گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۵۸۳۳
چهارشنبه ۱ مهر ۱۴۰۵ ۱۸:۲۳

سه نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی به پایان رسید؛ شبکه خبری مدیران نابغه در میدان صنعت و مدیریت

بیست‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی محصولات، مواد اولیه و ماشین‌آلات شیرینی و شکلات، هجدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان و سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوشیدنی‌ها، چای، قهوه و صنایع وابسته، پس از چهار روز فعالیت در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران به کار خود پایان دادند؛ سه رویداد تخصصی که هم‌زمان، بخش‌های مختلفی از زنجیره صنایع غذایی کشور را گرد هم آوردند.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، بیست‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی محصولات، مواد اولیه و ماشین‌آلات شیرینی و شکلات، هجدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت غلات، آرد و نان و سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوشیدنی‌ها، چای، قهوه و صنایع وابسته، پس از چهار روز فعالیت در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران به کار خود پایان دادند؛ سه رویداد تخصصی که هم‌زمان، بخش‌های مختلفی از زنجیره صنایع غذایی کشور را گرد هم آوردند. در این میان، شبکه خبری مدیران نابغه نیز با حضور میدانی در نمایشگاه، گفت‌وگو با مدیران و فعالان صنعت و تولید گزارش‌های اختصاصی، تلاش کرد بخشی از توانمندی، تجربه، خلاقیت و نبوغ مدیریتی حاضر در این رویداد را به مخاطبان خود معرفی کند.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، برگزاری هم‌زمان سه نمایشگاه تخصصی صنایع غذایی، فضای نمایشگاه بین‌المللی تهران را به محلی برای حضور طیف گسترده‌ای از تولیدکنندگان، سازندگان ماشین‌آلات، تأمین‌کنندگان مواد اولیه، فعالان صنعت، صاحبان کسب‌وکار و مدیران تبدیل کرد.

در یک سوی این مجموعه، صنعت شیرینی و شکلات با محصولات، مواد اولیه، ماشین‌آلات و فناوری‌های تخصصی خود حضور داشت؛ در سوی دیگر، صنعت غلات، آرد و نان، زنجیره‌ای گسترده از تولید و فرآوری تا تجهیزات و ماشین‌آلات را در معرض دید قرار داد و هم‌زمان، فعالان حوزه نوشیدنی، چای، قهوه و صنایع وابسته نیز بخشی دیگر از ظرفیت صنایع غذایی کشور را معرفی کردند.

سه نمایشگاه، یک زنجیره بزرگ صنعتی

هم‌زمانی این سه رویداد از یک منظر نیز اهمیت داشت؛ زیرا اگرچه هر نمایشگاه حوزه تخصصی متفاوتی را پوشش می‌داد، اما میان بخش‌های مختلف آنها ارتباط مستقیم در زنجیره تولید صنایع غذایی وجود دارد.

مواد اولیه، ماشین‌آلات، تجهیزات تولید، فناوری، بسته‌بندی، انرژی، تجارت و بازارهای صادراتی، موضوعاتی بودند که در بخش‌های مختلف این سه نمایشگاه به شکل‌های متفاوت حضور داشتند.

از همین منظر، نمایشگاه امسال تنها محلی برای عرضه محصول نبود؛ بلکه فرصتی برای مشاهده بخشی از ظرفیت صنعتی کشور و آشنایی نزدیک‌تر با مدیرانی بود که هر یک در بخشی از این زنجیره فعالیت می‌کنند.

حضور متفاوت شبکه خبری مدیران نابغه

شبکه خبری مدیران نابغه نیز در این رویداد، رویکردی فراتر از پوشش معمول نمایشگاهی در پیش گرفت.

هدف، تنها ثبت تصاویر غرفه‌ها یا معرفی محصولات نبود؛ بلکه تلاش شد مدیران و فعالانی شناسایی شوند که در کنار فعالیت اقتصادی خود، تجربه‌ای قابل توجه در زمینه مدیریت، تولید، خلاقیت، نوآوری و توسعه کسب‌وکار دارند.

گفت‌وگوهای اختصاصی شبکه در طول نمایشگاه، فرصت مناسبی ایجاد کرد تا بخشی از مسائل واقعی صنعت از زبان مدیران بیان شود؛ از اهمیت کیفیت و طراحی ماشین‌آلات تا مصرف انرژی، صادرات، توسعه بازار، تجربه مدیریتی و نقش پشتکار در موفقیت.

این رویکرد با مأموریت رسانه‌ای شبکه خبری مدیران نابغه نیز همخوانی داشت؛ رسانه‌ای که تلاش می‌کند در کنار پوشش رویدادهای اقتصادی و صنعتی، مدیران خلاق و تجربه‌های ارزشمند مدیریتی را نیز به جامعه معرفی کند.

از چهار دهه تجربه تا نگاه نسل جوان

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای حضور شبکه در این نمایشگاه، گفت‌وگو با مدیرانی از نسل‌های مختلف صنعت بود.

در گفت‌وگو با ابراهیم حامدفر، مدیرعامل شرکت ماشین‌سازی حامدفر، بخشی از تجربه حدود چهار دهه فعالیت در حوزه طراحی و ساخت ماشین‌آلات صنعت شیرینی و شکلات مورد بررسی قرار گرفت.

او از سال‌ها تلاش برای طراحی و ساخت ماشین‌آلات، اهمیت کیفیت و تجربه‌های دشوار مسیر تولید سخن گفت؛ تجربه‌هایی که نشان می‌دهد پشت بسیاری از تجهیزات صنعتی، سال‌ها آزمون، اصلاح، خلاقیت و پشتکار قرار دارد.

در ادامه، گفت‌وگو با عرشیا حامدفر، رئیس هیئت‌مدیره شرکت ماشین‌سازی حامدفر، زاویه دیگری از صنعت را نمایان کرد؛ موضوع مصرف انرژی و تلاش برای طراحی فرهای پیلوتی با مصرف پایین‌تر انرژی.

این گفت‌وگو نشان داد که بخشی از چالش‌های آینده صنعت، تنها افزایش تولید نیست و موضوعاتی مانند بهره‌وری، کاهش مصرف انرژی و استفاده هوشمندانه از منابع نیز باید در طراحی تجهیزات صنعتی مورد توجه قرار گیرد.

کیفیت؛ واژه‌ای مشترک در سخنان مدیران

یکی دیگر از گفت‌وگوهای اختصاصی شبکه با میثم معصومی از شرکت آذر سمبه انجام شد؛ مدیری جوان که در سخنان خود، کیفیت را یکی از مهم‌ترین پایه‌های فعالیت این مجموعه دانست.

آذر سمبه که فعالیت خود را از سال ۱۳۶۳ آغاز کرده، طی دهه‌های فعالیت خود در طراحی، تولید و راه‌اندازی خطوط صنعتی حضور داشته و به گفته معصومی، نزدیک به ۷۱۰ خط کامل در ایران و برخی بازارهای خارجی عرضه و راه‌اندازی کرده است.

معصومی در این گفت‌وگو بر این نکته تأکید کرد که رابطه تولیدکننده و مشتری نباید صرفاً به فروش ماشین‌آلات محدود شود و مشاوره تخصصی نیز بخشی از مسئولیت یک مجموعه صنعتی است.

از نگاه او، گاهی یک تولیدکننده حرفه‌ای باید حتی به مشتری توصیه کند که تجهیز خاصی را خریداری نکند؛ اگر آن محصول با نیاز واقعی یا شرایط اقتصادی و فنی مشتری تناسب نداشته باشد.

این نگاه، مفهوم مدیریت صنعتی را از فروش صرف فراتر می‌برد و بر تجربه، صداقت حرفه‌ای و ایجاد اعتماد بلندمدت تأکید می‌کند.

نمایشگاه؛ محل تلاقی تجربه و خلاقیت

یکی از نکات قابل توجه در مجموعه گفت‌وگوهای شبکه خبری مدیران نابغه، حضور هم‌زمان تجربه مدیران باسابقه و نگاه نسل جوان بود.

نسلی که سال‌ها در صنعت فعالیت کرده، تجربه طراحی، تولید و حل مسائل فنی را در اختیار دارد و در کنار آن، مدیران جوانی حضور دارند که با نگاه تازه‌تر، توسعه بازار، صادرات و جهانی‌شدن برندهای ایرانی را دنبال می‌کنند.

این ترکیب، یکی از مهم‌ترین موضوعاتی بود که در گفت‌وگوهای شبکه نمود پیدا کرد: انتقال تجربه از یک نسل به نسل دیگر و پیوند تجربه صنعتی با خلاقیت و نگاه تازه.

نمایشگاه فقط درباره محصول نبود

سه نمایشگاه هم‌زمان تهران، تصویری گسترده‌تر از صنایع غذایی ارائه کردند.

در سالن‌ها، تنها محصول نهایی دیده نمی‌شد؛ پشت هر محصول، زنجیره‌ای از مهندسی، ماشین‌آلات، مواد اولیه، طراحی، تولید، بسته‌بندی، نیروی انسانی و مدیریت قرار داشت.

همین موضوع سبب شد حضور رسانه‌ای شبکه خبری مدیران نابغه نیز تنها به معرفی شرکت‌ها محدود نشود.

آنچه برای شبکه اهمیت داشت، پیدا کردن پاسخ این پرسش بود که چه کسانی پشت این صنعت ایستاده‌اند و چگونه با تجربه، خلاقیت و تصمیم‌های مدیریتی، تولید را پیش می‌برند؟

گفت‌وگوهای انجام‌شده در نمایشگاه نشان داد که پاسخ این پرسش را باید در میان مدیران، مهندسان، کارآفرینان و فعالان صنعتی جست‌وجو کرد.

دستاورد رسانه‌ای شبکه خبری مدیران نابغه

برای شبکه خبری مدیران نابغه، حضور در این رویداد تنها یک حضور نمایشگاهی نبود؛ بلکه فرصتی برای ایجاد ارتباط مستقیم با مجموعه‌ای از مدیران و

فعالان صنعت، تولید محتوای اختصاصی و شکل‌دادن به یک مجموعه گزارش تخصصی بود.

گفت‌وگو با مدیران ماشین‌سازی، فعالان حوزه شیرینی و شکلات و دیگر مجموعه‌های صنعتی، به شبکه این امکان را داد که مخاطب را با بخش‌هایی از ظرفیت واقعی صنعت ایران آشنا کند که معمولاً در اخبار عمومی کمتر دیده می‌شوند.

از سوی دیگر، ارتباط مستقیم با مدیران، امکان شناخت بهتر مسائل و دغدغه‌های تولیدکنندگان را نیز فراهم کرد؛ موضوعاتی مانند کیفیت، انرژی، صادرات، حمایت از تولید، توسعه بازار، تربیت نسل جوان و ضرورت نگاه بلندمدت به صنعت.

این مجموعه تجربه‌ها می‌تواند مبنایی برای ادامه ارتباط شبکه با مدیران و فعالان اقتصادی پس از پایان نمایشگاه نیز باشد.

چهار روز که به یک پرونده رسانه‌ای تبدیل شد

چهار روز برگزاری این سه نمایشگاه، برای شبکه خبری مدیران نابغه فرصتی بود تا یک پرونده رسانه‌ای متفاوت شکل دهد؛ پرونده‌ای که در آن، به جای تمرکز صرف بر غرفه‌ها و محصولات، انسان‌های پشت صنعت در مرکز توجه قرار گرفتند.

مدیرانی که از کیفیت گفتند، مدیرانی که از انرژی و آینده تولید سخن گفتند، مدیرانی که تجربه چند دهه فعالیت صنعتی را در اختیار نسل جوان قرار دادند و مدیرانی که از توسعه بازارهای خارجی و جهانی‌شدن تولید ایرانی صحبت کردند.

این گفت‌وگوها نشان داد که نبوغ صنعتی تنها در اختراع یک دستگاه یا تولید یک محصول خلاصه نمی‌شود؛ گاهی نبوغ در یک تصمیم مدیریتی، در انتخاب درست، در مشاوره صادقانه به مشتری، در حل یک مشکل فنی یا در سال‌ها پایداری و پشتکار برای ساختن یک برند نمایان می‌شود.

پایان سه نمایشگاه؛ آغاز ارتباطات تازه

اکنون سه نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی به پایان رسیده‌اند؛ اما ارتباطاتی که در طول این چهار روز شکل گرفت و محتوایی که از این رویداد تولید شد، می‌تواند برای مدت‌ها در فضای رسانه‌ای و صنعتی ادامه داشته باشد.

شبکه خبری مدیران نابغه در این حضور تلاش کرد بخشی از واقعیت صنعت ایران را از نزدیک ببیند و آن را از زبان مدیران و فعالان این حوزه به مخاطبان منتقل کند.

از صنعت غلات، آرد و نان تا شیرینی و شکلات و از نوشیدنی، چای و قهوه تا ماشین‌آلات و تجهیزات، یک نکته در تمام این حوزه‌ها اهمیت مشترک دارد: تولید بدون اندیشه، تجربه و خلاقیت نمی‌تواند به توسعه پایدار برسد.

پایان این سه نمایشگاه، برای شبکه خبری مدیران نابغه تنها پایان یک مأموریت رسانه‌ای نیست؛ بلکه نقطه‌ای برای ادامه ارتباط با مدیران، فعالان و مجموعه‌هایی است که در عرصه تولید و تجارت ایران فعالیت می‌کنند.

شبکه خبری مدیران نابغه در این رویداد تلاش کرد نشان دهد که در پشت هر کارخانه، هر خط تولید، هر ماشین‌آلات و هر برند موفق، مجموعه‌ای از تجربه، نبوغ، خلاقیت، پشتکار و مدیریت قرار دارد؛ سرمایه‌هایی که معرفی آنها می‌تواند بخشی از تصویر واقعی توانمندی صنعت ایران را برای مخاطبان روشن‌تر کند.