداری نیز ممکن است با استقبال همه روبه‌رو نشود. اما فلسفه مقررات‌زدایی، حفظ منافع اشخاص نیست؛ بلکه حمایت از تولید، کاهش بوروکراسی و تسهیل خدمت‌رسانی است. از این رو، شایسته است تولیدکنندگان بدون توجه به تردیدها و برداشت‌های شخصی، از ظرفیت قانونی «پروانه ساخت کلی» که با ابلاغ رسمی وزارت بهداشت ایجاد شده است، استفاده کنند.

تاریخ مدیریت نشان داده است که هر اصلاحی، در آغاز با مقاومت‌هایی روبه‌رو می‌شود. مقررات‌زدایی نیز از این قاعده مستثنا نیست. هرچا مسیرها کوتاه‌تر و بوروکراسی کمتر می‌شود، طبیعی است که برخی همچنان به شیوه‌های گذشته دل بسته باشند. اما مسیر صحیح، همان مسیری است که قانون ترسیم کرده است و امروز «پروانه ساخت کلی» با ابلاغ رسمی معاون وزیر بهداشت، بخشی از همین مسیر قانونی و اصلاحی است. همان گونه که از میان رفتن هر

تجربه نشان داده است که هرگاه مقررات‌زدایی و تسهیل فرآیندهای اداری در دستور کار قرار می‌گیرد، طبیعی است که برخی افراد به دلیل عادت به رویه‌های گذشته یا نگرانی از تغییر، در برابر آن مقاومت کنند. اما آنچه ملاک عمل است، قانون و ابلاغ رسمی مراجع ذیصلاح است، نه سلیقه‌های فردی. پروانه ساخت کلی نیز بر اساس ابلاغ رسمی معاون وزیر بهداشت و رئیس سازمان غذا و دارو ایجاد شده و بهره‌گیری از این ظرفیت قانونی، حق تولیدکنندگان است.



«اطلاعات» سلاح جدید

کارخانه‌های کالباس

سرویس بین‌الملل: اگر زمانی گوشت و ادویه مهم‌ترین دارایی کارخانه‌های فرآورده‌های گوشتی بودند، امروز اطلاعات به یکی از ارزشمندترین منابع این صنعت تبدیل شده‌است.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، سال ۲۰۲۶ را می‌توان سال ورود جدی مفهوم «کارخانه داده‌محور» به صنعت فرآورده‌های گوشتی دانست.

کارخانه‌های مدرن امروزی هزاران داده را در هر ساعت ثبت می‌کنند؛ از میزان مصرف انرژی گرفته تا عملکرد تجهیزات و وضعیت کیفیت محصول.

این اطلاعات اکنون با کمک نرم‌افزارهای پیشرفته تحلیل شده و به ابزاری برای تصمیم‌گیری تبدیل می‌شوند.

برخی تولیدکنندگان اعلام کرده‌اند استفاده از سامانه‌های تحلیل داده باعث شده زمان توقف خطوط تولید کاهش یابد و هزینه‌های تعمیرات به شکل محسوس‌تری کنترل شود. در بسیاری از موارد، سیستم‌ها می‌توانند پیش از خرابی تجهیزات هشدار داده و از بروز توقف‌های پرهزینه جلوگیری کنند.

علاوه بر این، تحلیل داده‌ها به مدیران کمک می‌کند الگوهای مصرف مواد اولیه را شناسایی کرده و بهره‌وری را افزایش دهند. کارشناسان باور دارند آینده صنعت فرآورده‌های گوشتی متعلق به شرکت‌هایی خواهد بود که بتوانند از داده‌های خود بهتر از رقبا استفاده کنند.

بر پایه این گزارش این روند اکنون به یکی از مهم‌ترین محورهای سرمایه‌گذاری در صنایع غذایی تبدیل شده و بسیاری از شرکت‌های فناوری در حال توسعه راهکارهای اختصاصی برای صنعت گوشت هستند.



بازگشت پر قدرت

فرآورده‌های گوشتی به بازار

سرویس بین‌الملل: در شرایطی که بسیاری از تحلیلگران انتظار رشد محدود بازار فرآورده‌های گوشتی را داشتند، داده‌های جدید منتشر شده در سال ۲۰۲۶ از افزایش تقاضا در بسیاری از نقاط جهان خبر می‌دهد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، این روند نشان می‌دهد مصرف‌کنندگان همچنان استقبال گسترده‌ای از محصولات آماده و نیمه‌آماده گوشتی دارند.

گزارش‌های اقتصادی جدید حاکی از آن است که بازار جهانی سوسیس، کالباس و هات‌داگ در سال ۲۰۲۶ روندی فراتر از پیش‌بینی‌ها را تجربه می‌کند. رشد شهرنشینی، افزایش مشغله‌های کاری و تقاضای غذاهای سریع و در عین حال غنی از پروتئین، از مهم‌ترین عوامل این رشد محسوب می‌شوند.

شرکت‌های بزرگ تولیدکننده نیز با سرمایه‌گذاری در خطوط تولید جدید و توسعه فناوری‌های بسته‌بندی تلاش می‌کنند سهم بیشتری از این بازار را به دست آورند. بسیاری از برندها علاوه بر افزایش ظرفیت تولید، به دنبال توسعه بازارهای صادراتی در آسیا، آفریقا و خاورمیانه هستند.

کارشناسان باور دارند تغییر سبک زندگی مصرف‌کنندگان باعث شده فرآورده‌های گوشتی آماده جایگاه مهم‌تری در سبد غذایی خانواده‌ها پیدا کنند. در همین حال، افزایش نوآوری در فرمولاسیون و فناوری تولید نیز به حفظ جذابیت این محصولات کمک کرده است.

با توجه به روند فعلی، بسیاری از مؤسسات تحقیقاتی پیش‌بینی می‌کنند ارزش بازار جهانی فرآورده‌های گوشتی در سال‌های آینده همچنان به رشد خود ادامه دهد و رقابت میان تولیدکنندگان بزرگ وارد مرز حله تازه‌ای شود.





پیام اجلاس جهانی فرآورده‌های گوشتی ۲۰۲۶:

آینده متعلق کارخانه‌های هوشمند است

سرویس بین‌الملل: اجلاس‌ها و نشست‌های بین‌المللی صنعت فرآورده‌های گوشتی در سال ۲۰۲۶ یک پیام روشن برای فعالان این حوزه داشتند: آینده رقابت در صنعت فرآورده‌های گوشتی دیگر تنها به ظرفیت تولید وابسته نیست؛ بلکه فناوری تعیین‌کننده برندگان بازار خواهد بود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، در رویدادهای تخصصی امسال، مدیران ارشد شرکت‌های تولیدکننده و تأمین‌کنندگان فناوری بر اهمیت تحول دیجیتال تأکید کردند. موضوعاتی مانند هوش مصنوعی، رباتیک، تحلیل داده، مدیریت هوشمند زنجیره تأمین و کنترل کیفیت دیجیتال در مرکز توجه قرار داشت.

سخنرانان این نشست‌ها هشدار دادند که افزایش هزینه‌های تولید، فشارهای اقتصادی و رقابت جهانی، شرکت‌ها را ناچار می‌کند به سمت فناوری‌های نوین حرکت کنند. از نگاه آنها، کارخانه‌های سنتی برای حفظ رقابت‌پذیری ناچار به بازنگری در مدل‌های تولید خود هستند.

یکی از موضوعات پررنگ این رویدادها، نقش فناوری در افزایش بهره‌وری و کاهش ضایعات بود، بر اساس گزارش‌های منتشر شده از سوی بسیاری از شرکت‌ها سرمایه‌گذاری در سامانه‌های هوشمند طی مدت کوتاهی بازگشت سرمایه قابل توجهی ایجاد کرده است.

تحلیلگران باور دارند صنعت فرآورده‌های گوشتی در آستانه بزرگ‌ترین تحول خود طی چند دهه اخیر قرار دارد. تحولاتی که نه تنها روش تولید، بلکه ساختار بازار و الگوی رقابت را نیز تغییر خواهند داد. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که زودتر به سمت فناوری حرکت کنند، شانس بیشتری برای حضور در بازارهای جهانی خواهند داشت.



جنگ تازه در بازار هات‌داگ و کالباس؛

رقابت بر سر یک روز ماندگاری بیشتر

سرویس بین‌الملل: در بازاری که هر ساعت تأخیر در فروش می‌تواند به زیان مالی منجر شود، ماندگاری محصول به یکی از مهم‌ترین عوامل رقابت تبدیل شده است.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، شرکت‌های بزرگ تولیدکننده هات‌داگ، سوسیس و کالباس در سال ۲۰۲۶ میلیارد‌ها دلار برای توسعه فناوری‌های بسته‌بندی هزینه می‌کنند؛ رقابتی که هدف آن تنها یک چیز است: افزایش عمر محصول بدون کاهش کیفیت.

فناوری‌های جدید بسته‌بندی که در رویدادهای تخصصی صنعت غذا در ژوئن ۲۰۲۶ معرفی شده است، نشان می‌دهند آینده بازار فرآورده‌های گوشتی بیش از هر زمان دیگری به نوآوری وابسته خواهد بود. بسته‌بندی‌های نسل جدید با کنترل دقیق اکسیژن، رطوبت و شرایط محیطی، امکان حفظ کیفیت محصول برای مدت طولانی‌تر را فراهم می‌کنند.

افزایش ماندگاری محصولات تنها به معنای کاهش ضایعات نیست. تولیدکنندگان باور دارند این فناوری‌ها می‌تواند فرصت‌های صادراتی جدیدی ایجاد کنند، زیرا محصولات قادر خواهند بود مسافت‌های طولانی‌تری را بدون افت کیفیت طی کنند.

از سوی دیگر، فشار روزافزون برای کاهش هدررفت مواد غذایی باعث شده دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی نیز از توسعه این فناوری‌ها حمایت کنند.

بر اساس گزارش برخی شرکت‌ها، استفاده از بسته‌بندی‌های جدید توانسته میزان مرجوعی کالا را به‌طور محسوسی کاهش دهد.

تحلیلگران باور دارند در آینده نزدیک، رقابت اصلی در بازار فرآورده‌های گوشتی تنها بر سر طعم یا قیمت نخواهد بود؛ بلکه توانایی حفظ کیفیت محصول در طول زنجیره تأمین به یکی از مهم‌ترین شاخص‌های موفقیت تبدیل خواهد شد.





در صنعت فرآورده‌های گوشتی رقم خورد؛

نقش کلیدی طراحی‌های نوین در جذب نسل جدید مصرف‌کنندگان

سرویس بین‌الملل: طراحی بسته‌بندی دیگر صرفاً پوششی ساده برای محافظت فیزیکی از کالا در زمان حمل‌ونقل نیست؛ بلکه به ابزاری تعاملی، زیست‌محیطی و رسانه‌ای قدرتمند برای جلب وفاداری نسل جدید خریداران تبدیل شده است.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، رفتار خرید مصرف‌کنندگان در سال‌های اخیر دستخوش تحولات عمیقی شده است. نسل جدید خریداران، تصمیمات خرید خود را نه تنها بر اساس محتویات داخل بسته، بلکه بر اساس پیام‌هایی که خود بسته‌بندی به آن‌ها منتقل می‌کند، اتخاذ می‌کنند. آن‌ها به شدت به مسائل زیست‌محیطی اهمیت می‌دهند و از خرید محصولاتی با بسته‌بندی‌های پلاستیکی غیرقابل بازیافت یا حجم‌های اضافی که زباله زیادی تولید می‌کنند، دوری می‌نمایند. از این رو، طراحی بسته‌بندی به یک علم چندرشته‌ای تبدیل شده که مستقیماً با موفقیت تجاری محصول در ارتباط است.

یکی از مفاهیم نوین در این حوزه، بسته‌بندی‌های تعاملی یا هوشمند است. کارخانجات پیشرو با چاپ کدهای QR پویا یا استفاده از تگ‌های NFC روی بسته‌ها، ارتباط مستقیمی بین محصول فیزیکی و دنیای دیجیتال برقرار می‌کنند. مشتری با اسکن این کد در فروشگاه می‌تواند به اطلاعات کاملی از قبیل شناسنامه بهداشتی، زنجیره تأمین مواد اولیه، تاریخ دقیق بسته‌بندی، گواهی‌های استاندارد کارخانه و حتی دستورالعمل‌های مصرف دسترسی پیدا کند. این سطح از شفافیت، اعتماد مصرف‌کننده را به شدت تقویت می‌کند.

علاوه بر این، نوآوری در ارگونومی بسته‌بندی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. سیستم‌های باز و بسته‌شدن مجدد آسان (Resealable)، بخش‌بندی‌های داخلی برای مصرف چندباره بدون افت کیفیت کل بسته و استفاده از مواد تجزیه‌پذیر سلولزی یا پلیمرهای مبتنی بر نشاسته ذرت، از جمله طرح‌هایی است که توجه خریداران را به خود جلب می‌کند.

در نهایت، در شلف‌های شلوغ فروشگاه‌ها که صدها برند برای جذب نگاه مشتری با یکدیگر رقابت می‌کنند، شرکت‌هایی سهم بازار بیشتری خواهند داشت که سرمایه‌گذاری روی بخش تحقیق و توسعه طراحی بسته‌بندی خود را جدی گرفته و آن را به عنوان سفیر اصلی برند خود به مشتری معرفی کنند.





چشمان دیجیتالی در خط تولید کارخانه‌های فرآورده‌های گوشتی



دوخت بسته‌بندی و حتی برچسب گذاری درست را بررسی می‌کند.

علاوه بر پایش ظاهری، استفاده از حسگرهای طیف‌سنجی مادون قرمز نزدیک (NIR) به دستگاه‌ها این توانایی را می‌دهد که بدون آسیب رساندن به محصول یا باز کردن بسته، ترکیب شیمیایی درونی آن شامل میزان چربی، پروتئین، رطوبت و نمک را اندازه‌گیری کنند. هر محصولی که کوچک‌ترین انحرافی از بازه مجاز داشته باشد، بلافاصله توسط ردیاب شناسایی شده و به وسیله جک‌های باد (پنوماتیک) از مسیر اصلی خارج می‌شود.

این حجم از دقت در نظارت کیفیت، به کارخانه‌ها اجازه می‌دهد تا نرخ خطا را به صفر نزدیک کنند، وفاداری مشتری را تضمین نمایند و داده‌های ارزشمندی از روند کارایی ماشین‌آلات خود در طول روز جمع‌آوری کنند.

اعتباری را که یک برند طی چندین دهه کسب کرده، در عرض چند ساعت نابود کند. اینجاست که بینایی ماشین به عنوان یک سپر دفاعی کامل وارد میدان می‌شود.

سیستم‌های نوین بینایی ماشین که در خطوط فرآوری مدرن نصب می‌شوند، از دوربین‌های چندطیفی با سرعت بالا، پروژکتورهای نورپردازی تخصصی و پردازنده‌های پردازش تصویر در لحظه تشکیل شده‌است.

همان‌طور که محصولات با سرعت بالا روی نوار نقاله حرکت می‌کنند، سیستم تصویری چندبعدی از هر محصول ثبت می‌کند.

هوش مصنوعی این تصاویر را با الگوهای مرجع مقایسه کرده و در کسری از ثانیه پارامترهایی چون ابعاد دقیق، یکنواختی رنگ سطحی، عدم وجود اجسام خارجی (مانند ذرات پلاستیک یا فلز)، صحت

سرویس بین‌الملل: به لطف فناوری پیشرفته بینایی ماشین (Machine Vision)، دوران نمونه‌برداری تصادفی آزمایشگاهی به سر آمده و اکنون تمامی محصولات عبوری از روی نوار نقاله‌ها، توسط حسگرهای پیشرفته اسکن و ارزیابی می‌شود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، سیستم‌های سنتی کنترل کیفیت در صنایع تولیدی متکی بر نمونه‌برداری تصادفی (Random Sampling) در فواصل زمانی مشخص بودند؛ روشی که گرچه تا حدی کارآمد بود، اما همواره ریسک فرار محصولات معیوب از چشمان بازرسان و ورود آن‌ها به بازار را به همراه داشت.

بروز یک نقص بهداشتی یا کیفی در محصولات نهایی و توزیع آن در بازار می‌تواند



هجوم ربات‌های فوق پیشرفته به خطوط تولید

بالا (مانند گواهی‌های IP69K)، در برابر شست‌وشوهای فشار قوی روزانه با مواد شیمیایی خورنده کاملاً مقاوم هستند.

بر پایه این گزارش پیاده‌سازی این حجم از رباتیک در کارخانه‌ها منجر به افزایش یکنواختی فرآیند، کاهش چشمگیر ضایعات ناشی از برش‌های غیراصولی دستی و ثبت رکوردهای جدید در سرعت تولید شده است.

اگرچه در نگاه اول این تغییرات نگران‌کننده به نظر می‌رسند و شایعاتی مبنی بر بیکاری گسترده کارگران را دامن می‌زنند، اما مدیران صنعتی استدلال می‌کنند که اتوماسیون باعث ارتقای نقش کارگران از انجام کارهاییدی طاقت‌فرسا به ناظران فنی و اپراتورهای ماشین‌آلات پیشرفته شده است؛ تغییری که در نهایت ایمنی محیط کار و بهره‌وری اقتصادی کل زنجیره تولید را بهبود می‌بخشد.

غذایی فرآوری‌شده، همواره بزرگ‌ترین منشا انتقال آلودگی‌های ثانویه بوده است. در پاسخ به این چالش‌های ساختاری، صنعت فرآوری به سمت پذیرش اتوماسیون تمام‌عیار گام برداشته است.

نسل جدید ربات‌های صنعتی، دیگر بازوهای فلزی کند و نابینای سابق نیست. این ربات‌ها اکنون به سنسورهای لمسی سه‌بعدی پیشرفته و الگوریتم‌های هوش مصنوعی مجهز شده‌است که به آن‌ها توانایی درک محیط را می‌دهد. ربات‌های همکار یا «کوبوت‌ها» به گونه‌ای طراحی شده‌است که می‌توانند به‌طور ایمن در کنار اپراتورهای انسانی کار کنند و کارهای خسته‌کننده، ظریف یا خطرناک مانند قطعه‌بندی اولیه، جداسازی بخش‌های زائد و چیدمان دقیق در بسته‌ها را برعهده بگیرند. این سیستم‌ها به دلیل برخورداری از استانداردهای حفاظتی

سرویس بین‌الملل: کمبود شدید نیروی کار متخصص، چالش‌های مربوط به بازرسی‌های ایمنی و بهداشت فردی و افزایش سرسام‌آور دستمزدها، کارخانه‌های بزرگ فرآوری را مجاب کرده است تا با حذف تدریجی کارهای دستی، به سراغ ربات‌های همکار (Cobots) و هوش تجسم یافته بروند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، صنایع فرآورده‌های گوشتی جهان در سال‌های اخیر با یکی از شدیدترین بحران‌های نیروی کار در تاریخ خود مواجه بوده‌است. مشاغل مربوط به سالن‌های تولید و بسته‌بندی به دلیل شرایط دمایی خاص (غالباً سرد و مرطوب) و کارهای فیزیکی سنگین و تکراری، نرخ ریزش بالایی دارند. علاوه بر این، حضور مستقیم انسان در مجاورت مواد



ربات‌ها عامل باز نویسی صنعت فرآورده‌های گوشتی



و بهبود یکنواختی کیفیت محصولات شده است. یکی از مهم‌ترین مزایای این سیستم‌ها، امکان فعالیت مداوم در شیفت‌های طولانی است؛ موضوعی که در شرایط کمبود نیروی انسانی به یک مزیت رقابتی مهم تبدیل شده است. پیش‌بینی می‌شود طی سال‌های آینده، کارخانه‌هایی که در حوزه اتوماسیون سرمایه‌گذاری نکنند، در رقابت جهانی با چالش‌های جدی مواجه شوند.

بر پایه این گزارش در حالی که برخی نگرانی‌ها درباره تأثیر این فناوری‌ها بر بازار کار مطرح شده، فعالان صنعت باور دارند نقش نیروی انسانی حذف نخواهد شد، بلکه از فعالیت‌های تکراری به سمت مدیریت، نظارت و کنترل فناوری‌های پیشرفته تغییر خواهد کرد.

دگرگون کند. کمبود نیروی کار متخصص و افزایش هزینه‌های عملیاتی، شرکت‌های بزرگ تولیدکننده فرآورده‌های گوشتی را به سمت سرمایه‌گذاری در فناوری‌های رباتیک سوق داده است. نسل جدید ربات‌های صنعتی مجهز به سیستم‌های بینایی ماشین و حسگرهای پیشرفته هستند و می‌توانند بسیاری از وظایفی را که پیش‌تر تنها توسط نیروی انسانی انجام می‌شد، با دقت و سرعت بالا انجام دهند.

این فناوری‌ها نه تنها عملیات جابه‌جایی و بسته‌بندی را برعهده دارند، بلکه در برخی خطوط تولید قادر هستند کیفیت مواد اولیه را بررسی کرده و ناهنجاری‌ها را شناسایی کنند. به گفته کارشناسان، استفاده از ربات‌های هوشمند باعث کاهش خطاهای انسانی، افزایش سرعت تولید

سرویس بین‌الملل: سال‌ها بود که ربات‌ها در صنایع خودروسازی و الکترونیک نقش مهمی ایفا می‌کردند، اما صنعت فرآورده‌های گوشتی به دلیل پیچیدگی مواد اولیه و نیاز به کنترل‌های دقیق، با سرعت کمتری به سمت اتوماسیون حرکت کرده بود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، اکنون در سال ۲۰۲۶ شرایط تغییر کرده و نسل جدید ربات‌های هوشمند در حال ورود به کارخانه‌های تولید سوسیس، کالباس و محصولات آماده مصرف هستند؛ تحول بزرگی که می‌تواند ساختار اشتغال، بهره‌وری و کیفیت در این صنعت را



هات‌داگ؛ ساندویچی برای هم‌زبانی جهان

سرویس بین‌الملل: در دنیای غذا، کمتر محصولی را می‌توان یافت که به اندازه هات‌داگ، مرزهای جغرافیایی را پشت سر گذاشته و در عین حال، هویت خود را حفظ کرده باشد.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، این ساندویچ ساده که روزگاری تنها غذایی سریع برای کارگران و رهگذران شهرهای آمریکا بود، امروز در پنج‌قاره جهان سرو می‌شود؛ اما نکته جالب اینجاست که هات‌داگ در هیچ دو کشوری کاملاً شبیه هم نیست. هر جامعه، آن را با ذائقه، مواد اولیه، فرهنگ و سبک زندگی خود بازآفرینی کرده است. به همین دلیل، هات‌داگ را می‌توان یکی از موفق‌ترین نمونه‌های «بومی‌سازی یک غذای جهانی» دانست. شاید رمز ماندگاری این غذا، در سادگی آن نهفته باشد. یک نان نرم، یک سوسیس با کیفیت و مجموعه‌ای از سس‌ها و مخلفات؛ همین ساختار ساده، فضایی بی‌پایان برای خلاقیت ایجاد کرده است. هر کشوری می‌تواند بدون تغییر ماهیت اصلی هات‌داگ، آن را به بخشی از فرهنگ غذایی خود تبدیل کند.

آمریکا؛ خانه دوم هات‌داگ

اگرچه ریشه‌های سوسیس به اروپا بازمی‌گردد، اما هات‌داگ امروزی بدون تردید محصول فرهنگ شهری آمریکاست. در ایالات متحده، این غذا فراتر از یک وعده غذایی ساده است و بخشی از خاطرات جمعی مردم محسوب می‌شود. حضور هات‌داگ در مسابقات بیسبال، فوتبال آمریکایی، جشن‌های ملی، پارک‌های تفریحی، کارناوال‌ها و حتی سینماها، آن را به یکی از نمادهای سبک زندگی آمریکایی تبدیل کرده است.

در آمریکا نیز نسخه واحدی از هات‌داگ وجود ندارد. هر ایالت، دستور مخصوص خود را دارد. در برخی مناطق، خردل زرد و پیاز تازه انتخاب اول است؛ در برخی دیگر، سس گوجه، خیارشور، فلفل، لوبیا، پنیر یا پیاز کاراملی به آن افزوده می‌شود.

همین تنوع باعث شده هر شهر، هات‌داگ مخصوص خود را داشته باشد و درباره بهترین دستور تهیه آن، رقابتی قدیمی میان شهرهای مختلف شکل بگیرد.

آلمان؛ احترام به سنت

در آلمان، زادگاه بسیاری از سوسیس‌های مشهور جهان، نگاه به هات‌داگ اندکی متفاوت است. اگرچه این غذا در رستوران‌ها و مراکز فست‌فود عرضه می‌شود، اما همچنان کیفیت سوسیس، نان تازه و سادگی ترکیب، مهم‌ترین اصل به شمار می‌آید. معمولاً انواع خردل، ترشی‌های متنوع و پیاز از رایج‌ترین همراهان هات‌داگ هستند و تأکید اصلی بر طعم طبیعی مواد اولیه است، نه استفاده از سس‌های متعدد.

دانمارک؛ پایتخت هات‌داگ خیابانی اروپا

اگر در اروپا کشوری را بتوان «سرزمین هات‌داگ خیابانی» نامید، آن کشور دانمارک است. دکه‌های کوچک هات‌داگ در خیابان‌های شهرهایی مانند کپنهاگ، بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره مردم هستند. بسیاری از گردشگران، امتحان کردن هات‌داگ دانمارکی را یکی از تجربه‌های ضروری سفر می‌دانند. در این کشور، ترکیبی از پیاز سرخ‌شده، پیاز خام، خیارشور، خیار ترشی، خردل، سس گوجه و گاهی سس‌های مخصوص، هات‌داگ را به غذایی رنگارنگ و خوش‌طعم تبدیل کرده است؛ ترکیبی که توازن جالبی میان شیرینی، ترشی و تندی ایجاد می‌کند.

سوئد و نروژ؛ سادگی همراه با نوآوری

در کشورهای اسکاندیناوی، هات‌داگ یکی از محبوب‌ترین غذاهای خیابانی است. مردم این منطقه معمولاً آن را با سالاد سیب‌زمینی، پیاز سرخ‌شده، خردل و انواع سس‌های ملایم سرو می‌کنند. در سال‌های اخیر نیز نسخه‌های جدید هات‌داگ در این کشورها رشد قابل توجهی داشته است؛ موضوعی که نشان می‌دهد هات‌داگ توانسته خود را با تغییر الگوهای مصرف نیز هماهنگ کند.

مکزیک؛ جشن رنگ و طعم

اگر هات‌داگ آمریکایی بر سادگی تأکید دارد، نسخه مکزیک‌ای آن جشنواره‌ای از رنگ‌ها و طعم‌هاست. در بسیاری از شهرهای مکزیک، انواع فلفل، آووکادو، گوجه‌فرنگی، پیاز، ذرت،

پنیر، لوبیا، سس‌های تند و سبزیجات تازه به هات‌داگ افزوده می‌شود. نتیجه، غذایی است که شباهت زیادی به فرهنگ غذایی پرادویه و پرنشاط مکزیک دارد. هات‌داگ در مکزیک بیش از آنکه یک فست‌فود باشد، بخشی از زندگی شبانه شهرهاست. بسیاری از دکه‌های خیابانی تا نیمه‌شب فعال هستند و این غذا یکی از محبوب‌ترین انتخاب‌ها برای جوانان و گردشگران به شمار می‌رود.

برزیل؛ کامل‌تر از یک ساندویچ

برزیلی‌ها شاید یکی از متفاوت‌ترین نسخه‌های هات‌داگ جهان را تهیه کنند. در این کشور، گاهی آن قدر مواد مختلف روی هات‌داگ قرار می‌گیرد که به‌سختی می‌توان نان را مشاهده کرد. ذرت، نخودفرنگی، پوره سیب‌زمینی، پنیر، سبزیجات، سس‌های متنوع، چیپس خردشده و حتی تخم‌مرغ از جمله موادی هستند که ممکن است روی یک هات‌داگ برزیلی دیده شوند. این تنوع، بازتاب فرهنگ غذایی برزیل است؛ فرهنگی که در آن، رنگ، بافت و ترکیب طعم‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد.





کم‌چرب، بدون گلوتن و تهیه شده از مواد اولیه پایدار، سهم رو به رشدی از بازار جهانی را در اختیار گرفته است. سرآشپزهای خلاق نیز با استفاده از نان‌های خاص، سس‌های دست‌ساز و ترکیب مواد اولیه محلی، هات‌داگ را از یک غذای ساده خیابانی به محصولی مناسب رستوران‌های مدرن تبدیل کرده‌اند.

همین انعطاف‌پذیری، مهم‌ترین راز موفقیت هات‌داگ در بیش از یک قرن گذشته بوده است. این غذا هیچ‌گاه خود را به یک دستور ثابت محدود نکرده و در هر کشور، با احترام به فرهنگ غذایی همان جامعه، چهره‌ای تازه پیدا کرده است.

امروز هات‌داگ را می‌توان نمادی از جهانی شدن فرهنگ غذا دانست؛ غذایی که مرزها را پشت‌سر گذاشته، اما در هر سرزمین، رنگ و بوی همان فرهنگ را به خود گرفته است.

شاید به همین دلیل است که میلیون‌ها نفر در سراسر جهان، با وجود تفاوت زبان، فرهنگ و سبک زندگی، تجربه مشترکی از خوردن یک هات‌داگ دارند؛ تجربه‌ای که نشان می‌دهد گاهی ساده‌ترین غذاها، عمیق‌ترین روایت‌ها را از تعامل فرهنگ‌ها بیان می‌کنند.

می‌دهد که در عصر رسانه‌های دیجیتال، ظاهر غذا نیز به اندازه طعم آن اهمیت پیدا کرده است.

از غذای خیابانی تا نماد شهرها

هات‌داگ تنها یک غذا نیست؛ بخشی از هویت بسیاری از شهرهای جهان است. در نیویورک، کپنهاگ، شیکاگو، مکزیکوسیتی، ساو پائولو یا سئول، دکه‌های هات‌داگ همان اندازه که محل فروش غذا هستند، بخشی از فضای شهری نیز محسوب می‌شوند.

بسیاری از مردم، نخستین تجربه خود از یک شهر را با طعم هات‌داگی که در خیابان خورده‌اند به خاطر می‌سپارند.

در واقع، غذاهای خیابانی نقش مهمی در شکل‌گیری فرهنگ شهری دارند. آن‌ها نقطه تلاقی مردم، گردشگران، فروشندگان و زندگی روزمره هستند. هات‌داگ نیز دقیقاً به همین دلیل، توانسته از یک محصول غذایی فراتر برود و به بخشی از هویت شهرهای مدرن تبدیل شود.

آینده هات‌داگ

همگام با تغییر ذائقه جهان

تحولات صنعت غذا نشان می‌دهد هات‌داگ همچنان در حال تغییر است. امروزه نسخه‌های

ژاپن: ظرافت آسیایی

در ژاپن، هات‌داگ نیز مانند بسیاری از غذاهای وارداتی، با دقت و ظرافت خاصی بازطراحی شده است. نان‌های نرم، سبزیجات تازه، سس‌های سبک و گاهی استفاده از مواد اولیه بومی، نسخه‌ای متفاوت از این غذا را به وجود آورده است.

در برخی کافه‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای ژاپن، هات‌داگ بیشتر به یک غذای سبک و سالم شباهت دارد تا یک فست‌فود سنگین. این تغییر نشان می‌دهد که فرهنگ غذایی هر جامعه، حتی ساده‌ترین غذاهای بین‌المللی را نیز مطابق با سلیقه خود بازآفرینی می‌کند.

کره جنوبی: محبوب نسل جدید

در سال‌های اخیر، هات‌داگ در کره جنوبی به یکی از پدیده‌های شبکه‌های اجتماعی تبدیل شده است. فروشگاه‌های خیابانی با ارائه نسخه‌های خلاقانه، این غذا را به انتخابی محبوب میان جوانان تبدیل کرده است. استفاده از پنیر، سیب‌زمینی، انواع سس و روش‌های متفاوت پخت، باعث شده هات‌داگ کره‌ای نه تنها طعم، بلکه ظاهری جذاب و مناسب برای انتشار در فضای مجازی داشته باشد. این روند نشان





در گفت‌وگو با محمدحسین مشایخی، پیشکسوت صاحب‌نام صنعت فرآورده‌های گوشتی مطرح شد؛

از نجات «گوشتیران»

تاراهاندازی

بیش از ۵۰ واحد

تولیدی

محمدحسین مشایخی با بیان این که خوشنامی صنعت فرآورده‌های گوشتی در حال بازگشت است، گفت: افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان و ارتقای کیفیت تولید، اعتماد به برندهای این صنعت را تقویت کرده است. به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، صنعت فرآورده‌های گوشتی ایران در چند دهه گذشته، از دوره تنوع محدود محصولات و تجهیزات ساده تولید به مرحله‌ای رسیده است که طیف گسترده‌ای از انواع سوسیس و کالباس تا غذاهای آماده و محصولات منجمد را در بر می‌گیرد. هم‌زمان با توسعه فناوری، گسترش شبکه توزیع و تقویت واحدهای تحقیق و توسعه، این صنعت با پرسش‌ها و ابهام‌هایی درباره مواد اولیه، شیوه نگهداری و افزودنی‌ها نیز روبه‌رو بوده است؛ موضوعاتی که پاسخ دقیق به آن‌ها می‌تواند فاصله میان واقعیت تولید و برداشت عمومی را کاهش دهد. با محمدحسین مشایخی، دانش‌آموخته مهندسی صنایع غذایی و تغذیه دانشگاه شیراز و پیشکسوتان صنعت فرآورده‌های گوشتی و مدیران و مشاوران با سابقه این صنعت در مورد خاطرات ۵ دهه خود از این صنعت و مفاهیم کلان صحبت کردیم متن این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

مرتضی ملکی که حق استادی بر گردن من دارند، ما را با این صنعت آشنا کرده بودند. پس از چند سال فعالیت در یک‌ویک، آقای سعید قاسمی، بنیان‌گذار شرکت دمس شیراز، از من دعوت کردند و از آن زمان رسماً وارد تولید سوسیس و کالباس شدم. پس از آن در مجموعه‌های مختلف، از جمله شرکت آفرید بوشهر که شرکای آن تقریباً از مجموعه سولیکو بودند و امروز آن را با نام کاله می‌شناسیم، فعالیت کردم. در این سال‌ها در حوزه تولید و نیز در جایگاه عضو هیأت‌مدیره، مدیرعامل و رئیس

کردم. آن زمان، دشت مرغاب به تعبیر امروز یک هلدینگ بود. کارخانه بزرگ یک‌ویک در حدود ۱۴۰ کیلومتری شمال شیراز، در جاده اصفهان، انواع کنسرو، رب گوجه‌فرنگی، خیارشور و خوراک لوبیا تولید می‌کرد. چند شرکت دیگر نیز در این مجموعه بودند که یکی از آن‌ها در محمدشهر کرج سوسیس و کالباس تولید می‌کرد و از تولیدکنندگان قدیمی این صنعت بود. حضور در این گروه، زمینه‌آشنایی من با صنعت سوسیس و کالباس را فراهم کرد؛ هر چند پیش‌تر نیز در دوران دانشجویی، شادروان دکتر

«لطفاً خودتان را معرفی کنید و بفرمایید از چه سالی و چگونه وارد صنعت فرآورده‌های گوشتی شدید؟
بنده محمدحسین مشایخی، متولد ۱۳۳۷، اصالتاً اهل شهرضا در استان اصفهان و دانش‌آموخته رشته مهندسی صنایع غذایی و تغذیه دانشگاه شیراز هستم. نزدیکی لهجه‌ام به شیرازی نیز به این دلیل است که سال‌های جوانی، دوران دانشگاه و ابتدای کارم را در فارس گذراندم. فعالیت رسمی خود را در ابتدای سال ۱۳۵۹ در شرکت دشت مرغاب یک‌ویک آغاز



است در موارد محدودی تقلب رخ دهد، اما حتی در چنین مواردی نیز لزوماً بحث مواد زائد مطرح نیست؛ ممکن است پروتئین گیاهی خوراکی و مناسب مصرف انسان جایگزین پروتئین حیوانی شده باشد.

«فرآورده‌های گوشتی را باید در یخچال نگه داشت یا فریزر؟»

امروز فرآورده‌های گوشتی گسترده و متنوع شده‌اند. یک گروه، فرآورده‌های پاستوریزه‌اند که دمای پخت آن‌ها زیر ۱۰۰ درجه است؛ زمان نگهداری این محصولات معمولاً کمتر از دو ماه است و باید در یخچال نگهداری شوند. گروه دیگر، محصولاتی مانند برگر، ناگت و انواع سوخاری‌های منجمد هستند که باید در فریزر نگهداری شوند و زمان ماندگاری آن‌ها طولانی‌تر و در حدود شش ماه است. اگر فرآورده پخته‌ای با ماندگاری دو ماهه را در فریزر بگذارید، کیفیت آن افت می‌کند. ذرات آب در زمان انجماد به یکدیگر نزدیک می‌شوند و بلور یخ تشکیل می‌دهند. در محصولی مانند سوسیس که رطوبت در یک امولسیون همگن پخش شده و بافتی لطیف و یکنواخت دارد، بلورهای یخ به‌صورت ریز به بافت آسیب می‌زنند. اگر کالباسی مدتی در فریزر مانده باشد، پس از برش دیگر لطافت قبلی را ندارد، مایع از آن خارج می‌شود و بخشی از طعم و عطر نیز همراه این مایع از دست می‌رود؛ در نتیجه، محصول بافتی لاستیکی و کیفیتی پایین‌تر پیدا می‌کند. دلیل توصیه به نگهداری نکردن این محصولات در فریزر همین افت کیفیت است؛ و گر نه اگر کسی از این افت کیفیت صرف‌نظر کند، نگهداری در فریزر مشکل دیگری ایجاد نمی‌کند.

«تفاوت ژامبون و کالباس چیست؟»

برخی تقسیم‌بندی‌هایی که در ایران برای این محصولات داریم با تعاریف استاندارد در اروپا و کشورهای دیگر متفاوت است. در ابتدای شکل‌گیری این صنعت در ایران، که از انزلی و باشادروان میکائیلیان آغاز شد، محصولات در پوشش‌های بزرگ تولید می‌شدند. واژه «کالباس» از شرق اروپا و روسیه وارد ایران شد. بعدها با ورود ماشین‌آلات آلمانی و پوشش‌های باریک‌تر، واژه «سوسیس» — برگرفته از sausage در غرب اروپا — نیز وارد ادبیات این صنعت در ایران شد.

در آغاز، محصولات بزرگ‌تر را کالباس و محصولات با پوشش کوچک‌تر را سوسیس نامیدند؛ در حالی که اساساً این محصولات مشابه‌اند و همه آن‌ها در کارخانه پخته می‌شوند. بنابراین، کالباسی که مردم بدون سرخ کردن مصرف می‌کنند و سوسیسی که معمولاً سرخ می‌شود، هر دو پیش‌تر پخته شده‌اند و هیچ کدام

اگر قرار باشد به گذشته برگردم و دوباره انتخاب رشته کنم، حتماً همین مسیر را انتخاب می‌کنم. هنوز هم پس از این همه سال، وقتی در خط تولید کار می‌کنم — از تنظیم فرمولاسیون و کار با خمیر تا حضور پای میکسر و کاتر — همان شور روز نخست را دارم. شیرین‌ترین بخش این مسیر برای من، لذت بردن از کاری است که با عشق انجام داده‌ام

تلخ‌ترین خاطره من، مظلومیت این صنعت و تلاش‌هایی است که برای بدنام کردن آن صورت گرفته است. در سال‌های دور، تنها ماده گوشتی مجاز در تولید فرآورده‌های گوشتی، گوشت قرمز بود و گوشت سفید، مرغ و دیگر ماهیچه‌ها نقشی نداشتند. تا اواخر دهه ۱۳۶۰، تنوع محصولات نیز به کالباس مارتادلا، سوسیس آلمانی، کالباس خشک و لیونر محدود بود. بعدها کوکتل و انواع ژامبون اضافه شد و به تدریج گوشت‌های دیگر، به‌ویژه گوشت مرغ، وارد صنعت شدند.

در سال‌های نخست، تجهیزاتی مانند دستگاه تزریق و تاملر وجود نداشت. برای طعم‌دار کردن گوشت مورد استفاده در کالباس خشک، آن را در وان محلول طعم‌دهنده می‌گذاشتیم و دو یا سه روز در سردخانه نگه می‌داشتیم؛ سپس قطعه‌ای را برش می‌زدیم تا ببینیم محلول نفوذ کرده است یا نه. در تولید ژامبون‌های دارای لقمه نیز محصول پس از اتاق پخت آب می‌انداخت و فردی در خط تولید با سوزن، انتهای آن را سوراخ می‌کرد تا آب پیش از ژله‌ای و سفت شدن خارج شود. ورود این دستگاه‌ها و موادی مانند ایزوله سوپا، شرایط تولید را بهبود داد و به تنوع محصولات کمک کرد. این پیشرفت‌ها از خاطرات شیرین من است. اما هنوز گاهی با شوخی یا جدی می‌پرسند که آیا در این محصولات گوشت نامتعارف یا مواد زائد استفاده می‌شود. در هر صنف و صنعتی، هم انسان‌های شریف وجود دارند و هم ممکن است افراد متقلب باشند؛ اما به این صنعت جفا شده است. مصرف‌کننده وقتی کنسرو لوبیا یا کمپوت آلبالو را باز می‌کند، محتویات آن را می‌بیند؛ ولی سوسیس و کالباس محصولی همگن است و به‌ویژه در محصولات بدون لقمه، بافت یکنواختی دیده می‌شود. همین موضوع زمینه طرح اتهام‌های مختلف را فراهم می‌کند.

زمانی که استفاده محدود از خمیر مرغ مطرح شده بود، ممکن بود خودروبی اسکلت مرغ را از یک مرغ فروشی جمع کند تا پس از پخت به کارخانه خوراک دام برسد؛ اما کافی بود کسی بگوید این محموله به کارخانه سوسیس و کالباس می‌رود تا بدنامی گسترده‌ای شکل بگیرد. ممکن

هیأت‌مدیره شرکت‌های مختلف حضور داشتم. پیش از حضور در گوشتیران، مدیرعامل شرکت لیک بودم که از تولیدکنندگان قدیمی سوسیس و کالباس به‌شمار می‌رفت. به دلیل علاقه‌ام به این کار، بخش زیادی از وقتم را در سالن‌های تولید می‌گذراندم. در خشان‌ترین بخش این مسیر نیز شاگردی در کنار آقای حسین‌زاده و حضور چندساله در هیأت‌مدیره گوشتیران بود.

زمانی که در هیأت‌مدیره گوشتیران بودیم، برای نخستین بار این فکر شکل گرفت که در ایران غذاهای آماده‌ای مانند ناگت، فیله سوخاری و شنسل تولید شود. آقای حسین‌زاده این موضوع را با جدیت دنبال کردند و ما نیز طرح توجیهی نوشتیم، از بنیاد مجوز گرفتیم و با خرید ماشین‌آلات از شرکت‌های خارجی، خط تولید را در گوشتیران ایجاد کردیم. این اتفاق تقریباً در دهه ۱۳۸۰ رخ داد و در فاصله ۵ یا ۶ سال، ۶ یا ۷ شرکت دیگر نیز وارد این حوزه شدند که از نخستین آن‌ها گوشتیران و کاله بودند.

از آن زمان تاکنون، در راه‌اندازی یا مشاوره بیش از ۵۰ شرکت نقش داشته‌ام. از نمونه‌های مهم می‌توان به شرکت بشارت در تبریز، سالامون در شیراز و خط غذای آماده تانیس در اصفهان اشاره کرد. از جمله مهم‌ترین شرکت‌های ۲۰۲۰، بشارت در تبریز، شرکت سالمین در شیراز، تانیس در اصفهان و حدود ۵۰ شرکت که در صورت مطرح کردن نام تمامی آن‌ها ممکن است کم و کاستی صورت گیرد.

«پس از نزدیک به پنج دهه فعالیت، شیرین‌ترین خاطره شما از این صنعت چیست؟»

گاهی می‌گویم اگر قرار باشد به گذشته برگردم و دوباره انتخاب رشته کنم، حتماً همین مسیر را انتخاب می‌کنم. هنوز هم پس از این همه سال، وقتی در خط تولید کار می‌کنم — از تنظیم فرمولاسیون و کار با خمیر تا حضور پای میکسر و کاتر — همان شور روز نخست را دارم. شیرین‌ترین بخش این مسیر برای من، لذت بردن از کاری است که با عشق انجام داده‌ام.

البته این کار آثار جانبی هم داشته است؛ درد پا و کم‌شنوایی ناشی از سال‌ها شنیدن صدای کاتر و کار در رطوبت سالن‌های تولید، از خاطرات خوش این مسیر نیست. با این حال، وقتی از کنار شرکت‌هایی می‌گذرم که سهم کوچکی در راه‌اندازی آن‌ها داشته‌ام، احساس می‌کنم فرزندان من هستند. دیدن یک کارموند که کارآفرینی شریف، انسان‌دوست و وطن‌دوست سرمایه خود را با وجود همه نگرانی‌ها و درسرها به تولید آورده و سفره‌ای برای جمعی از انسان‌های زحمتکش فراهم کرده است، برای من شیرین‌ترین خاطره به‌شمار می‌رود.



محصولات را عرضه می‌کنند. گسترش فروش مویرگی، آموزش فروشندگان و انتقال اطلاعات به مصرف‌کنندگان، شناخت عمومی را افزایش داد. خوشبختانه همه‌ها کمتر شده و خوشنمایی صنعت در حال بازگشت است. تولیدکنندگان متعهد بیشتر شده‌اند و حتی مجموعه‌هایی که پیش‌تر در گروه‌های کیفی پایین‌تر قرار می‌گرفتند، برای ارتقای کیفیت تلاش می‌کنند، واحدهای تحقیق و توسعه راه می‌اندازند و از متخصصان بهره می‌گیرند؛ زیرا مصرف‌کنندگان نیز بیش از گذشته بر اساس برند انتخاب می‌کنند. باید به تلاش‌های انجمن، هیأت‌مدیره و دبیر محترم آن برای این بهبود ادای احترام کرد.

« درباره نگهدارنده‌ها، نیترات سدیم و ادعاهای مطرح‌شده در فضای مجازی چه نظری دارید؟ »

باید موضوع خمیر مرغ را از موضوع افزودنی‌ها و نگهدارنده‌ها جدا کرد. در این صنعت دو گروه محصول داریم. نگهدارنده گروهی از محصولات؛ مانند انواع برگر خام، ناگت، فیله سوخاری و برخی محصولات سنتی ایرانی مانند کوکو و شامی، انجماد است. چون این محصولات منجمد نگهداری می‌شوند، به نگهدارنده نیاز ندارند. در سوسیس و کالباس، حد مجاز استفاده از نیترات سدیم ۱۲۰ پی‌پی‌ام؛ یعنی در یک تن محصول، ۱۲۰ گرم است. تاروز چهارم تولید، میزان آن در محصول به حدود ۸۰ پی‌پی‌ام می‌رسد. اگر سرانه مصرف سالانه این محصولات را در ایران حدود هشت کیلوگرم فرض کنیم—ممکن است عدد دقیق کمی بیشتر یا کمتر باشد و اطلاعات من به‌روز نباشد—مقدار دریافتی سالانه عددی بسیار کوچک و کمتر از یک گرم خواهد بود.

شدند و به گسترش این زمینه کمک کردند. باین‌حال، مردم به‌تدریج آگاه‌تر شده‌اند و اکنون بسیاری از مصرف‌کنندگان شرکت‌ها را برنشان می‌شناسند و می‌دانند محصول کدام شرکت را بخرند.

« در سال‌های اخیر، خرید بر مبنای برند بیشتر شده است. این رویکرد را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ »

این رویکرد را درست می‌دانم. مجموعه‌هایی مانند انجمن و برخی سازمان‌های دولتی به‌تدریج آموزش‌هایی را در جامعه انجام داده‌اند و فعالان صنعت نیز به افزایش آگاهی کمک کرده‌اند. زمانی مصرف‌کننده وارد فروشگاه می‌شد و صرفاً یک محصول کلی درخواست می‌کرد؛ اما امروز ممکن است ژامبون ۹۰ درصد یک شرکت مشخص یا ژامبون مرغ ۹۰ درصد گوشت‌تیران بخواهد. مردم هم نام محصول و هم برند را می‌شناسند. یکی دیگر از خاطرات شیرین من به دوره مدیریت آقای حسین‌زاده در گوشت‌تیران بازمی‌گردد. تا پیش از آن، شرکت‌های تولیدکننده محصولات خود را عمدتاً به چند عمده‌فروش در تهران یا شهرستان‌ها می‌دادند و عرضه نیز بیشتر در نقاط خاص یا برای مصرف ساندویچی انجام می‌شد. با تلاش ایشان، فروش مویرگی سوسیس و کالباس در تهران آغاز شد و سوپرمارکت‌ها برای نخستین بار به عرضه این محصولات پرداختند. مردم خودروهایی تمیز، رانندگان مرتب و محصولات منظم و بسته‌بندی‌شده را می‌دیدند و این تصویر هم برای گوشت‌تیران و هم برای کل صنعت اعتبار ایجاد می‌کرد.

این تلاش به‌تدریج نتیجه داد و اکنون تقریباً همه فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سوپرمارکت‌ها این

الزاماً به پخت دوباره نیاز ندارند.

بعدها کالباس‌هایی تولید شد که در بافت آن‌ها لقمه‌های نمایشی وجود داشت و در ایران به آن‌ها ژامبون گفتند. اما در استاندارد کشورهای اروپایی، ژامبون به محصولی گفته می‌شود که از یک تکه گوشت طعم‌دار شده در پوشش تهیه و سپس برش زده می‌شود.

آنچه ما در ایران ژامبون می‌نامیم، معمولاً خمیر زمینه و لقمه‌هایی درون آن دارد و در اروپا با نام‌های خاص دیگری شناخته می‌شود. ژامبون در تعریف اصلی، محصولی یک‌تکه است.

« چرا صنعتی که استاندارد و مسؤول فنی دارد، با این حجم از همه‌رو به‌رو شده است؟ »

دلیل اصلی این است که مردم نمی‌توانند از ظاهر این محصول درباره محتویات آن شناخت پیدا کنند و در خانه نیز امکان آنالیز آن را ندارند؛ در حالی که محتویات بسیاری از محصولات غذایی از ظاهرشان قابل تشخیص است. از سوی دیگر، پایه این صنعت گوشت است و گوشت می‌تواند از حیوانات حلال گوشت یا حرام گوشت به دست آید—نه اینکه خدای نکرده جایی از گوشت حرام استفاده شود—اما همین امکان ذهنی، زمینه شایعه را فراهم می‌کند. برای نمونه، کمپوت حتماً از میوه تهیه می‌شود و زمینه چنین همه‌های درباره آن وجود ندارد.

در گذشته، گوشت داخلی یا وارداتی به‌صورت لاشه گوساله وارد کارخانه و در همان‌جا از استخوان جدا می‌شد. اگر کسی تخلیه شقه‌های گوشت گوساله را می‌دید و ادعا می‌کرد شاید این گوشت اسب یا حیوان دیگری باشد، تشخیص آن برای مصرف‌کننده یا شنونده ممکن نبود. شاید هم اقلیتی بدون شرافت حرفه‌ای وارد صنعت



بسیاری داشتند، آموزش می‌طلبیم. از خانواده‌ام، همسرم و فرزندانم تشکر می‌کنم که سفرها و نبودن‌های مرا تحمل کردند.

همچنین از استنادانی که بر گردن من حق دارند سپاسگزارم؛ از شادروان دکتر مرتضی ملکی، بنیان‌گذار بخش صنایع غذایی دانشگاه شیراز، دیگر استنادانم، آقای حسین زاده، آقای سعید قاسمی در شرکت دمس و بسیاری دیگر که حق استادی بر گردن من دارند.

در حدی نیستم که به کسی توصیه کنم، اما از تولیدکنندگان تشکر می‌کنم. روند خوبی را می‌بینم و تقریباً همه به سمت ارتقای کیفیت پیش می‌روند. اکنون نیز با بسیاری از آن‌ها همکاری داریم؛ آن‌ها از متخصصان می‌خواهند برای افزایش کیفیت و اعتبار کمکشان کنند. مصرف‌کنندگان نیز امروز به آسانی می‌توانند جست‌وجو و تحقیق کنند تا بدنامی‌هایی که گاهی در گوشه ذهن‌ها مانده است، برطرف شود.

تولیدکنندگان شریف بسیاری در این کشور حضور دارند که تلاش می‌کنند محصولات خوبی عرضه کنند.

بسیاری از عرضه‌کنندگان نیز سیستم‌های نگهداری، یخچال‌ها، شیوه عرضه و پاکیزگی محیط را ارتقا داده‌اند و شایسته قدردانی‌اند. از دوستانی که در شرکت‌ها کار تخصصی انجام می‌دهند نیز تشکر می‌کنم.

باور کنید بسیاری از آنان، مانند من، سال‌ها در رطوبت سالن‌های تولید و زیر صدای کاتر با عشق زحمت کشیده‌اند و هنوز هم تلاش می‌کنند این خدمت را به خوبی ارائه دهند.

سال سوم فعالیتشان، گوشتیران از سودآورترین شرکت‌های گروه صنایع غذایی بود.

خاطره شیرین دیگر، تولید غذاهای آماده در گوشتیران بود. گرفتن مجوز تولید غذای آماده منجمد در ایران کاری تازه بود. به یاد دارم زمانی که طرح توجیهی را برای سازمان صنایع غذایی بنیاد تهیه می‌کردیم، مرجعی درباره تولید این نوع غذای آماده در ایران وجود نداشت و ناچار بودیم به محصولاتی مانند برگر، ساندویچ و پیتزا استناد کنیم.

با پیگیری آقای حسین زاده، مجوز گرفته شد، بهترین ماشین‌آلات خریداری و خط تولید راه‌اندازی شد؛ خطی که هنوز نیز فعال است. روزهایی که می‌دیدیم آن شرکت بحران‌زده رونق گرفته و نامش اعتبار خود را باز یافته، برای ما بسیار شیرین بود. خوشبختانه شرکت هنوز بر همان پایه فعالیت می‌کند.

«عملکرد انجمن را چگونه ارزیابی می‌کنید و نقاط قوت و ضعف آن چیست؟»

نقطه ضعف خاصی در انجمن نمی‌بینم. گرد هم آوردن تولیدکنندگان، تلاش برای بازگرداندن اعتبار صنعت فرآورده‌های گوشتی و برگزاری گردهمایی‌هایی که بسیاری از شرکت‌ها را به رشد کیفی ترغیب کرده، از دستاوردهای انجمن است. انجمن نهادی است که به تولیدکنندگان عضو و غیر عضو کمک می‌کند تا فعالیتشان تسهیل شود.

«سخن پایانی شما با تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان چیست؟»

در پایان، برای روح پدر و مادرم که برایم ارزش

در تولید سوسیس و کالباس، بستری داریم که در آن پروتئین و رطوبت وجود دارد و pH نیز غیراسیدی است؛ بنابراین محیط برای رشد باکتری کلاستریدיום بوتولینوم و تولید سمی بسیار کشنده مساعد است. برای جلوگیری از این خطر، استفاده از نیترات سدیم ضروری است. این باور عمومی که هر ماده شیمیایی الزاماً سرطان‌زا است، نیازمند دقت است. من تحقیقی علمی سراغ ندارم که سرطان‌زا بودن نیترات را به صورت قطعی اثبات کرده باشد؛ زیرا پژوهش انسانی در این زمینه باید یک نسل را طی سال‌ها بررسی کند، گروه شاهد داشته باشد و بسیار طولانی و پرهزینه است. از سوی دیگر، کشورهای اروپایی برای سلامت مردم خود اهمیت زیادی قائل‌اند؛ در حالی که سرانه مصرف سوسیس در آن کشورها بسیار بالاتر از ایران و میزان مجاز نیترات در محصولاتشان نیز بالاتر است. اگر قرار بود این ماده الزاماً سلامت انسان را خدشه‌دار کند، برای آن ممنوعیت ایجاد می‌کردند. استفاده از نیترات محدودیت دارد، اما ممنوع نیست.

«از سال‌های حضور در گوشتیران چه خاطره‌ای دارید؟»

حدود شش سال در گوشتیران فعالیت کردم. یکی از مهم‌ترین خاطرات شیرین من، آغاز فعالیت آقای حسین زاده در این شرکت بود. آن زمان با شرکتی بحران‌زده و تقریباً در حال فروپاشی روبه‌رو بودیم. درایت و تلاش ایشان که هر روز از نزدیک شاهد آن بودیم، شرکت را از وضعیت زیان‌ده خارج و به مجموعه‌ای سودآور تبدیل کرد. فکر می‌کنم ایشان تأیید کنند که در حدود





از کلاسیک تا خلاقانه؛

چگونه هات‌داگ با نوآوری سلیقه نسل جدید را فتح کرد؟



و نرم بود، اما امروز این بخش نیز دستخوش تحول شده است.

در بسیاری از رستوران‌های مدرن از نان‌های سبوس‌دار، نان سیب‌زمینی، نان چاودار، نان‌های تهیه‌شده با غلات کامل یا حتی نان‌های بدون گلوتن استفاده می‌شود. برخی نان‌های تخصصی نیز نان‌هایی با زردچوبه، زغال خوراکی، اسفناج، چغندر، دانه‌های کنجد یا کتان تولید می‌کنند که علاوه بر ایجاد تنوع در طعم، ظاهر متفاوتی نیز به هات‌داگ می‌بخشند.

در برخی کشورها، حتی از نان‌های سنتی همان منطقه برای تهیه هات‌داگ استفاده می‌شود؛ رویکردی که باعث می‌شود این غذای جهانی، هویتی محلی پیدا کند.

سوسیس؛ نوآوری فراتر از دستورهای کلاسیک

اگرچه سوسیس همچنان قلب اصلی هات‌داگ است، اما این بخش نیز در سال‌های اخیر تحول چشمگیری داشته است.

تولیدکنندگان بزرگ جهان امروز علاوه بر محصولات کلاسیک، انواع کم‌چرب، کم‌نمک، بدون گلوتن، دودی، ادویه‌دار و

بومی، هات‌داگ به یکی از منعطف‌ترین غذاهای جهان تبدیل شده است.

نسل جدید؛ مشتریانی که به دنبال تجربه هستند

در سال‌های اخیر، رفتار مصرف‌کنندگان تغییرات قابل توجهی داشته است. نسل جوان دیگر تنها به دنبال غذایی نیست که سریع آماده شود؛ بلکه تجربه‌ای متفاوت، ظاهری جذاب، طعمی منحصر به فرد و حتی داستانی برای تعریف کردن می‌خواهد. به همین دلیل، رستوران‌ها و برندهای بزرگ هات‌داگ سرمایه‌گذاری گسترده‌ای روی نوآوری انجام داده‌اند. امروزه بسیاری از مشتریان ترجیح می‌دهند هات‌داگ خود را شخصی‌سازی کنند؛ نوع نان، سوسیس، پنیر، سبزیجات، سس و حتی میزان تندی غذا را خودشان انتخاب کنند. این امکان، هات‌داگ را از یک غذای استاندارد به محصولی تبدیل کرده که هر فرد می‌تواند نسخه مخصوص به خود را سفارش دهد.

نان؛ از یک همراه ساده تا ستاره اصلی
سال‌ها نان هات‌داگ تنها یک نان سفید

سرویس بین‌الملل: اگر قرار باشد تنها یک ویژگی را عامل ماندگاری هات‌داگ در بیش از یک قرن گذشته بدانیم، آن ویژگی بدون تردید «انعطاف‌پذیری» است.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، برخلاف بسیاری از غذاهای سنتی که دستور تهیه‌ای تقریباً ثابت دارند، هات‌داگ هیچ‌گاه خود را به یک فرمول مشخص محدود نکرده است. این ساندویچ ساده، در هر دوره و در هر نقطه از جهان، با فرهنگ غذایی، مواد اولیه محلی، فناوری‌های جدید و سلیقه مصرف‌کنندگان هماهنگ شده و همین قابلیت سازگاری، آن را به یکی از موفق‌ترین محصولات صنعت غذا تبدیل کرده است.

امروز دیگر هات‌داگ تنها یک سوسیس داخل نان نیست؛ بلکه بستری برای خلاقیت سرآشپه‌ها، نوآوری تولیدکنندگان و حتی رقابت رستوران‌های لوکس به شمار می‌رود. از نان‌های دست‌ساز و سبوس‌دار گرفته تا سس‌های اختصاصی، پنیرهای محلی، سبزیجات گریل‌شده و ترکیب با غذاهای



چشمگیر باشند؛ زیرا در عصر اینستاگرام و تیک‌تاک، ظاهر غذا گاهی به اندازه کیفیت آن اهمیت پیدا کرده است.

صنعت هات‌داگ در ایران نیز می‌تواند از این تجربه جهانی بهره‌برد. استفاده از نان‌های سنتی ایرانی، سس‌های دست‌ساز، سبزیجات بومی، پنیرهای محلی، ادویه‌های ایرانی و حتی ترکیب این غذا با عناصر شناخته‌شده آشپزی ایران، فرصت مناسبی برای خلق محصولات متمایز فراهم می‌کند.

همچنین توسعه نسخه‌های سالم‌تر، استفاده از مواد اولیه باکیفیت، کاهش میزان نمک و چربی، طراحی بسته‌بندی‌های نوآورانه و توجه به سلیقه نسل جوان، می‌تواند ارزش افزوده بیشتری برای تولیدکنندگان داخلی ایجاد کند.

آینده؛ خلاقیت، رمز ماندگاری

هات‌داگ بیش از یک قرن است که در منوی میلیون‌ها رستوران و دکه غذا حضور دارد، اما راز بقای آن نه در ثبات، بلکه در تغییر مداوم است. این غذا هرگز خود را به یک دستور ثابت محدود نکرده و همواره با ذائقه، فرهنگ و سبک زندگی مردم هماهنگ شده است.

امروز دیگر موفق‌ترین هات‌داگ، لزوماً گران‌ترین یا بزرگ‌ترین نیست؛ بلکه هات‌داگی است که بتواند میان کیفیت، سلامت، نوآوری و تجربه مشتری تعادل برقرار کند. شاید به همین دلیل است که این ساندویچ ساده، همچنان یکی از پویاترین و خلاقانه‌ترین محصولات صنعت غذا در جهان به شمار می‌آید؛ غذایی که در هر کشور، روایت تازه‌ای از فرهنگ، سلیقه و نوآوری را به نمایش می‌گذارد.

جنوبی، پنیر کشدار، سیب‌زمینی و سس‌های تند محبوبیت زیادی دارد؛ در برزیل، ذرت، نخودفرنگی، پوره سیب‌زمینی و انواع سس‌ها، هات‌داگ را به غذایی کاملاً متفاوت تبدیل کرده‌است؛ و در کشورهای اروپایی، استفاده از خردل‌های محلی، پیاز سرخ‌شده و خیارشور همچنان جایگاه ویژه‌ای دارد.

در واقع، هر کشور هات‌داگ را با زبان آشپزی خود ترجمه کرده است.

نوآوری در شیوه سرو

تنها مواد اولیه نیست که تغییر کرده‌است؛ شیوه ارائه نیز متحول شده است. امروزه هات‌داگ در ظروف چوبی، تخته‌های سرو، سبدهای فلزی، بسته‌بندی‌های سازگار با محیط‌زیست و حتی به صورت مینیاتوری برای مهمانی‌ها و رویدادهای رسمی عرضه می‌شود.

فناوری در خدمت هات‌داگ

نوآوری تنها به آشپزخانه محدود نشده است. فناوری نیز به کمک این صنعت آمده است.

امروز مشتری می‌تواند از طریق اپلیکیشن، نوع نان، میزان برشته شدن، نوع سوسیس، سس‌ها، مخلفات و حتی نحوه بسته‌بندی سفارش خود را انتخاب کند. برخی رستوران‌ها نیز از تجهیزات هوشمند برای کنترل دمای پخت، حفظ کیفیت و کاهش ضایعات غذایی استفاده می‌کنند.

در کنار این موضوع، شبکه‌های اجتماعی نیز نقش مهمی در نوآوری ایفا کرده‌است. بسیاری از سرآشپزها، هات‌داگ‌هایی طراحی می‌کنند که علاوه بر طعم، از نظر ظاهری نیز

غنی شده با پروتئین را نیز عرضه می‌کنند. در رستوران‌ها سرآشپزها با استفاده از ادویه‌های خاص، گیاهان معطر، پنیرهای مختلف یا روش‌های متفاوت پخت، طعم‌هایی کاملاً جدید خلق کرده‌اند که فاصله زیادی با هات‌داگ‌های سنتی دارند.

سس‌ها؛ جایی که خلاقیت آغاز می‌شود

اگر روزگاری انتخاب مشتری تنها میان خردل و سس گوجه‌فرنگی بود، امروز منوی بسیاری از رستوران‌ها ده‌ها نوع سس مختلف را شامل می‌شود.

سس‌های دودی، سس پنیر، سس قارچ، سس سیر، سس باریکیو، سس چیلی، سس عسل و خردل، سس آووکادو، سس ماست، سس‌هایی بر پایه سبزیجات و حتی سس‌های الهام‌گرفته از آشپزی آسیایی، تنها بخشی از این تنوع هستند.

امروزه بسیاری از رستوران‌ها سس اختصاصی خود را تولید می‌کنند؛ زیرا همین سس، مهم‌ترین عامل تمایز آن‌ها از رقبای محسوب می‌شود.

هات‌داگ با طعم فرهنگ‌های مختلف

یکی از مهم‌ترین روندهای صنعت غذا، ترکیب غذاهای بین‌المللی با فرهنگ غذایی بومی است؛ روندی که با عنوان «آشپزی تلفیقی» (Fusion Cuisine) شناخته می‌شود.

هات‌داگ شاید موفق‌ترین نمونه این رویکرد باشد. در مکزیک، فلفل، آووکادو، لوبیا و پنیر به آن افزوده می‌شود؛ در ژاپن، سس‌های الهام‌گرفته از آشپزی شرقی و جلبک‌های خوراکی به ترکیب اضافه می‌شود؛ در کره





هات‌داگ؛ موتور محرک صنعت سوسیس و بازار چند میلیارد دلاری فست‌فود



سرویس بین‌الملل: در نگاه نخست، هات‌داگ تنها یک ساندویچ ساده به نظر می‌رسد؛ غذایی که در چند دقیقه آماده می‌شود و اغلب در دکه‌های خیابانی، رستوران‌های فست‌فود یا ورزشگاه‌ها به فروش می‌رسد. اما پشت این محصول ظاهراً ساده، یکی از بزرگ‌ترین زنجیره‌های صنعت غذا در جهان قرار دارد؛ زنجیره‌ای که از دامپروری و تولید مواد اولیه آغاز می‌شود، به صنایع فرآوری گوشت، تولید نان، بسته‌بندی، حمل‌ونقل، تولید سس و چاشنی، تجهیزات آشپزخانه و شبکه‌های توزیع می‌رسد و در نهایت، میلیون‌ها وعده غذایی را هر روز به دست مصرف‌کنندگان می‌رساند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، امروزه هات‌داگ دیگر تنها یک غذا نیست؛ بلکه بخشی از اقتصاد جهانی غذا، صنعت فست‌فود و بازار فرآورده‌های پروتئینی به شمار می‌آید؛ بازاری که سالانه صدها میلیارد دلار گردش مالی ایجاد می‌کند و میلیون‌ها فرصت شغلی در سراسر جهان به وجود آورده است.

صنعت سوسیس؛ قلب تپنده هات‌داگ

پایه اصلی هات‌داگ، سوسیس است و به همین دلیل، صنعت سوسیس یکی از مهم‌ترین بخش‌های زنجیره تأمین این محصول محسوب می‌شود. تولید سوسیس در جهان طی دهه‌های اخیر از یک فعالیت سنتی و کارگاهی، به صنعتی پیشرفته با فناوری‌های مدرن تبدیل شده

هات‌داگ تنها به تولید سوسیس محدود نمی‌شود. برای تولید و عرضه یک هات‌داگ، ده‌ها صنعت مختلف با یکدیگر همکاری می‌کنند.

تولیدکنندگان آرد و نان، شرکت‌های تولید سس، کارخانه‌های بسته‌بندی، صنایع چاپ، تولیدکنندگان ظروف یک‌بار مصرف، شرکت‌های حمل‌ونقل، تأمین‌کنندگان تجهیزات آشپزخانه صنعتی، سازندگان یخچال‌های فروشگاهی، تولیدکنندگان ادویه، صنایع کشاورزی و حتی شرکت‌های تبلیغاتی، همگی بخشی از زنجیره اقتصادی این محصول هستند.

به همین دلیل، رشد بازار هات‌داگ تنها به معنای افزایش فروش یک ساندویچ نیست؛ بلکه به رونق طیف گسترده‌ای از صنایع وابسته نیز منجر می‌شود.

است. کارخانه‌های امروزی با استفاده از خطوط تمام اتوماتیک، تجهیزات دقیق فرآوری، سیستم‌های کنترل کیفیت و فناوری‌های بسته‌بندی پیشرفته، روزانه میلیون‌ها عدد سوسیس تولید می‌کنند. این محصولات پس از بسته‌بندی، از طریق شبکه‌های سردخانه‌ای و حمل‌ونقل یخچالی به فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و مراکز عرضه غذا ارسال می‌شوند.

در سال‌های اخیر، استانداردهای بهداشتی و ایمنی غذایی نیز نقش مهمی در این صنعت پیدا کرده‌اند. کنترل کیفیت مواد اولیه، ردیابی محصولات، رعایت زنجیره سرد، کاهش مصرف نگهدارنده‌ها و بهبود ارزش تغذیه‌ای، از مهم‌ترین محورهای رقابت میان تولیدکنندگان بزرگ جهان است.

زنجیره‌ای که ده‌ها صنعت

را به هم متصل می‌کند
بر خلاف تصور عمومی، ارزش اقتصادی

هات‌داگ؛ ستاره همیشگی صنعت

فست‌فود

در بازار جهانی فست‌فود، محصولات



داده است.

هات‌داگ، به دلیل سادگی تهیه، تنوع در طعم و امکان استفاده از مواد اولیه متناسب با ذائقه مصرف‌کنندگان ایرانی، ظرفیت بالایی برای توسعه بازار دارد.

بسیاری از تولیدکنندگان داخلی نیز با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید، بهبود کیفیت، بسته‌بندی مدرن و عرضه محصولات متنوع، تلاش کرده‌اند سهم بیشتری از این بازار را به دست آورند.

در کنار آن، استفاده از نان‌های متنوع، سس‌های بومی، سبزیجات تازه و دستورهای خلاقانه می‌تواند هات‌داگ را بیش از پیش با ذائقه ایرانی هماهنگ کند و ارزش افزوده بیشتری برای تولیدکنندگان و فعالان صنعت غذا ایجاد کند.

آینده؛ بازاری که همچنان در حال رشد است

روندهای جهانی نشان می‌دهد بازار غذاهای آماده همچنان رو به گسترش است. افزایش جمعیت شهرنشین، رشد اشتغال، کمبود زمان برای آشپزی، توسعه خدمات تحویل غذا و استقبال نسل جوان از غذاهای سریع، همچنان موتور محرک این صنعت خواهد بود.

در چنین بازاری، هات‌داگ به دلیل قیمت مناسب، سرعت آماده‌سازی، انعطاف در دستور تهیه و قابلیت نوآوری، همچنان یکی از بازیگران مهم صنعت فست‌فود باقی خواهد ماند.

داستان هات‌داگ، در واقع داستان صنعتی است که نشان می‌دهد چگونه یک محصول ساده می‌تواند با تکیه بر نوآوری، استانداردسازی و شناخت نیاز مصرف‌کننده، به بخشی از اقتصاد جهانی غذا تبدیل شود.

امروزه ارزش واقعی هات‌داگ تنها در نان و سوسیس آن نیست؛ بلکه در شبکه عظیم تولید، اشتغال، فناوری، بازاریابی و فرهنگ غذایی نهفته است که این ساندویچ را به یکی از موفق‌ترین محصولات صنعت غذا در جهان تبدیل کرده است.

نقش مهمی در جهانی شدن هات‌داگ داشته است. هر چند بسیاری از برندهای بزرگ بیشتر با همبرگر شناخته می‌شوند، اما صدها برند تخصصی نیز در زمینه تولید و فروش هات‌داگ فعالیت می‌کنند.

این برندها با استانداردسازی فرآیند تولید، توسعه شبکه تأمین، بازاریابی حرفه‌ای و ایجاد تجربه یکسان برای مشتریان، توانسته‌اند هات‌داگ را از یک غذای خیابانی به محصولی جهانی تبدیل کنند.

نوآوری؛ عامل بقای یک غذای صدساله

یکی از مهم‌ترین دلایل ماندگاری هات‌داگ، توانایی آن در سازگار شدن با تغییرات بازار است.

در سال‌های اخیر، مصرف‌کنندگان بیش از گذشته به سلامت، کیفیت مواد اولیه و ارزش تغذیه‌ای غذا توجه می‌کنند و همین موضوع، تولیدکنندگان را به نوآوری واداشته است.

امروزه نسخه‌های کم‌چرب، کم‌نمک، بدون گلوتن و غنی‌شده با پروتئین یا فیبر غذایی، در بسیاری از بازارهای جهان عرضه می‌شوند.

همچنین استفاده از مواد اولیه با منشأ مشخص، بسته‌بندی‌های پایدار و کاهش ضایعات غذایی، به بخشی از استراتژی شرکت‌های بزرگ تبدیل شده است. از سوی دیگر، فناوری نیز وارد این صنعت شده است. سفارش آنلاین، اپلیکیشن‌های تحویل غذا، آشپزخانه‌های ابری (Cloud Kitchens)، سیستم‌های پرداخت هوشمند و تحلیل داده‌های مشتریان، شیوه فروش هات‌داگ را متحول کرده‌اند.

فرصت‌های صنعت در ایران

در ایران نیز صنعت فرآورده‌های گوشتی و فست‌فود طی دو دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته است. افزایش شهرنشینی، تغییر سبک زندگی، گسترش مراکز خرید و توسعه رستوران‌های زنجیره‌ای، تقاضا برای محصولات آماده مصرف را افزایش

متنوعی از همبرگر و پیتزا گرفته تا مرغ سوخاری و ساندویچ‌های مختلف با یکدیگر رقابت می‌کنند. با این حال، هات‌داگ همچنان جایگاه ویژه‌ای در این صنعت دارد.

دلیل این محبوبیت را می‌توان در چند ویژگی خلاصه کرد؛ سرعت بالای آماده‌سازی، هزینه تولید نسبتاً پایین، امکان شخصی‌سازی، سهولت مصرف و قابلیت فروش در فضاهای مختلف.

برخلاف بسیاری از غذاهای دیگر، هات‌داگ به تجهیزات پیچیده نیاز ندارد. یک گریل یا دستگاه بخار، نان، سوسیس و مجموعه‌ای از سس‌ها و مخلفات برای راه‌اندازی یک واحد فروش کافی است. همین موضوع باعث شده سرمایه اولیه برای ورود به این کسب‌وکار نسبتاً پایین باشد و هزاران کسب‌وکار کوچک و متوسط در سراسر جهان بتوانند با فروش هات‌داگ فعالیت خود را آغاز کنند.

نقش هات‌داگ در اقتصاد شهری

در بسیاری از شهرهای بزرگ دنیا، فروش هات‌داگ تنها یک فعالیت اقتصادی نیست؛ بلکه بخشی از هویت شهری محسوب می‌شود. دکه‌های خیابانی، ون‌های سیار غذا (Food Trucks)، غرفه‌های ورزشگاه‌ها، مراکز خرید و پارک‌های تفریحی، هر روز میلیون‌ها وعده هات‌داگ عرضه می‌کنند.

این کسب‌وکارها علاوه بر ایجاد اشتغال مستقیم، به رونق گردشگری شهری نیز کمک می‌کنند. بسیاری از گردشگران، تجربه غذاهای خیابانی را یکی از مهم‌ترین بخش‌های سفر خود می‌دانند و هات‌داگ در بسیاری از شهرها، به یکی از شناخته‌شده‌ترین گزینه‌ها تبدیل شده است. به همین دلیل، اقتصاد غذاهای خیابانی در بسیاری از کشورها، بخشی از برنامه توسعه گردشگری و اقتصاد شهری به‌شمار می‌رود.

قدرت برندها

ورستوران‌های زنجیره‌ای

گسترش برندهای بین‌المللی فست‌فود،



باز طراحی یک قطعه کوچک برای ارتقای بهداشت در صنعت فرآورده‌های گوشتی



این محصول برای تحمل شست‌وشو با فشار تا ۳ هزار psi و محیط‌های حاوی مواد شوینده قلیایی طراحی شده است؛ مشخصه‌ای که آن را برای خطوطی با برنامه‌های سخت‌گیرانه شست‌وشو مناسب می‌سازد.

این چرخ‌زنجیرها با نسل‌های فعلی و پیشین موتورهای درام سری TMSSV سازگار هستند و برای پروفیل‌های مورد استفاده تولیدکنندگان اصلی تسمه نقاله عرضه می‌شود. چنین سازگاری‌ای می‌تواند برای واحدهای تولیدی که به دنبال ارتقای بخشی از خط موجود خود هستند، بدون نیاز به تغییر کامل سامانه انتقال، یک مزیت عملیاتی محسوب شود.

بر پایه این گزارش، شرکت Van der Graaf اعلام کرده است حقوق طراحی و ثبت اختراع این محصول در چند بازار از جمله کانادا، ایالات متحده، اروپا و بریتانیا در حال پیگیری است. معرفی TMCleanFlow نشان می‌دهد نوآوری در صنایع غذایی الزاماً به تجهیزات بزرگ و پیچیده محدود نیست؛ گاه باز طراحی هوشمندانه اجزای کوچک خط تولید، می‌تواند اثری ملموس بر بهداشت، بهره‌وری، هزینه‌های شست‌وشو و پایداری عملیات داشته باشد.

معرض انباشت رطوبت و مواد باقی‌مانده قرار دارد، با هدف کاهش نقاط پنهان آلودگی باز طراحی شده است.

این موضوع برای کارخانه‌های فرآورده‌های گوشتی اهمیت ویژه‌ای دارد. در چنین واحدهایی، نظافت تجهیزات صرفاً یک اقدام خدماتی نیست؛ بلکه بخشی از فرآیند تضمین کیفیت و ایمنی محصول است. هر چه شست‌وشوی اجزای خط انتقال کامل‌تر و سریع‌تر انجام شود، ریسک باقی‌ماندن مواد، طول زمان آماده‌سازی خط برای تولید بعدی و احتمال توقف‌های ناخواسته کاهش می‌یابد. Van der Graaf اعلام کرده است طراحی جریان‌پذیر این چرخ‌زنجیرها، امکان خروج کامل‌تر ذرات و محصولات جانبی را در شست‌وشوهای پرفشار فراهم می‌کند و می‌تواند به کاهش مصرف آب و زمان نظافت کمک کند.

از منظر فنی، چرخ‌زنجیرهای TMCleanFlow دارای پروفیل دندانهای بهینه‌شده هستند تا درگیری دقیق‌تری با تسمه نقاله ایجاد کرده و سایش تسمه را کاهش دهد. همچنین سطوح صاف و بدون شیارهای عمیق، با کاهش محل‌های تجمع باکتری، طراحی بهداشتی تجهیزات را تقویت می‌کند.

سرویس بین‌الملل: در بسیاری از خطوط فرآوری، نوار نقاله‌ها پیونددهنده مراحل مختلف تولید است؛ اما همین بخش به ظاهر ساده، می‌تواند به یکی از نقاط حساس در کنترل آلودگی، زمان شست‌وشو و توقف خط تبدیل شود.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، شرکت Van der Graaf با معرفی چرخ‌زنجیرهای جدید TMCleanFlow برای موتورهای درام TMSSV، راهکاری ارائه کرده که هدف آن افزایش پاک‌شوندگی و دوام تجهیزات انتقال در محیط‌های مرطوب و پرتکرار شست‌وشو است.

چرخ‌زنجیرهای CleanFlow™ Sprockets برای به کارگیری در نوارهای نقاله مدولار، توری فلزی و تسمه‌های ترموپلاستیک یکپارچه طراحی شده است. نوآوری اصلی این محصول به هندسه باز و جریان‌پذیر آن بازمی‌گردد: طراحی زاویه‌دار، سطوح صاف و حذف فضاهای مستعد تجمع ذرات، به آب و مواد شست‌وشو اجازه می‌دهد باقی‌مانده‌های محصول و آلودگی‌های احتمالی را آسان‌تر از سطح تجهیز خارج کنند. در نتیجه، قطعه‌ای که معمولاً در



هوشمندسازی زنجیره بسته‌بندی در صنعت تولید فرآورده‌های گوشتی؛

داده‌ها چگونه بهره‌وری خطوط تولید را متحول می‌کنند؟



قطعات، پیش از آنکه خرابی به وقوع بپیوندد، به مدیران هشدار می‌دهند. این رویکرد به معنای کاهش چشمگیر زمان‌های توقف (Uptime) و مدیریت هوشمندتر تقویم نگهداری و تعمیرات است.

«تبدیل داده به عملکرد» است. در فضای رقابتی امروز، تولیدکنندگان نمی‌توانند تنها به عملکرد مکانیکی ماشین‌آلات تکیه کنند؛ بلکه برای کاهش هزینه‌های پنهان و افزایش خروجی، نیاز به «شفافیت کامل» در تمام مراحل تولید دارند.

سرویس بین‌الملل: در عصر «صنعت ۴.۰»، بسته‌بندی دیگر تنها فرآیندی برای محافظت از محصول نهایی نیست؛ بلکه به یکی از حیاتی‌ترین منابع تولید داده تبدیل شده است.

از داده‌های خام تا بینش‌های عملیاتی

شفافیت در تولید، به معنای درک آن چیزی است که در هر ثانیه در خط جریان دارد. راهکارهای جدید تنها گزارش‌دهی نمی‌کنند؛ بلکه با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از بسته‌بندی، بسترهای لازم برای تصمیم‌گیری‌های مدیریتی را فراهم می‌آورند. این بینش‌های عملیاتی (Insights) به تیم‌های تولید کمک می‌کند تا گلوگاه‌های کارایی را شناسایی کرده، اتلاف انرژی و مواد را به حداقل رسانده و یکنواختی کیفیت محصول را در مقیاس بالا تضمین کنند.

نگهداری پیش‌دستانه پایان توقف‌های غیرمنتظره

یکی از مهم‌ترین بخش‌های این تحول دیجیتال، سیستم‌های «نگهداری پیش‌دستانه» (Predictive Maintenance) است. در گذشته، توقف خط تولید برای تعمیرات، اغلب پس از بروز خرابی صورت می‌گرفت که علاوه بر هزینه‌های مستقیم تعمیر، منجر به از دست رفتن زمان مفید تولید می‌شد. راهکارهای دیجیتال جدید با مانیتورینگ بلادرنگ وضعیت تجهیزات، تحلیل الگوهای حرکتی و تشخیص دقیق نقاط تنش در

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، مدیران پیشرو در صنایع غذایی اکنون به دنبال راهکارهایی هستند که بتوانند با اتصال تجهیزات، فرآیندها و داده‌ها در قالب یک سیستم واحد، تداوم و کارایی خطوط تولید را به حداکثر برسانند.

گروه Multivac با تکیه بر این رویکرد، در آستانه برگزاری رویداد بزرگ Pack Expo ۲۰۲۶ در شیکاگو، نسل جدید راهکارهای دیجیتال خود را معرفی کرده است. نگاهی به این تکنولوژی نشان می‌دهد که محور اصلی در طراحی‌های نوین،



انقلاب بی‌سر صدا در بسته‌بندی فرآورده‌های گوشتی

با مرگ تدریجی نگهدارنده‌های شیمیایی

نانوذرات نقره یا مس که خواص ضدباکتریایی اثبات‌شده‌ای دارند، مانع از رشد میکروب‌ها در سطح محصول می‌شود. این مکانیزم هوشمند به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد فرمولاسیون محصولات خود را ساده‌تر کرده و برچسب‌های خرید پاک (Clean Label) دریافت کنند؛ مزیتی که امروزه به یکی از قوی‌ترین محرک‌های فروش در بازارهای توسعه‌یافته تبدیل شده است. اگرچه سرمایه‌گذاری روی این خطوط جدید بسته‌بندی در ابتدا هزینه‌بر به نظر می‌رسد، اما کاهش چشمگیر ضایعات محصول، به حداقل رسیدن مرجوعی کالا و امکان ورود به بازارهای صادراتی با استانداردهای بالا، توجیه اقتصادی بسیار قدرتمندی را برای کارخانه‌های مدرن به همراه دارد.

مانع فیزیکی عمل می‌کردند، به طور پویا با اتمسفر درون بسته و خود محصول تعامل برقرار می‌کند. این سیستم‌ها به مهارکننده‌های اکسیژن، جاذب‌های رطوبت اضافه، کنترل‌کننده‌های دی‌اکسید کربن و حتی عوامل آزادسازی تدریجی اسانس‌های طبیعی ضد میکروبی مجهز هستند.

به‌عنوان مثال، وجود اکسیژن در بسته فرآورده‌های غذایی عامل اصلی اکسیداسیون چربی‌ها، تغییر رنگ و رشد قارچ‌های هوازی است.

بسته‌بندی‌های فعال جدید با استفاده از لایه‌های پلیمری حاوی ذرات آهن نانومقیاس، اکسیژن موجود را پیش از آسیب رساندن به محصول جذب و قفل می‌کنند. از سوی دیگر، تجاری‌سازی فیلم‌های بسته‌بندی حاوی عصاره‌های گیاهی و

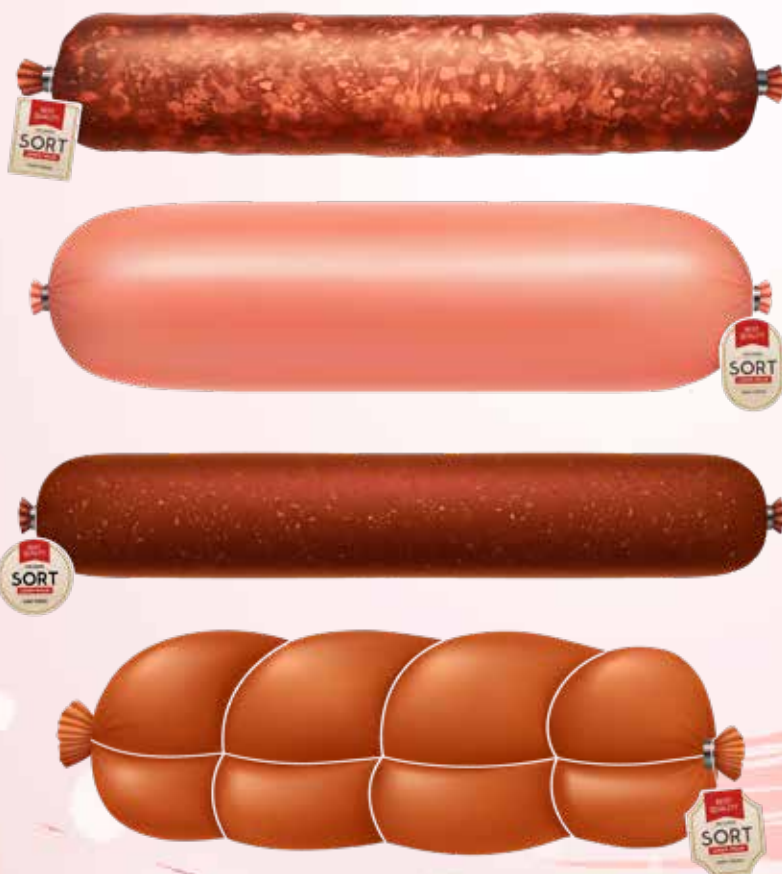
سرویس بین‌الملل: فناوری‌های اکتیو فرمولاسیون صنایع فرآورده‌های گوشتی را دگرگون می‌کند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، فشارهای بی‌سابقه نهادهای بین‌المللی بهداشتی و تغییر رفتار مصرف‌کنندگان که به شدت به دنبال محصولات عاری از مواد شیمیایی هستند، غول‌های بسته‌بندی جهان را به سمت تجاری‌سازی سیستم‌های فعال (Active Packaging) سوق داده است؛ تحولی عمیق که فرمول‌نویسی سنتی در صنایع فرآوری را به حاشیه می‌راند.

دهه‌هاست که صنایع فرآورده‌های گوشتی برای حفظ پایداری محصولات خود در مسیر طولانی توزیع تا شلف فروشگاه‌ها، به مواد نگهدارنده شیمیایی متکی بوده است.

با این حال، افزایش آگاهی عمومی در مورد عوارض جانبی مصرف طولانی‌مدت افزودنی‌های مصنوعی و سخت‌گیرانه‌تر شدن استانداردهای سازمان‌های نظارتی مانند FDA و EFSA، این پارادایم را به طور کامل به چالش کشیده است. راهکار جدید صنعت، انتقال بار محافظت از محصول از «درون فرمولاسیون» به «دیواره بسته‌بندی» است.

فناوری بسته‌بندی فعال (Active Packaging) برخلاف بسته‌بندی‌های غیرفعال قدیمی که صرفاً به‌عنوان یک



خداحافظی با روکش‌های پلاستیکی سوسیس و کالباس

زیست تخریب پذیر و نانوساختاری فعال است. این روکش‌ها از بیوپلیمرهای طبیعی مانند آلژینات (استخراج شده از جلبک‌های دریایی)، سلولز و پروتئین‌های شیر ساخته می‌شوند. ویژگی شگفت‌انگیز این پوشش‌ها، امکان غنی‌سازی آن‌ها با نانوذرات طبیعی مانند عصاره هسته انگور، اسانس پونه کوهی و باکتریوسین‌ها است. این ترکیبات ضد میکروبی فعال، به آرامی به سطح سوسیس یا کالباس نفوذ کرده و از رشد هر گونه کپک، مخمر یا باکتری‌های عامل فساد (به ویژه لیستریا) در زیر پوشش جلوگیری می‌کنند. یکی دیگر از مزیت‌های این پوشش‌های نوین، هماهنگی آن‌ها با فرآیند دودی کردن است. این لایه‌ها نفوذپذیری کنترل شده‌ای نسبت به دود طبیعی دارند که باعث می‌شود طعم و عطر دودی به طور یکنواخت به عمق محصول نفوذ کند، در حالی که مانع از تبخیر آب و کاهش وزن محصول (افت راندمان تولید) می‌شوند. ورود این پوشش‌های هوشمند به خطوط بسته‌بندی کارخانه‌ها، گام بزرگی برای کاهش ردپای کربنی صنایع فرآوری و افزایش ایمنی بیولوژیکی فرآورده‌ها در طول زنجیره توزیع است.

سرویس بین‌الملل: نسل جدید روکش‌های سوسیس و کالباس (Casings) با استفاده از پلیمرهای طبیعی و نانوذرات فعال، علاوه بر حذف زباله‌های پلاستیکی غیر قابل بازیافت، از فساد سطحی محصول جلوگیری می‌کنند.

به گزارش روابط عمومی انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران، پوشش یا کاور سوسیس و کالباس نقشی حیاتی در فرآیند تولید دارد؛ این پوشش‌ها نه تنها شکل نهایی محصول را حفظ می‌کنند، بلکه به عنوان مانعی در برابر نفوذ اکسیژن، از دست رفتن رطوبت در حین پخت و ورود آلودگی‌های محیطی عمل می‌نمایند. دهه‌هاست که از پوشش‌های پلاستیکی غیر قابل تجزیه یا پوشش‌های کلاژنی سنتی استفاده می‌شود. اما امروزه، با افزایش هزینه‌های مدیریت پسماند و گرایش مصرف‌کنندگان به بسته‌بندی‌های دوستدار محیط زیست، انقلاب بزرگی در بخش تحقیق و توسعه پوشش‌های سوسیس و کالباس رخ داده است. نوآوری بزرگ این حوزه، توسعه پوشش‌های



انجمن صنفی صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

سایت انجمن صنفی
صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران

www.mppso.com

