

ابزارهای تولید بذر در شرکت های بذری



مقدمه

ضرورت گرایش فعالیت های شرکت به سوی تخصصی شدن باعث گردید که مجموعه ای که از این پس ارائه خواهد گردید را جهت ارائه دیدی مناسب برای کارکنان شرکت از شرکتهای بذری تقدیم نمایم.

از این پس سعی خواهیم نمود در هر بولتن به زبان ساده آنچه را که ما باید در کارهای تولید بذری به کار بندیم ارائه نمایم.

امید است مجموعه حاضر بتواند دیدگاه مناسبی در مورد کار و فعالیتهایی که شرکت باید به سمت آن گرایش پیدا نماید را ارائه دهد.

کامبیز فروزان

مدیر امور تحقیقات

۱ - کلیدهای موفقیت در طراحی خط تولید یک محصول

شرکتهای بذری خط تولید محصولاتشان را به خوبی و با دقت طراحی می نمایند. برای این کار باید شما ابتدا ارزیابی نمائید که چه محصولاتی را میتوانید بفروشید که ارزش افزوده قابل توجهی برای خریدار ایجاد کند به عبارت دیگر کشاورزان در مورد محصولی به شما پول پرداخت می کنند که بتواند برای آنها در آمد قابل توجهی ایجاد کند در باره بذر این ارزش افزوده از ترکیب چند فاکتور تولید شامل:

نکاتی که باید به یاد داشته باشید:
* شما باید خط تولید ارقام خود را بر پایه محصولاتی که بتوانید آن را به صورت مفید تولید نمایید پایه گذاری کنید.
* کیفیت مهمترین فاکتوری است که باعث تفکر و توجه مصرف کنندگان به برند شما خواهد شد.

- ژرم پلاس - مواد ژنتیکی
- هزینه تولید محصول
- کیفیت
- ضد عفونی بذر
- بسته بندی
- حاصل میگردد.

سایر عوامل نظیر سیستم عمل کشاورز، میزان تحصیلات، قیمت هم دارای سهمی در این معادله برآورد ارزش افزوده خواهد بود ولی در این مجموعه سعی خواهیم نمود بر تولید و تصمیماتی که باید در رابطه با راه اندازی خط تولید اتخاذ نمود تاکید نماییم.

طراحی خط تولید به صورت دقیق برپایه این ۵ فاکتور مهم عملیاتی میگردد باشد:



ژرم پلاسِم - مواد ژنتیکی

آگاهی از آنچه مصرف کنندگان می خواهند و بدان نیاز دارند و ایجاد ارتباط بین این نیاز و میزان دانش موجود در شرکت در مورد منابع موجود همواره از آرزوهای یک شرکت تولید کننده بذر میباشد.

برای اقدام بهینه در این زمینه برقراری رابطه مناسب بین تامین کنندگان ژرم پلاسِم و آگاهی از آنچه مورد نیاز است بسیار حیاتی است. یک شرکت بذری نمی خواهد بر روی محصولی سرمایه گذاری نماید تا تنها بفهمد این رقم بهترین رقم است. شما باید همواره پیشرو باشید. بسیاری از شرکتهای بذری خودشان را به زحمت می اندازند تا لاین هایی تولید کنند که بسیار کامل و جامع شرایط باشند شرکتهای باید در سطوحی فعالیت کنند که قابل مدیریت داشته باشند و در این مسیر بر تولیدات خود بیافزایند.

علاوه بر موارد فوق لازم است تا به صورت مداوم رقبای بذری خود را تحت نظر داشته باشید تا ببینید آنها چه نوع بذری را مصرف کنندگان خود ارائه می دهند در این مسیر شاید شما بخواهید از تولید محصول مشابه پرهیز کنید مگر آنکه براین باور باشید که می توانید آن را بهتر یا ارزان تر از شرکتهای رقیب تولید نمایید.

یک نکته مهم آن است که ممکن است شما بخواهید بذری را به صورت اختصاصی برای شرکت خود تولید نمایید این امر توسط بسیاری از شرکتهای بالادست شرکتهای هندی و آمریکایی انجام می شود به نحوی که آنها علاوه بر بذور خاص خود بذور عمومی و غیر اختصاصی نیز دارند این شرکتهای بر این باورند که اگر این بذر بهترین بذر موجود و در دسترس کشاورزان است حتماً باید در خط تولید آنها قرار داشته باشد این شرکتهای عملاً بر پایه کیفیت تولید، خدمات رسانی، سهولت ارائه محصولات با یکدیگر رقابت می کنند نه بر پایه بذور اختصاصی موجود بسیاری از مردم براین باورند که بذور غیر اختصاصی برای کشاورزان بهتر جواب میدهد.

هزینه های تولید

محققین با مقادیر اندک تولید بذر در سطوح محدود و تحت کنترل و معمولاً در شرایط بهینه کار می کنند شما باید به عنوان یک تولید کننده تجاری بر میزان مفید بودن و سودآوری بذر در سطوح بزرگ کشت آگاه باشید و خط تولید خود را بر محصولات متمرکز کنید که بتواند سودآوری بالایی داشته باشد.

شرکت های تولید بذر این مورد را " قابلیت تولید " می نامند. برای مثال یک هیبرید ذرت میتواند در شرایط تحقیقاتی نتایج درخشانی داشته باشد ولی اگر این هیبرید در سطوح وسیع قابلیت تولید مناسب نداشته باشد نمی تواند سود مناسبی برای زارعین تامین نماید و لذا چندان ارزشی نخواهد داشت. مثال دیگر در مورد بذر بادام زمینی است این بذر ممکن است در آزمایشات و بر روی کاغذ نتیجه مناسبی داشته باشد ولی مثلاً بدلیل عدم نگهداری مطلوب این بذور نمی توانند در مزارع نتایج مطلوبی بدهند و لذا باید همه موارد را در نظر گرفت.

بنابراین قابلیت تولید باید کاملاً در محاسبات شرکت در زمان راه اندازی خط تولید مد نظر قرار گیرد.



کیفیت

برنامه ریزی برای کیفیت بسیار حیاتی است. قسمت اعظمی از آنچه می فروشید کیفیت آن محصول تولیدی است نه فقط ماده ژنتیکی. کشاورزان حاضرند پول بیشتری برای بذور برتر پرداخت نمایند زیرا آنها بر ارزش بررسی ها، انبار کردن مناسب و با دقت، بذور تمیز، فرآوردی مطلوب و خلوص بذر واقفند.

تصمیم گیری در مورد کیفیت نقش بسیار مهمی در برنامه ریزی جهت خط تولید دارند. علاوه بر آن کیفیت می تواند یک فاکتور مهم برای معرفی مطلوب برند شما در بازار برای مصرف کنندگان باشد.

برند شما می تواند استاندارد های بالا و یا استانداردهای نامطلوبی به زارع ارائه نماید.

همیشه به یاد داشته باشید کیفیت هیچگاه به سادگی بر یک سال فروش تاثیر نگذاشته بلکه تاثیری بلند مدت بر نظر کشاورزان درباره برند شما خواهد داشت.

بسته بندی

اندازه بسته بندی یکی از مهمترین فاکتورهایی است که باید در طراحی خط تولید مد نظر قرار گیرد که این امر باید براساس درخواست و نظر مصرف کنندگان صورت پذیرد برنامه ریزی برای آنکه بسته بندی بذر چه اندازه باشد بسیار مهم است باید بپذیرید که وقتی که کشاورزان برای بار اول می خواهند از محصولات شما کشت نمایند معمولاً از مقادیر اندک بذر استفاده می کنند شما باید ابتدا بسته بندی های کوچک تر برای معرفی بذر خود (نظیر ۵ کیلوگرم، ۱ کیلوگرم و یا ۲ کیلوگرم) را تولید کنید تا آنکه رقم شما کاملاً در منطقه جا بیافتد و پس از آن کشاورزان نسبت به خرید بسته های بزرگتر اقدام خواهند نمود.

اندازه بذر

برای بذور طبقه بندی شده اندازه بذر فروخته شده هم یک فاکتور مهم است مثلاً یکی از موارد این است که بذور ریز ذرت به خوبی بذور درشت آن نیست بسیاری از شرکتها که میتوانند زارعین خود را آموزش دهند با آنها در مورد تعداد بذر بیشتر در هر کیلو صحبت کرده و از این طریق آنها را جذب نموده و محصول بیشتری را به فروش رسانند.