

میرپناهی؛ ماشین جوجه‌کشی ایرانی آماده ورود به بازار صادرات است

ایران از واردکننده ماشین جوجه‌کشی

به صادرکننده تبدیل شد

از نمایندگی پیترسایم تا تولید ماشین جوجه‌کشی ایرانی

میرپناهی در معرفی مجموعه تحت مدیریت خود گفت: شرکت ما حدود ۱۵ سال، تا پیش از سال ۲۰۱۹، نمایندگی رسمی شرکت پیترسایم بلژیک را برعهده داشت؛ شرکتی که از بزرگ‌ترین برندهای تولیدکننده ماشین‌آلات جوجه‌کشی در دنیا محسوب می‌شود.

به گفته او، نقطه عطف فعالیت شرکت زمانی شکل گرفت که پس از خروج دولت ترامپ از برجام در سال ۲۰۱۹ و ایجاد تحریم‌ها، صنایع مختلف از جمله صنعت ماشین‌آلات جوجه‌کشی نیز تحت تأثیر محدودیت‌های جدید قرار گرفتند. میرپناهی با اشاره به اهمیت این تجهیزات برای صنعت طیور و امنیت غذایی کشور افزود: وقتی تحریم‌ها ایجاد شد، عملاً صنایع جوجه‌کشی نیز جزو بخش‌هایی بود که تحت تأثیر قرار گرفت. این مسئله می‌توانست امنیت غذایی کشور را با مشکل مواجه کند. در آن مقطع برنامه ما این بود که برای جبران این مسئله، به سمت تولید ماشین‌آلات داخلی حرکت کنیم.

تولید نخستین مدل داخلی و مقایسه با نمونه بلژیکی

مدیرعامل شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر ادامه داد: تقریباً در سال ۲۰۲۲ نخستین مدل ماشین تولید شد و در بخشی قرار گرفت که آخرین ماشین پیترسایم واردشده به کشور در آنجا بود. ما این کار را برای مقایسه انجام دادیم تا ببینیم محصول داخلی تا چه اندازه می‌تواند با نمونه خارجی رقابت کند. او با بیان اینکه نتیجه این مقایسه برای مجموعه یک اتفاق مهم بود، اظهار کرد: خدروشکر دقیقاً همان نتیجه‌ای که از ماشین بلژیکی انتظار داشتیم، در ماشین تولید داخل اتفاق افتاد. عملکرد و داده‌هایی که به دست آمد، قابل مقایسه با همان ماشین بود و این برای ما و کشور یک اتفاق بزرگ محسوب می‌شد.

به گفته میرپناهی، توسعه این فناوری اکنون از مرحله آزمایش و تولید اولیه عبور کرده و در پروژه‌های مختلف در کشور مورد استفاده قرار گرفته است. او گفت: امروز در پنج استان مختلف فعالیت داریم و پروژه‌های مختلفی در این استان‌ها در حال اجرا است. ماشین‌های ما و پروژه‌های ما به صورت همزمان در حال نصب هستند.

مدیرعامل شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر در دومین نمایشگاه تخصصی بین‌المللی دام، طیور و صنایع لبنی تهران از توسعه فناوری داخلی ماشین‌آلات جوجه‌کشی، خودکفایی کشور در این حوزه و آمادگی برای ورود به بازارهای صادراتی خبر داد.

در دومین نمایشگاه تخصصی بین‌المللی دام، طیور و صنایع لبنی تهران که در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب برگزار شد، شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر با ارائه تازه‌ترین دستاوردهای خود در حوزه ماشین‌آلات جوجه‌کشی، بخشی از ظرفیت‌های علمی، فنی و فناورانه صنعت طیور ایران را به نمایش گذاشت.

این شرکت که پیش از این حدود ۱۵ سال نمایندگی رسمی شرکت پیترسایم بلژیک، یکی از برندهای مطرح تولیدکننده ماشین‌آلات جوجه‌کشی در جهان، را در اختیار داشته است؛ پس از تشدید تحریم‌ها و محدود شدن دسترسی ایران به تجهیزات خارجی، مسیر توسعه فناوری داخلی را در پیش گرفت. نتیجه این رویکرد، تولید ماشین جوجه‌کشی ایرانی و حرکت از وابستگی به واردات به سمت خودکفایی و در ادامه، برنامه‌ریزی برای صادرات بوده است.

سید صاحب میرپناهی، مدیرعامل شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر، در حاشیه این نمایشگاه درباره فعالیت‌های این مجموعه، روند بومی‌سازی فناوری، مزیت‌های ماشین‌آلات تولید داخل، شرایط بازار و برنامه‌های صادراتی شرکت توضیح داد.



ایران از واردکننده به تولیدکننده ماشین آلات جوجه کشی تبدیل شد

میرپناهی با تأکید بر نتیجه این روند اظهار کرد: ادعا و هدف ما این است که توانسته‌ایم کشور را با تولیداتی که داشتیم به خودکفایی برسانیم. دیگر ایران واردکننده محض نیست و امروز آماده صادرات هستیم.

مدیرعامل شرکت در ادامه به یکی از مهم‌ترین محصولات ارائه‌شده در نمایشگاه اشاره کرد و گفت: سال گذشته اتفاق بزرگی که در این زمینه افتاد، همین ماشینی بود که در نمایشگاه آورده‌ایم؛ ماشین X-Extremer. ما به عنوان دومین کشور دنیا به فناوری X-Extremer دست پیدا کردیم.

به گفته او، پس از کشور بلژیک، ایران دومین کشوری است که به این فناوری دست یافته و اکنون شرکت برای ورود به بازارهای صادراتی آمادگی دارد.

بومی‌سازی کیفیت و افزایش عمر ماشین آلات
یکی از محورهای مهم در توسعه ماشین جوجه‌کشی ایرانی از نگاه مدیرعامل شرکت، صرفاً تولید داخلی قطعات نیست، بلکه ارتقای کیفیت و بومی‌سازی ساختار فنی ماشین‌آلات است.

میرپناهی در این باره توضیح داد: ما از لحاظ کیفیت، ماشین‌های ایرانی را به شکلی تولید کردیم که کیفیت آنها بومی‌سازی و افزایش پیدا کند.

او با اشاره به تفاوت قیمت مواد اولیه در ایران و اروپا گفت: برای مثال، فلزات در اروپا گران‌تر از ایران هستند. ما به جای اینکه در بخش‌هایی از ماشین از قطعه پلاستیکی استفاده کنیم، از قطعات آلومینیومی یا استیل استفاده کردیم. این موضوع عملاً باعث افزایش طول عمر ماشین می‌شود.

این رویکرد به گفته او تنها به بخش سخت‌افزاری محدود نشده و در حوزه نرم‌افزار نیز بومی‌سازی انجام شده است.

میرپناهی افزود: نرم‌افزارهایی که تحت لیسانس بودند و کاربر باید هر دو سال یک‌بار برای آنها هزینه پرداخت می‌کرد؛ کاملاً داخلی‌سازی شدند. الان کاربر به راحتی می‌تواند از این نرم‌افزارها و امکانات ماشین استفاده کند.



قیمت ماشین جوجه‌کشی ایرانی؛ نصف نمونه وارداتی

یکی دیگر از مزیت‌هایی که مدیرعامل شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر به آن اشاره کرد، قیمت محصول داخلی است. او گفت: قیمت ما اکنون حدود ۵۰ درصد قیمت ماشین وارداتی است. میرپناهی برای تشریح این اختلاف قیمت، نمونه‌ای از محصولات پیترسایم را مورد اشاره قرار داد و توضیح داد: برای مثال، ماشین نمونه این محصول در مدل پیترسایم حدود ۶۶ هزار یورو تحویل بلژیک قیمت دارد. این ماشین زمانی که بخواهد وارد کشور شود، حدود ۴۰ درصد نیز افزایش قیمت پیدا می‌کند. در مقابل، ماشینی که ما تولید کرده‌ایم حدود ۳۳ هزار یورو قیمت دارد.

این اختلاف قیمت، از دیدگاه مدیرعامل شرکت، علاوه بر ایجاد مزیت اقتصادی برای مصرف‌کننده داخلی، می‌تواند به جلوگیری از خروج ارز نیز کمک کند. او تأکید کرد: این موضوع یک ارزش‌آوری بسیار بزرگ و همچنین جلوگیری از خروج ارز قابل توجهی است.

به گفته میرپناهی، در کنار مزیت قیمتی، فناوری به کاررفته در محصول داخلی نیز از سطح قابل توجهی برخوردار است و شرکت فاصله فناوری خود را با بسیاری از کشورهای منطقه و آسیا کاهش داده است.

او در این زمینه گفت: فناوری‌ای که اکنون در اختیار داریم، از نظر این ماشین حدود ۲۰ سال با کل خاورمیانه و آسیا فاصله دارد.

پشتیبانی از زنجیره تولید مرغ و صنعت طیور کشور

شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر از شرکت‌های زیرمجموعه مجموعه سرمایه‌گذاری کشاورزی کوثر است. میرپناهی با اشاره به جایگاه این مجموعه در زنجیره تولید مرغ کشور اظهار کرد: ما یکی از شرکت‌های زیرمجموعه مجموعه سرمایه‌گذاری کشاورزی کوثر هستیم. این مجموعه با توجه به اینکه حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد سهم بازار مرغ کشور را در اختیار دارد؛ به‌عنوان یک پشتیبان برای شرکت‌های خودمان فعالیت می‌کنیم.

او از شرکت‌هایی مانند اجداد زربال، مرغک، ماهان و دیزبال به عنوان مجموعه‌هایی نام برد که شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر در حوزه ماشین‌آلات جوجه‌کشی و پشتیبانی از آنها فعالیت دارد.

میرپناهی ادامه داد: در بحث پشتیبانی ماشین‌های جوجه‌کشی، تلاش ما این است که قطعات مورد نیاز آنها همیشه در دسترس باشد و هیچ‌وقت در تأمین قطعات و خدمات با مشکل مواجه نشوند. اما فعالیت شرکت تنها به مجموعه‌های زیرمجموعه هلدینگ کوثر محدود نمی‌شود.

مدیرعامل شرکت گفت: امروز با اطمینان می‌توانم بگویم که بالای ۹۰ درصد مشتریان بیرونی را نیز پشتیبانی می‌کنیم. جدا از مجموعه هلدینگ، با مشتریان بیرونی هم پروژه‌های مختلفی داریم و قطعات و خدمات مورد نیاز آنها را تأمین می‌کنیم. او افزود: حتی ماشین‌هایی که از نسل‌های گذشته پیترسایم بلژیک در کشور وجود دارند، اکنون توسط ما نوسازی می‌شوند و برای تعمیرات آنها قطعات مورد نیاز را تأمین می‌کنیم. <<<

شرکت سرمایه‌گذاری
کشاورزی کوثر



تولید در شرایط جنگ توقفی برای پروژه‌ها ایجاد نشد

در ادامه این گفت‌وگو، شرایط تولید و اجرای پروژه‌ها در وضعیت جنگی کشور و تأثیر آن بر فعالیت شرکت مورد پرسش قرار گرفت.

میرپناهی با اشاره به یکی از پروژه‌های تازه افتتاح‌شده شرکت گفت: در بحث پروژه‌ها، خبری که چند ساعت قبل از گفت‌وگو منتشر کردیم، مربوط به افتتاح یک پروژه در نقطه صفر مرزی شهرستان تنگستان، دلوار، بود.

او ادامه داد: این پروژه در فاصله حدود ۵۰ متری از خلیج فارس قرار دارد و افتتاح آن دقیقاً دو هفته پیش اتفاق افتاد. نصب و راه‌اندازی این ماشین‌ها در شرایط جنگ و زیر موشک انجام شد.

به گفته مدیرعامل شرکت، با وجود شرایط دشوار حاکم بر استان بوشهر و کشور، فعالیت تولیدی و اجرایی شرکت متوقف نشد.

او تصریح کرد: با توجه جنگی که در استان بوشهر و کل کشور وجود داشت و فشار زیادی که به بوشهر وارد شد، اتفاقی که افتاد این بود که کار را تعطیل نکردیم و تولید را ادامه دادیم.

میرپناهی با اشاره به مسئولیت بخش‌های مختلف کشور در شرایط بحرانی گفت: وظیفه هر کسی مشخص است. آن فردی که پشت لانچر می‌نشیند، ریسک خودش را دارد و ما هم چون وظیفه تولید داریم و امنیت غذایی کشور به فعالیت ما بستگی دارد، باید وظیفه خودمان را در این زمینه انجام دهیم.

افت قیمت جوجه

و تمرکز بیشتر بر بازارهای صادراتی

مدیرعامل شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر در بخش دیگری از این گفت‌وگو درباره شرایط بازار صنعت طیور توضیح داد که وضعیت فعلی بازار، با وجود ظرفیت‌های تولیدی ایجادشده، همچنان با چالش‌هایی همراه است.

او گفت: در کل بحث بازار، با توجه به قیمت پایین جوجه و افتی که جوجه در قیمت داشته، طبیعتاً مخاطرات بازار را برای ما به همراه دارد.

به گفته میرپناهی، همین مسئله موجب شده شرکت در کنار بازار داخلی، تمرکز بیشتری بر بازارهای خارجی و توسعه فعالیت‌های صادراتی داشته باشد.

او افزود: به همین خاطر، اکنون بیشترین فشار و تمرکز ما روی بخش بازرگانی خارجی است تا بتوانیم در بازارهای بیرونی فعالیت کنیم.

برنامه صادرات ماشین جوجه‌کشی ایرانی

به بازارهای منطقه

میرپناهی در تشریح برنامه‌های آینده شرکت گفت: ما شرکتی هستیم که پایه و اساس فعالیت‌مان حدود ۱۵ سال نمایندگی انحصاری شرکت پیترسایم بلژیک بوده است.

او با اشاره به تفاهم و ارتباطات اخیر با این شرکت بلژیکی اظهار کرد: حتی بعد از تفاهم اخیر که امضا شد، ارتباطی با آنها برقرار کردیم. موضوع این بود که با توجه به کیفیت ماشین‌های تولیدی ما، که خودشان نیز به آن اذعان داشتند، بتوانیم بازار خاورمیانه و آسیای پیترسایم را نیز پشتیبانی کنیم.

به گفته مدیرعامل شرکت، این همکاری می‌تواند مسیر تازه‌ای برای فعالیت منطقه‌ای مجموعه ایجاد کند.

او ادامه داد: عملاً صادرات آسیا و خاورمیانه پیترسایم توسط ما انجام می‌شود و می‌توانیم در بازار خاورمیانه فعالیت کنیم.

البته میرپناهی تأکید کرد که ادامه این برنامه به شرایط منطقه و ثبات وضعیت کشور وابسته است.

او در پاسخ به پرسشی درباره آینده این همکاری و صادرات گفت: با توجه به ادامه جنگ و اتفاقاتی که افتاد، فعلاً این موضوع معلق بوده و ادامه آن بستگی به ثبات شرایط در کشور است.

از خودکفایی تا صادرات

روایت سید صاحب میرپناهی از مسیر فعالیت شرکت توسعه مکانیزاسیون و صنایع کشاورزی کوثر، روایتی از تغییر یک مجموعه از واردکننده و نماینده یک برند خارجی به تولیدکننده فناوری داخلی است. شرکتی که حدود ۱۵ سال نمایندگی رسمی پیترسایم بلژیک را در اختیار داشته، پس از اعمال تحریم‌ها تصمیم گرفت بخشی از فناوری مورد نیاز صنعت طیور را در داخل کشور توسعه دهد.

تولید نخستین مدل در سال ۲۰۲۲، مقایسه آن با آخرین ماشین پیترسایم واردشده به کشور، توسعه پروژه‌ها در پنج استان، دستیابی به فناوری X-Extrem، بومی‌سازی نرم‌افزار و قطعات، کاهش قیمت محصول تا حدود ۵۰ درصد نمونه وارداتی و ارائه خدمات به بیش از ۹۰ درصد مشتریان بیرونی، بخشی از مسیر طی‌شده این شرکت است.

اکنون هدف بعدی، توسعه بازارهای صادراتی است؛ مسیری که البته به گفته مدیرعامل شرکت، ادامه آن به ثبات شرایط کشور و منطقه وابسته خواهد بود.

دستاوردهای ارائه‌شده در نمایشگاه شهر آفتاب نشان می‌دهد که ماشین جوجه‌کشی ایرانی دیگر صرفاً یک محصول جایگزین برای تجهیزات وارداتی نیست، بلکه به عنوان یکی از ظرفیت‌های فناورانه صنعت طیور ایران، در حال حرکت به سمت رقابت در بازارهای منطقه‌ای و صادراتی است. □



شرکت سرمایه‌گذاری
کشاورزی کوثر

