AYTACK

Trust Us!

گاهنامه آی‌تک | شماره (۱)

ویژه‌نامه بهار و تابستان ۱۴۰۵



NINURETA

NINZ02

- تولید سریع و مداوم یخ و دسترسی آسان به آب خنک
- طراحی‌شده برای سرو سریع‌تر در کافه‌های پرتردد

تولید یخ روزانه: 40 KG/DAY

خروج سریع یخ: 100G / 5 SEC

ظرفیت مخزن یخ: 2.3 KG



AYTACK
Accessories

AYTACK
Accessories

- اکسسوری‌های حرفه‌ای قهوه، این‌بار از نزدیک؛
- شو روم آی‌تک، جایی برای انتخاب دقیق‌تر و مطمئن‌تر.

آدرس: خیابان جمهـــوری، بین ۱۲ فروردیـــن و فخر رازی، مجتمع تجارت جمهوری، طبقه همکف، پلاک ۱۱۰۷

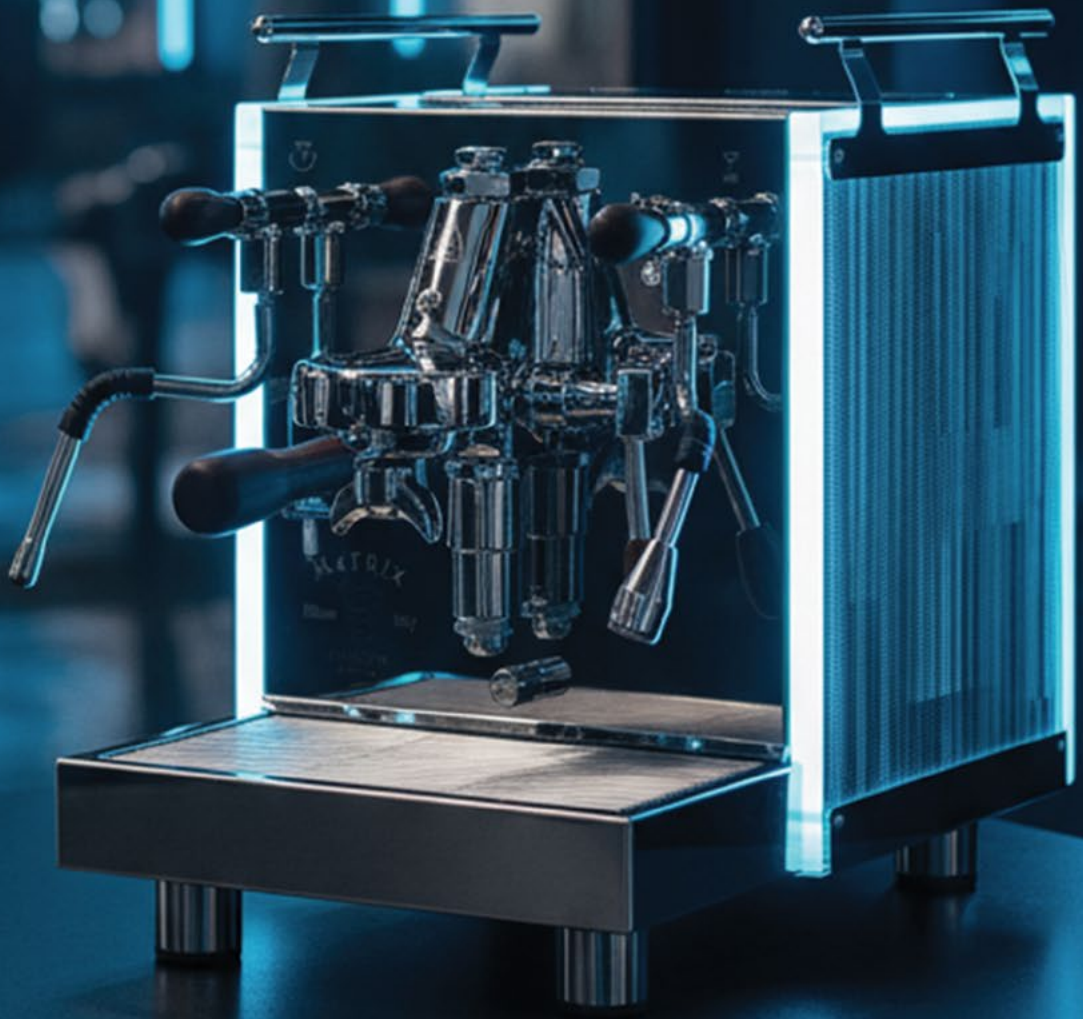
۰۲۱-۶۲۸۸۶



MATRIX

E61MN

- کنترل دمای دقیق با دو سیستم PID مستقل؛
- نمایشگر لمسی ۳.۵ اینچی
برای مدیریت سریع‌تر تنظیمات دستگاه.



BEZZERA
DAL 1901

AYTACK

Trust Us!



نینـــــورتـــا ۳۰۲

فروش بیشتر با منوی نامحدود

نوشیدنی ایـــن دستـــگاه

www.aytack.com


آی تک
تامین کننده تجهیزات کافی‌شاپ،
ماشین‌های آبمیوه و یخچال
و فریزرهای فروشگاهی
AYTACK
Trust Us!
KLİMASAN
Victoria
۰۲۱-۶۲ ۸۸۶
WWW.AYTACK.COM



همکاران

صاحب امتیاز:
بازرگانی آی‌تک

سردبیر:
علی فرخی

مدیر هنری:
علی رحیمی

ویراستار:
علی میرقاسمی

هیئت تحریریه:
علی میرقاسمی
شیرین معنوی
صبا صنایع

آدرس سایت:
www.aytack.com

شبکه های اجتماعی:
aytackgram
aytackservice
aytackaccessorie
aytack



فهرست

مصاحبه با لوکا بیزرا، مدیرعامل شرکت بیزرا ۸

نگاهی به نمایشگاه هوست میلانو با آقای فرهاد امتی ۱۲

گفتگو با مدیرعامل آی‌تک؛ آقای فرهاد امتی چالش‌ها و راهکارهای مقابله با قاچاق اسپرسوساز ۱۸

راهنمای انتخاب اسپرسو ماشین و معیارهای کلیدی ۲۴

آی‌تک در یک نگاه... ۲۸

فواید مصرف قهوه برای سلامتی؛ راز انرژی، تمرکز و طول عمر در یک فنجان ۳۰

مصاحبه با پویا فرخنده کلام درباره چالش ها و تجربه های باریستاها ۳۴

هوپ سی‌دو، از سادگی تا عصاره گیری کامل قهوه ۴۰

پری‌اینفیوژن و پری‌وت، کلید ثبات و کیفیت در عصاره گیری قهوه ۴۴

آی‌تک؛ از یک رؤیای کوچک تا خانواده‌ای فعال در صنعت هورکا ۴۸







مقدمه

وقتی به مسیری که تا امروز در آی‌تک طی کرده‌ایم نگاه می‌کنم، چیزی که بیشتر از هر نتیجه، عدد یا دستاوردی برای من ارزشمند است، تیمی است که در کنار هم ساخته‌ایم. تیمی متشکل از آدم‌هایی با تخصص‌ها، نگاه‌ها و تجربه‌های متفاوت که وقتی کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، می‌توانند اتفاق‌هایی رقم بزنند که حاصل تلاش یک فرد یا یک واحد نیست؛ بلکه نتیجه یک حرکت جمعی است.

این گاهنامه هم یکی از همین اتفاق‌هاست.

از اولین ایده‌ها و برنامه‌ریزی‌ها تا تولید محتوا، طراحی، جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه‌ها، هماهنگی‌ها و آماده‌سازی نسخه نهایی، افراد زیادی در شکل‌گیری این گاهنامه نقش داشته‌اند. به همین دلیل، برای من این صفحات فقط مجموعه‌ای از مقاله‌ها، تصاویر و مصاحبه‌ها نیستند؛ بلکه بخشی از داستان آی‌تک و تصویری از همکاری آدم‌هایی هستند که برای بهتر شدن این مجموعه تلاش می‌کنند.

به‌عنوان راهبر دیجیتال آی‌تک به تیمی که امروز در کنار یکدیگر داریم افتخار می‌کنم. دیدن اینکه هرکس با تخصص خودش بخشی از یک هدف بزرگتر را جلو می‌برد، یکی از ارزشمندترین بخش‌های این مسیر برای من بوده است.

در همین فرصت می‌خواهم از همکارانم در واحد گرافیک و آرت دایرکشن که به ایده‌ها هویت بصری می‌دهند، تیم تولید محتوا که روایت‌ها و اطلاعات را به کلمات تبدیل می‌کند و تیم دیجیتال مارکتینگ و سئو که برای دیده‌شدن بهتر آی‌تک در فضای دیجیتال تلاش می‌کنند، صمیمانه تشکر کنم.

همچنین این مسیر بدون همراهی واحد منابع انسانی و اداری، تیم فروش که هر روز در ارتباط مستقیم با بازار و مشتریان است، واحد مالی، همکاران آی‌تک سرویس و تمام کسانی که در بخش‌های اجرایی مجموعه حضور دارند، کامل نمی‌شد. در نهایت از مدیریت مجموعه نیز بابت اعتماد، حمایت و فراهم کردن بستری که امکان شکل‌گیری و توسعه چنین ایده‌هایی را فراهم کرده است، تشکر می‌کنم.

واقعیت این است که من این گاهنامه را یک نقطه پایان یا حتی یک دستاورد نهایی نمی‌بینم. برعکس، آن را شروع مسیری می‌دانم که می‌تواند در ادامه بزرگ‌تر، حرفه‌ای‌تر و اثرگذارتر شود؛ مسیری که تجربه‌ها را ثبت کند، دانش را انتقال دهد، آدم‌های این مجموعه را بهتر معرفی کند و ارتباطی عمیق‌تر میان آی‌تک، همکاران، مشتریان و فعالان این صنعت بسازد.

طبیعتاً در این مسیر هنوز چیزهای زیادی برای یاد گرفتن، ساختن و بهتر کردن داریم. اما آنچه باعث می‌شود به آینده امیدوار باشم، ظرفیت همین تیم و انگیزه‌ای است که برای حرکت رو به جلو در آن می‌بینم.

امیدوارم این گاهنامه آغاز فصل تازه‌ای برای روایت مسیر آی‌تک باشد؛ فصلی که در شماره‌های بعدی آن بتوانیم از تجربه‌های بیشتر، ایده‌های تازه‌تر و موفقیت‌های بزرگتری بنویسیم.

من به مسیری که شروع کرده‌ایم امیدوارم و بیشتر از آن، به آدم‌هایی که قرار است این مسیر را بسازند اعتماد دارم.

علی فرخی

راهبر دیجیتال بازرگانی آی‌تک



مصاحبه

مصاحبه
با لوکا بیزرا
مدیرعامل شرکت بیزرا

نویسنده: علی میرقاسمی



مصاحبه با لوکا بیزرا، مدیرعامل شرکت بیزرا

مصاحبه‌کننده: آقای لوکا بیزرا، بسیار متشکرم که امروز وقتتان را در اختیار ما قرار دادید. شرکت بیزرا بیش از یک قرن قدمت دارد: به‌عنوان رهبر نسل چهارم این کسب‌وکار خانوادگی، مایل هستیم داستان شگفت‌انگیز بیزرا را از زبان شما بشنویم.

لوکا بیزرا: باعث افتخار است. بیزرا امروز هم همانند دیروز یک شرکت مدرن و مبتنی بر فناوری است.

• بخش اول: ریشه‌ها و اختراع انقلابی

مصاحبه‌کننده: تاریخچه بیزرا با نوآوری در ایتالیا پیوند خورده است. پدرِ پدربزرگ شما، لوئیجی بیزرا، مخترع بزرگ قرن بیستم، چطور به جایگاهی مشابه استیو جابز در تاریخ نوآوری رسید؟

لوکا بیزرا: پدربزرگ من، لوئیجی بیزرا، خالق نخستین دستگاه اسپرسوساز و مالک این کانسپت بود. او در آغاز قرن بیستم که سراسر ایده‌های پربار و اعتماد به آینده بود، امتیاز اختراع اولین مدل دستگاه اسپرسوساز را ثبت کرد.

این اختراع سبب تغییر درک و تجربه ما از نوشیدنی قهوه شد.

مصاحبه‌کننده: مهم‌ترین نوآوری او چه بود؟ آیا می‌توان گفت قهوه‌ای که امروز می‌نوشیم حاصل نوآوری اوست؟

لوکا بیزرا: نوآوری پدربزرگم در عصاره‌گیری قهوه، با آنچه که امروز مرسوم است کاملاً متفاوت بود. این تحول با اختراع دستگاهی ویژه امکان‌پذیر شد که باعث شد قهوه به شیوه‌ای متفاوت تهیه و سرو شود. مهم‌ترین بخش پروژه او، اختراع یک سیستم نگهدارنده فیلتر قهوه بود که هنوز هم در دستگاه‌های اسپرسوساز در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد. او همچنین سیستمی را برای ترکیب بخار با آب جوش معرفی کرد. این نوآوری‌ها منجر به تولد مشهورترین سنت ایتالیایی در دنیا شد. این دستگاه امکان تهیه قهوه را بلافاصله پس از ثبت سفارش مشتری فراهم می‌کرد. نام‌گذاری اسپرسو ریشه در همین سرعت دارد؛ اسپرسو در زبان ایتالیایی به معنای سریع است. مخترع عبارت «اسپرسو مدرن» که به سرعت سرو اشاره دارد، لوئیجی بیزرا بود و این عبارت هنوز در سراسر جهان رواج دارد.





• بخش دوم: دوران سخت و هویت میلان

مصاحبه‌کننده: بعد از لوئیجی، جوزپه بیزرا (پدربزرگ شما) در ۲۲ سالگی اداره شرکت را بر عهده گرفت. آن هم در دورانی بسیار سخت؛ او چگونه توانست در مقابل تحریم‌ها و جنگ جهانی مقاومت کند؟

لوکا بیزرا: جوزپه بیزرا میراثی بزرگ از خود به‌جا گذاشت؛ او کسب‌وکار خانوادگی را بزرگ‌تر و تولید آن را مقیاس‌بندی کرد. متأسفانه، پیش از جنگ جهانی دوم، دوران تحریم قهوه آغاز شد و بعدها کارخانه نیز هدف بمباران سنگینی قرار گرفت که یک‌سوم آن را نابود کرد. با وجود تمام این مشکلات، جوزپه توانست فروش شرکت را افزایش دهد. یکی از مدل‌های به‌یادماندنی این دوران، دستگاه «لیلا بیزرا پوت» بود که توسط او خلق شد.

مصاحبه‌کننده: یکی از تغییرات مهمی که او ایجاد کرد، لوگوی شرکت بود که ارتباط عمیقی با میلان دارد. ایده این تغییر از کجا شکل گرفت؟

لوکا بیزرا: لوگوی اولیه شرکت مرتبط با اختراع پدرم لوئیجی بود. اما جوزپه بیزرا با انتخاب نماد « افعی» (**Biscione**)، پیوندی قوی بین شرکت و شهر میلان ایجاد کرد. این افعی غول‌پیکر که با نام **Biscione** شناخته می‌شود، از نمادهای تاریخی شهر میلان و خاندان اشرافی ویسکونتی است. جوزپه می‌خواست که افعی به‌عنوان نماد شهر میلان، لوگوی شرکت باشد و پیوند عمیق برند بیزرا با شهر میلان را به نمایش بگذارد.

• بخش سوم: تحول صادرات و نسل جدید

مصاحبه‌کننده: خانم رزیتا کاردانو بیزرا، در دورانی که بازار تحت سلطه مردان بود و تعصبات زیادی علیه زنان کارآفرین وجود داشت، هدایت شرکت را به دست گرفت. سپس، پدر شما، گوئیدو بیزرا،

با دیدگاهی جدید وارد عمل شد و شرکت را متحول کرد. دیدگاه اصلی او چه بود؟
لوکا بیزرا: مادربزرگم، رزیتا، زنی قوی و مصمم بود و توانست شرکت را در مقابل مشکلات و رقابت‌های جدید حفظ کند. پدرم، گوئیدو بیزرا، در ۱۹ سالگی افسار آینده کسب و کار خانوادگی را در دست گرفت. او فوراً متوجه شد که با اشباع شدن بازار ایتالیا، شرکت باید بر فروش خارجی تمرکز کند؛ به همین دلیل، به سراغ بازارهای جدید و کمتر شناخته‌شده رفت. این بازارها شامل ایران، پرتغال و انگلستان بودند.
مصاحبه‌کننده: اولین دستگاهی که تحت مدیریت پدرتان تولید شد، چه ویژگی‌هایی داشت؟
لوکا بیزرا: اولین دستگاه تولید شده تحت مدیریت او، «رسنوا» (Resnova) نام داشت که از لحاظ فناوری بسیار پیشرفته بود و همچنین طراحی خلاقانه‌ای داشت. این دستگاه می‌توانست حجم زیادی قهوه باکیفیت را در مدت کوتاهی آماده و سرو کند. رشد شرکت تحت مدیریت پدرم به حدی بود که مجبور به نقل مکان به جای بزرگ‌تری شد .

• بخش چهارم: عصر لوکا بیزرا: نوآوری‌های فنی و گسترش حضور جهانی

مصاحبه‌کننده: شما سکان هدایت بیزرا را در دست گرفتید. با توجه به اینکه سابقه تحصیلی شما در زمینه روابط عمومی و تبلیغات بود، اولین قدم شما برای مدیریت شرکت چه بود؟
لوکا بیزرا: در ابتدا قصد داشتم در حوزه تبلیغات فعالیت کنم، اما وقتی وارد کسب‌وکار خانوادگی شدم، نخستین مسئولیت‌هایم مدیریت کارخانه، نظارت بر فرآیند تولید و توسعه زیرساخت‌های فنی و تولیدی بیزرا بود. من اخلاق احترام به تأمین‌کنندگان و وقت‌شناسی را از پدرم گوئیدو آموختم.
مصاحبه‌کننده: در دوران مدیریت شما، شرکت روی پروژه‌های نوآورانه متمرکز شد. لطفاً درباره سیستم آرکادیل (Arcadeel) که اختراع آن به نام شما ثبت شده، توضیح دهید.
لوکا بیزرا: سیستم آرکادیل نتیجه بازخوردهایی است که من در سفرها و صحبت با مشتریان دریافت کردم. این سیستم یک مسیر یا پروژه تکاملی است که مسیر توسعه محصولات تخصصی را مشخص می‌کند. آرکادیل همچنین شامل بخش‌های الکترونیکی، نرم‌افزاری و رابط گرافیکی است که به‌طور کامل در شرکت بیزرا طراحی و توسعه یافته‌اند. این نوآوری‌ها و پیشرفت‌های فنی، مانند توسعه بویلرهای ماریتس و دوبابل، هدفشان دستیابی به بهترین عملکرد است.

مصاحبه‌کننده: فلسفه مدیریتی شما در مواجهه با بازارهای جدید چیست؟
لوکا بیزرا: یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که آموخته‌ام، این است که همواره حضوری فعال در بازار داشته باشیم و بر بازارهای صادراتی تمرکز کنیم. مهم است که با توزیع‌کنندگان و مشتریان روابط فردی و بلندمدت مبتنی بر اعتماد ایجاد کنیم و برای آموزش آن‌ها نیز سرمایه‌گذاری کنیم. من توانسته‌ام نیازهای روز بازار را به‌درستی درک کنم و نگاهی روشن به بازار دستگاه‌های قهوه داشته باشم.



• بخش پنجم: آینده بیزرا

مصاحبه‌کننده:بیزرا اکنون به یک شرکت با ساختار مدرن تولیدی تبدیل شده است که فضای تولیدی خود را به ۱۰ هزار مترمربع افزایش داده است. مهم‌ترین چالش‌های فعلی و آینده شرکت چیست؟
لوکا بیزرا: هدف ما همیشه تمرکز بر کیفیت و نوآوری است. بزرگ‌ترین چالش کنونی ما، بازار آسیا است. با گسترش کافه‌های زنجیره‌ای مانند استارباکس الگوی مصرف نوشیدنی در این کشورها در حال تغییر است و مردم بیش از گذشته به نوشیدن قهوه روی می‌آورند. این یک فرصت عالی برای رشد است.
مصاحبه‌کننده: چگونه می‌خواهید این چالش را مدیریت کنید؟
لوکا بیزرا: چالش اصلی ما در این بازارها، شناخت سلیقه و ذائقه مصرف‌کنندگان و تولید ماشین‌هایی است که نیازهای آن‌ها را برآورده کند. باید این نیازهای جدید بازار را با کیفیت و سنت ساخت ایتالیا ترکیب کنیم. در حال حاضر، برند بیزرا مترادف با ساخت ایتالیا است و محصولات ما در حدود ۵۰ کشور مانند ایران، چین، کره، آلمان و آمریکا توزیع می‌شوند. ما حدود ۸۰ درصد از قطعات محصولات (بویلرها، بدنه‌ها، قطعات مکانیکی) را در شرکت طراحی و تولید می‌کنیم.
مصاحبه‌کننده: اگر بخواهید آینده بیزرا را در یک جمله توصیف کنید، چه می‌گویید؟
لوکا بیزرا: می‌توان گفت ریشه‌های بیزرا در داستان نوآوری مداوم آن است. همان‌طور که شعار ما می‌گوید: «در بیزرا، آینده همان حال حاضر است.»

VICTORIA

BREWING PROFILE 2GR

مولتی بویلر با کنترل
مستقل دمای هر گروپ هد

دقیق برای ثبات حرارتی

عصاره‌گیری یکنواخت
در ساعات پرتردد



BEZZERA
DAL 1901


host
Milano
INTERNATIONAL
HOSPITALITY EXHIBITION
نگاهی به نمایشگاه
هوست میلانو
با آقای فرهاد امتی
نویسنده: علی میرقاسمی
میلانو
هوست



نگاهی به نمایشگاه هوست میلانو با آقای فرهاد امتی

• بخش اول: نمایشگاه هوست میلانو و جایگاه آن در صنعت جهانی قهوه

مصاحبه‌کننده: سلام. لطفاً در ابتدا، خودتان را معرفی کنید و یک توضیح کلی در مورد نمایشگاه هوست میلانو ارائه دهید.

آقای فرهاد امتی: سلام. من فرهاد امتی رئیس هیئت‌مدیره شرکت آی‌تک و همچنین مدیرعامل شرکت وزین آریان رهام هستم.

نمایشگاه هوست میلان (**Host Milano**) بزرگترین نمایشگاه صنعت هتلداری و صنعت هورکا (**HoReCa**) در جهان است. این نمایشگاه هر دو سال یک‌بار برگزار می‌شود و تمام شرکت‌های فعال در این صنعت جدیدترین محصولات و نوآوری‌های خود را از سراسر دنیا در آنجا به نمایش می‌گذارند.

مصاحبه‌کننده: معمولاً چه شرکت‌هایی و از چه کشورهایی در این نمایشگاه‌های بین‌المللی مثل هوست میلانو شرکت می کنند؟

آقای فرهاد امتی: ایتالیایی‌هایی که در حوزه صنعت نوشیدنی، رستوران و هتلداری صاحب سبک هستند، قطعاً حضور فعالی دارند؛ زیرا حضور در این نمایشگاه جهانی آن هم در کشور خودشان برای این شرکت‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد. علاوه بر ایتالیا، شرکت‌هایی از کشورهای صاحب صنعت اروپایی مانند آلمان و سوئیس نیز شرکت می‌کنند. اخیراً فعالیت کشورهای آسیایی مانند چین، کره جنوبی و ژاپن و حتی برخی برندهای آمریکایی در این نمایشگاه بسیار بیشتر از قبل شده است.

مصاحبه‌کننده: شرکت آی‌تک از چه زمانی تصمیم به حضور در هوست میلانو گرفت و هدف شما از حضور مکرر در این نمایشگاه چیست؟

من به نمایندگی از شرکت آی‌تک، برای اولین بار در سال ۲۰۱۵ توانستم در این نمایشگاه حضور پیدا کنم. ما هر دو سال یک‌بار برای بازدید به این نمایشگاه می‌رویم. آشنایی و آغاز همکاری ما با برندهایی که اکنون نمایندگی انحصاری یا عاملیت توزیع آن‌ها را در ایران داریم، از طریق همین نمایشگاه شکل گرفته است. هدف ما آشنایی با محصولات جدید، مذاکره با برندها و بازدید از غرفه شرکت‌های هم‌صنف برای شناخت تازه‌ترین نوآوری‌های صنعت است.





• بخش دوم: نوآوری برندهای مطرح و آینده تجهیزات قهوه

مصاحبه‌کننده: در مورد برندهای اصلی که با آن‌ها همکاری می‌کنید، مانند بیزرا (**Bezzera**) و سی‌دو (**Ceado**) مهم‌ترین نوآوری‌های این برندها در دوره اخیر نمایشگاه چه بودند؟

آقای فرهاد امتی: شرکت بیزرا در این نمایشگاه نوآوری‌های جدیدی معرفی کرد؛ از جمله توسعه و تکمیل سبد محصولات آسیاب قهوه که نشان می‌دهد بیزرا در حوزه آسیاب قهوه قوی‌تر از قبل فعالیت می‌کند. ما در نمایشگاه بوستان گفتگوی سال آذر ماه سال ۱۴۰۴ نمونه‌ای از این آسیاب‌ها را رونمایی کردیم. نکته دیگر این است که بیزرا

در حال افزایش مدل‌های دستگاه‌های دوال‌بویلر خود است و مدل محبوب ویکتوریا که در ایران نیز بسیار طرفدار دارد، با طراحی ظاهری جدید و جذاب‌تری معرفی شده است.
شرکت سی‌دو نیز روی بازطراحی آسیاب‌های خود کار می‌کند و تمرکز بیشتری بر توسعه آسیاب‌های حرفه‌ای دارد. یک نوآوری جذاب و منحصربه‌فرد سی‌دو، گجت دم‌آوری آن است که به عنوان اختراع جهانی نیز ثبت شده و اخیرا با رنگ‌های پاستیلی ترند شده بود و جلوه متفاوتی به غرفه این برند عرضه کرد.
مصاحبه‌کننده: مهم‌ترین نوآوری کلی که در این صنعت مشاهده کردید، چه بود و چه روندی را نشان می‌دهد؟ آیا این روند بیشتر از طریق سی‌دو و بیزرا بود یا شرکت‌های دیگر نیز نوآوری‌های مهمی داشتند؟
آقای فرهاد امتی: به‌طور کلی، صنعت قهوه دنیا به سمت هوشمندسازی، گسترش دستگاه‌های فروش خودکار و استفاده از فناوری‌های رباتیک می‌رود. این بدان معناست که با پیشرفت فناوری، نیاز به انجام فعالیت‌های فیزیکی و دستی در فرآیند تهیه قهوه به‌تدریج کاهش پیدا می‌کند. در گذشته، دستگاه‌های وندینگ کیفیت پایینی داشتند، اما اکنون شرکت‌هایی مثل جیمبالی (از معروف‌ترین برندهای ایتالیایی) و شرکت‌های سوئیسی و آلمانی (مانند برند شیرر که قبلاً در ایران با آن کار می‌کردیم) دستگاه‌های تمام‌اتوماتیک خود را به‌شدت ارتقا داده‌اند.
مصاحبه‌کننده: این دستگاه‌های جدید چه امکاناتی را فراهم می‌کنند؟
آقای فرهاد امتی: شما می‌توانید تمام پارامترهای لازم برای یک عصاره‌گیری مطلوب را در این دستگاه‌ها شخصی‌سازی (کاستومایز) کنید. این دستگاه‌ها نیز می‌توانند عصاره‌گیری باکیفیتی انجام دهند. یکی از ویژگی‌های مهم، یکنواخت بودن عصاره‌گیری است. اگر یک پروفایل عصاره‌گیری تنظیم کنید و از مواد اولیه یکسان استفاده کنید. می‌توانید تنظیمات را از طریق «IP» یا فلش «USB» به دستگاه‌های دیگر در هر کجای دنیا یا هر شعبه دیگری منتقل کنید و عیناً عصاره‌ای یکسان داشته باشید. این قابلیت می‌تواند هزینه‌های نیروی انسانی را برای کافه‌داران کاهش دهد. این دستگاه‌ها حتی قابلیت پرداخت خودکار هم دارند.

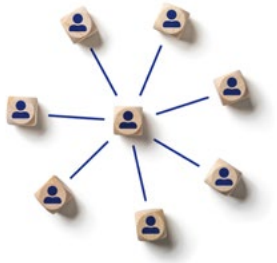
البته، لازم است بگویم که باید کسب‌وکارهای مناسب برای این دستگاه‌ها مشخص شوند. برای کسانی که «کافی‌لاور» هستند و قصد نوشیدن اسپرسو و گذراندن وقت در کافه را دارند، قطعاً باید یک دستگاه حرفه‌ای (Professional Machine) در کافه وجود داشته باشد و از زمان و علاقه‌ای که باریستا صرف عصاره‌گیری قهوه و انجام فرآیند آن می‌کند، استفاده کنند. اما برای مجموعه‌هایی که نیاز به تهیه سریع و کم‌هزینه قهوه دارند، این دستگاه‌های نیمه‌اتوماتیک کاربرد مناسبی دارند.
مصاحبه‌کننده: آیا روند هوشمندسازی در این نمایشگاه‌ها بیشتر بر استفاده از فناوری رباتیک متمرکز شده است؟
آقای فرهاد امتی: در حوزه قهوه، رباتیک بودن و هوش مصنوعی هنوز بیشتر جنبه نمایشی دارد. این سیستم‌ها خیلی پرهزینه هستند و در برخی جاها مثل نمایشگاه «کوانتوم فیر» در چین نمایش داده می‌شوند. اما عمده تمرکز نمایشگاه‌هایی چون هوست میلانو و بیشتر شرکت‌های مطرح روی دستگاه‌های نیمه‌اتوماتیک است که هنوز نیاز به کاربر (یوزر) دارند تا مخزن قهوه را پر کند، منوها را تنظیم کند و سفارش نوشیدنی را ثبت کند.



• بخش سوم: مسابقات بین‌المللی و فرصت‌های توسعه صنعت قهوه

مصاحبه‌کننده: در نمایشگاه‌های بین‌المللی، رویدادهایی مانند مسابقات باریستا یا کارگاه‌های آموزشی برگزار می‌شود. این رویدادها در این نمایشگاه برگزار شد؟ آیا چنین رویدادهایی برای آی‌تک و صنعت قهوه ارزش‌آفرین هستند؟
آقای فرهاد امتی: در نمایشگاه‌هایی مانند هوست میلانو، هر دو سال یک‌بار یک چالش لاته‌آرت و چالش عصاره‌گیری قهوه برگزار می‌شود که بسیار جذاب هستند. این رویدادها فرصتی برای حامیان مالی فراهم می‌کنند تا عملکرد و قابلیت‌های جدیدترین دستگاه‌های خود را در شرایط رقابتی ارزیابی کنند و قطعاً ارزش افزوده زیادی برای برگزارکننده و اسپانسر دارند. فردی هم که در این ایونت شرکت می‌کند، می‌تواند توانایی، دانش و مهارت خود را به دیگران نشان دهد.
متأسفانه، در کشور ما بعد از تحریم‌ها، امکان برگزاری مسابقات بین‌المللی با استاندارد جهانی وجود ندارد و باریستاهای ما هم نمی‌توانند در مسابقاتی که در کشورهای دیگر برگزار می‌شود شرکت کنند. مشکلی که وجود دارد، عدم اتحاد و تمرکز است؛ ما اکنون در ایران تعداد زیادی ایونت مربوط به قهوه و مسابقه داریم. به دلیل تعدد در برگزاری (مانند برگزاری نمایشگاه در ایران‌مال، شهر آفتاب و

بوستان گفتگو با فاصله زمانی کم)، این مسابقات متأسفانه اعتبار و جایگاه خود را به‌عنوان معیاری برای سنجش مهارت‌ها در سطح بین‌المللی از دست داده‌اند. این وضعیت باعث شده است که اساتیدی مانند آقای صفا صالحی و صفا هراتی که قبلاً جزو مفاخر بودند، به خارج از ایران مهاجرت کنند و دیگر چهره‌های مطرحی برای محک زدن مهارت‌هایشان وجود نداشته باشد. خواسته ما نیز همین است که به مسابقات داخلی نظم و اهمیت بیشتری داده شود.



مصاحبه‌کننده: شبکه‌سازی و ایجاد روابط با شرکت‌های خارجی چگونه در حاشیه نمایشگاه‌ها اتفاق می‌افتد؟

آقای فرهاد امتی: شرکت‌های ایتالیایی و تأمین‌کنندگان ما، معمولاً در حاشیه نمایشگاه یک ضیافت شام یا رویداد برگزار می‌کنند. این نشست‌ها فرصت مناسبی برای شبکه‌سازی، تقویت روابط حرفه‌ای و ایجاد همکاری‌های مشترک میان برندها فراهم می‌کنند. ما خوشحالیم که فرصت حضور در این گردهمایی‌ها را داریم و با نمایندگان برندهایی مانند بیزرا و سایر شرکت‌ها از کشورهای مختلف آشنا می‌شویم و از تجربیاتشان استفاده می‌کنیم.

مصاحبه‌کننده: شرکت آی‌تک چقدر برای واردات محصولات جدید از این نمایشگاه‌ها تلاش می‌کند؟

آقای فرهاد امتی: شرکت آی‌تک تمام تلاش خود را می‌کند که نمونه‌هایی از این دستگاه‌ها را تهیه و وارد ایران کند و به‌زودی آن‌ها را رونمایی و برای عرضه گسترده در بازار ایران آماده کند. یکی از افتخارات ما این است که جدیدترین نوآوری‌های ارائه‌شده در این نمایشگاه‌ها را ظرف چند ماه وارد بازار ایران کرده و به سبد محصول قابل عرضه برای هموطنان عزیزمان اضافه کرده‌ایم. ما اعتقاد داریم ایرانی‌ها همیشه لایق بهترین‌ها و جدیدترین‌ها هستند.

• بخش چهارم: تفاوت نمایشگاه‌های ایران و جهان؛ از برنامه‌ریزی تا کیفیت برگزاری

مصاحبه‌کننده: تفاوت عمده‌ای که بین نحوه برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی مانند هوست میلانو و نمایشگاه‌های داخلی ایران وجود دارد چیست؟

آقای فرهاد امتی: این تفاوت‌ها بسیار چشمگیرند. در ایتالیا، نمایشگاه‌های تخصصی این صنعت با برنامه‌ریزی و تمرکز مشخصی برگزار می‌شوند. به طور مثال هوست میلانو که هر دو سال یک بار در حوزه تخصصی هتلداری، رستوران و قهوه فعالیت می‌کند یا نمایشگاه‌های سالانه دیگر با محوریت تخصصی بستنی و حوزه‌های دیگر فعال هستند. این تمرکز باعث می‌شود که غرفه‌دار و بازدیدکننده برنامه‌ریزی هدفمند داشته باشند و تقویم نمایشگاهی ثابت باشد.

اما متأسفانه در ایران، ما در بازه یک ماهه (مثلاً آبان و آذر) چندین نمایشگاه مرتبط با صنف قهوه در تهران، مشهد، اهواز و شیراز داریم. این تعدد و نبود تقویم مشخص، به همه آسیب می‌زند. شرکت آی‌تک و سایر شرکت‌ها نمی‌توانند در همه این رویدادها شرکت کنند؛ زیرا غرفه‌سازی و حمل‌ونقل دستگاه‌های سنگین، به حضور یک تیم بزرگ نیاز دارد و ممکن است سایر فعالیت‌های شرکت را مختل کند. در نمایشگاه‌های بین‌المللی، بخش‌ها و سالن‌ها به‌صورت منظم و بر اساس حوزه فعالیت تفکیک شده‌اند. به طور مثال باید به سالن مرتبط به تولید قهوه یا اسپرسوماشین‌های صنعتی اشاره کرد. هر یک از سالن‌ها به‌صورت مجزا به حوزه‌ای تخصصی اختصاص دارد. در حالی که ممکن است در ایران غرفه‌هایی با موضوعات مختلف در کنار یکدیگر قرار گرفته باشند.



نکته مهم دیگر، حضور گسترده بازدیدکنندگان از بین عموم مردم در برخی نمایشگاه‌های ایران است. در نمایشگاه‌های بین‌المللی، مخاطب تخصصی است و نمونه‌ای که شما ارائه می‌کنید، برایش ارزش زیادی دارد. اما در نمایشگاه‌های ایران، چون هر کسی با وقت آزاد می‌تواند وارد شود (بدون ورودی و ثبت‌نام مناسب)، صف‌های طولانی برای دریافت یک شات عصاره قهوه شکل می‌گیرد. در حالی که هزینه ورودی نمایشگاه هوست میلانو در سال ۲۰۲۵ مبلغی معادل ۵۰ یورو بوده است و باید فرآیند احراز هویت برای ورود به این نمایشگاه طی شود.

مصاحبه‌کننده: در مورد تعامل با تأمین‌کنندگان، تفاوت رفتاری بین برندهای اروپایی و آسیایی (مثل چین) را

چگونـه ارزیـابی می‌کنیـد؟
آقـای فرهـاد امـتی: تأمین‌کننـدگان اروپـایی (ایتالیایی‌هـا) بسیـار دقیـق بـوده و حساب‌شـده و تـا حـدی خشـک رفتـار می‌کننـد. آن‌هـا در لحظـه اول معمـولاً «نـه» می‌گوینـد و شـما بایـد بـا آن‌هـا مذاکـره کنیـد. امـا چینی‌هـا و شـرق آسیایی‌هـا انعطاف‌پذیـری بیشـتری از خـود نشـان می‌دهنـد، ماننـد مـا رویکـرد منعطف‌تـری در پیشـبرد همکاری‌هـا دارنـد و در لحظـه اول بـه شـما «نـه» نمی گوینـد.



• بخـش پنجـم: آینـده صنعـت تجهیـزات بـرودتی و جایـگاه ایـران در نمایشـگاه‌های جهـانی

مصاحبه‌کننـده: باتوجـه بـه اینکـه شـما عضـو هیئت‌مدیـره شـرکت وزیـن آریـان رهـام هـم هسـتید، در حـوزه محصـولات بـرودتی (یخچـال و فریـزر)، چـه نوآوری‌هـایی در هوسـت میلانـو مشـاهده کردیـد؟
آقـای فرهـاد امـتی: در ایـن حـوزه، رشـد و پیشـرفت زیـاد شـرکت‌های شـرق آسیـا، به‌ویـژه شـرکت‌های چیـنی و مالزیـایی، بسیـار جالب‌توجـه بـود. نکتـه مهـم، تمرکـز بـر کاهـش مصـرف انـرژی و اسـتفاده از گازهـای دوسـتدار محیط‌زیسـت (مثـل گازهـای **R600** و **R290**) اسـت. مـا خوشـبختانه به‌عنـوان اولیـن مجموعـه صنعـتی، در حـال اسـتفاده از ایـن گازهـا در محصـولات وزیـن آریـان رهـام هسـتیم.
نوآوری‌هـای جـذابی ماننـد یخچال‌هـای پـرده هـوایی هوشـمند (در شـرکت ایـزای ایتالیـا) دیـده شـد کـه هنـگام نزدیـک شـدن مشـتری بـرای برداشـتن محصـول، در قسـمت مربوطـه به‌طـور خـودکار بـاز می‌شـد تـا اتلاف سـرما بـه حداقـل برسـد. همچنیـن، تأکیـد بـر سـلف کلوزینـگ (بسته‌شـدن خـودکار درب‌هـا) و هماهنگ‌سـازی رنـگ و طـراحی یخچال‌هـا بـا دکوراسیـون محیـط وجـود داشـت.
مصاحبه‌کننـده: آیـا حضـور شـرکت‌های ایـرانی در نمایشـگاه‌هایی ماننـد هوسـت میلانـو پررنـگ بـود؟
آقـای فرهـاد امـتی: متأسـفانه حضـور ایرانی‌هـا در ایـن دوره از نمایشـگاه بسیـار کـم بـود. مـن فقط موفـق شـدم یـکی از همکارانـم (آقای شوشـتری) را کـه واردکننـده محصـولات برنـد جیمبـالی هسـتند را ببینـم. بـه خاطـر مشـکلاتی کـه بـرای صـدور روادیـد (ویـزا) و شـرایط کشـور بـه وجـود آمـده اسـت، متأسـفانه هیـچ ایـرانی دیگـری را نتوانسـتیم در ایـن نمایشـگاه ببینیـم. در حـالی کـه قطعـاً بازدیـد از ایـن نمایشـگاه‌ها بـرای کافـه‌داران، رسـتوران‌داران، باریسـتاها و واردکننـدگان می‌توانـد بسیـار مفیـد باشـد و آن‌هـا را بـا دانـش روز و فضـای حرفـه‌ای بین‌المللـی آشـنا کنـد.
مصاحبه‌کننـده: آیـا حضـور در نمایشـگاه هوسـت میلانـو به‌عنـوان یـک شـرکت تأمین‌کننـده، فیلترهـای سـخت‌گیرانه‌ای دارد؟
آقـای فرهـاد امـتی: بلـه، ایـن نمایشـگاه از اعتبـار بسیـار بـالایی برخـوردار بـوده و حضـور در ایـن نمایشـگاه بـرای همـه برندهـا امکان‌پذیـر نیسـت. شـما بـرای حضـور در هوسـت میلانـو علاوه بـر پرداخـت هزینه‌هـای بـالا، بایـد حتمـاً از فیلترهـایی بگذریـد کـه تضمین‌کننـده اصالـت محصـول و کیفیـت خدمـات شـما در حـد اسـتانداردهای بین‌المللـی باشـد. مـا خوشـحالیم کـه تمـام تأمین‌کننـدگان جدیـدی کـه از شـرق آسیـا (چیـن و مالـزی) انتخـاب کردیـم، در ایـن نمایشـگاه حضـور قـوی و مسـتمر داشـتند و از تمـامی ایـن فیلترهـا عبـور کـرده بودنـد.
در پایـان: اگـر بخواهیـم تفـاوت بیـن نمایشـگاه‌های تخصـصی مانند هوسـت میلانـو و نمایشـگاه‌های عمـومی ایـران را درک کنیـم، می‌توانیـم بگوییـم: نمایشـگاه هوسـت میلانـو ماننـد یـک کنفرانـس آکادمیـک تخصـصی اسـت کـه هـر کـسی بـرای ورود بـه آن بایـد هزینـه پرداخـت کنـد و رزومـه ارائـه دهـد؛ در حـالی کـه نمایشـگاه‌های عمـومی ایـران ماننـد جمعه‌بازارهـایی هسـتند کـه در آن همـه چیـز در کنـار هـم بـه فـروش می‌رسـد، ورودی ندارنـد و انتظـار بازدیدکننـده تخصـصی در آنجـا بالاسـت.
مصاحبه‌کننـده: ممنونـم بابـت همراهی‌تـون. ایـن گفت‌وگـو برامـون خیـلی ارزشـمند بـود.



وزین آریان رهام

منطقه آزاد انزلی سهامی خاص



KLİMASAN

MONODONTI

آنچه دیده نمی‌شود،
خیال آسوده پس از خرید است:

کلیماسان؛ ساخت ترکیه با ۲۴ ماه گارانتی
و ۳۶ ماه گارانتی کمپرسور
مونودونتی؛ محصول اقتصادی،
مونتاژ شده در انزلی با ۱۸ ماه گارانتی

گفتگو با مدیرعامل آی‌تک

آقای فرزاد امتی

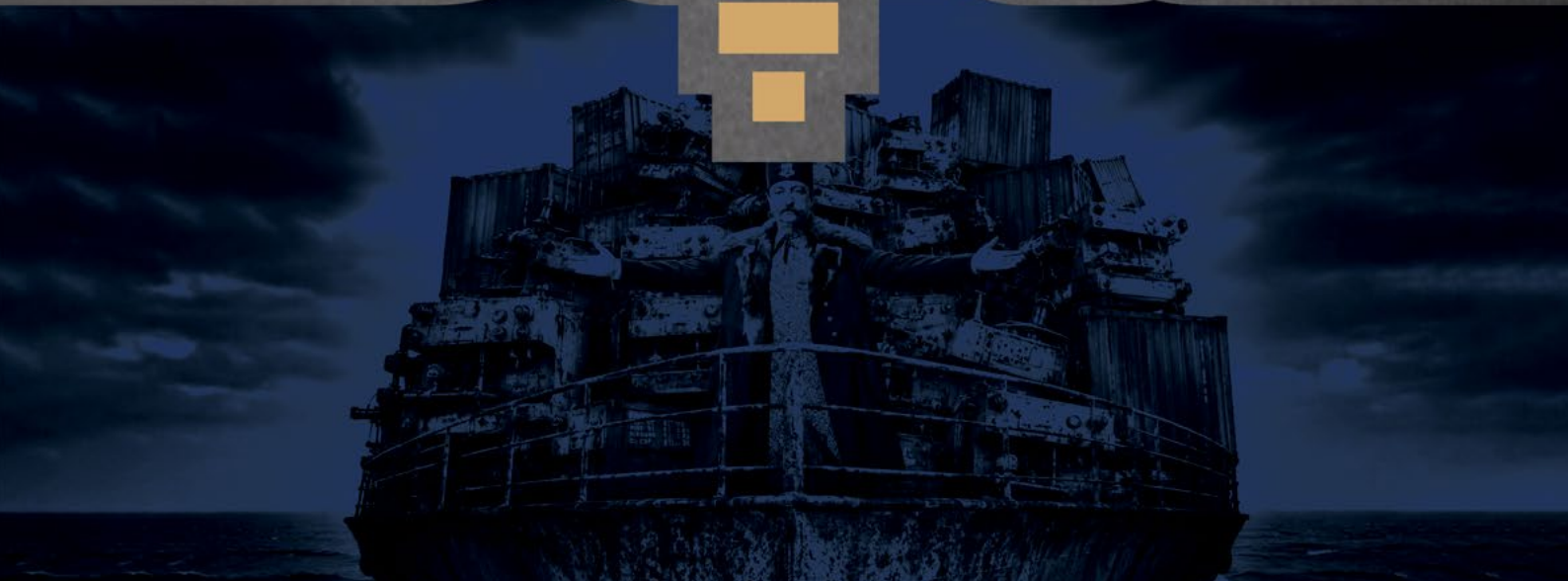
چالش‌ها و راهکارهای مقابله

با قاچاق اسپرسوساز

نویسنده: علی میرقاسمی



قاچاق





گفتگو با آقای فرزاد امتی مدیرعامل آی‌تک؛ چالش‌ها و راهکارهای مقابله با قاچاق اسپرسوساز

• بخش اول: پشت پرده قاچاق اسپرسوسازهای کارکرده به ایران

مصاحبه‌کننده: برای شروع، لطفاً یک تصویر کلی از وضعیت فعلی قاچاق دستگاه‌های اسپرسوساز در ایران ارائه دهید. این پدیده چقدر گسترده است و چه روندی را طی کرده است؟

آقای فرزاد امتی: از آنجایی که با یک فعالیت غیرقانونی روبه‌رو هستیم، طبیعتاً آمار دقیقی در دست نیست. هر تحلیلی بر اساس شواهد و بازخوردهای موجود در بازار است. با این حال، می‌توان با اطمینان گفت که طی ۳ تا ۴ سال اخیر، روند ورود این دستگاه‌ها به کشور به شکل چشمگیری افزایش یافته است و روزبه‌روز گسترده‌تر می‌شود.

مصاحبه‌کننده: این دستگاه‌های قاچاق دقیقاً از کجا می‌آیند و چه نوع محصولاتی هستند؟ آیا ما در مورد دستگاه‌های نو صحبت می‌کنیم یا کارکرده؟

آقای فرزاد امتی: قاچاق در این حوزه به دو شکل اصلی انجام می‌شود؛ ابتدایی‌ترین روش مربوط به محصولاتی است که به‌صورت نو و آکبند وارد کشور می‌شوند اما هیچ‌یک از مراحل قانونی گمرکی را طی نکرده‌اند. روش دوم مربوط به دستگاه‌های کارکرده است که موضوع اصلی بحث ما هستند و بزرگ‌ترین نگرانی را ایجاد می‌کنند. این دستگاه‌ها همان تجهیزاتی هستند که در کافه‌های کشورهای حاشیه خلیج فارس عملاً به پایان عمر مفید خود رسیده‌اند؛ تجهیزاتی که دیگر ارزش سرویس یا تعمیر ندارند و طبق استاندارد باید اسقاط یا دفع شوند، با این حال افراد سودجو آن‌ها را خریداری کرده و بدون هیچ‌گونه نظارت یا کنترل کیفیت، به‌صورت قاچاق وارد ایران می‌کنند.

مصاحبه‌کننده: این دستگاه‌ها چگونه خریداری و وارد ایران می‌شوند؟ فرآیند حمل و نقل و ورود آن‌ها به چه شکل است؟

آقای فرزاد امتی: قاچاقچیان این دستگاه‌ها را به‌صورت فله‌ای و عمده، بدون تست و بررسی فنی، خریداری می‌کنند. تعبیر «کیلویی» برای این نوع خرید بسیار دقیق است. سپس این دستگاه‌ها با روش‌های کاملاً غیراستاندارد حمل می‌شوند؛ آن‌ها را بدون هیچ‌گونه محافظی روی هم انباشته، با پلاستیک ضخیم (که در بازار به آن شیلینگ می‌گویند) بسته‌بندی کرده و از طریق مرزهای دریایی جنوب کشور، با لنج‌ها وارد ایران می‌کنند. در این تجارت، برندهای اسپانیایی مانند «کاسادیو» (Casadio) بسیار رایج هستند، اما حتی برندهای معتبر و گران‌قیمتی مانند «جیمبالی» (Cimbali) نیز بین این بارها دیده می‌شوند.



• بخش دوم: از دستگاه‌های اسقاطی تا اسپرسوسازهای ظاهراً نو

مصاحبه‌کننده: پس از ورود این دستگاه‌های اسقاطی به ایران، چه فرآیندی روی آن‌ها انجام می‌شود تا برای فروش آماده شوند؟ لطفاً در مورد بازسازی و تعمیرات آن‌ها توضیح دهید.

آقای فرزاد امتی: پس از ورود، این دستگاه‌ها تحت یک فرآیند بازسازی کاملاً فریبکارانه قرار می‌گیرند تا ظاهری نو و سالم پیدا کنند؛ فرآیندی که با استفاده از قطعات داخلی دستگاه‌های دیگر آغاز می‌شود، به‌طوری‌که تعمیرکاران با جدا کردن قطعات سالم از چندین دستگاه خراب و سرهم کردن آن‌ها مثلاً ترکیب بویلر یک دستگاه با شیر برقی دستگاهی دیگر یک دستگاه به‌ظاهر سالم ایجاد می‌کنند. سپس بدنه استیل دستگاه‌ها را پولیش می‌زنند تا براق و شبیه نو شود و در موارد بدتر، برای پنهان کردن هرگونه ضربه، پوسیدگی یا آسیب جدی، کل بدنه با رنگ کوره‌ای پوشانده می‌شود. علاوه بر این، برای آنکه داخل دستگاه و بویلر مسی آن کاملاً نو به نظر برسد، از اسیدهای صنعتی و غیرخوراکی بسیار قوی مانند جوهرنمک استفاده می‌کنند تا رسوبات و آثار کارکرد قبلی پاک شوند؛ اقدامی که ظاهر را زیبا می‌کند اما خطرات جدی بهداشتی ایجاد می‌کند. تمام این مراحل تنها با هدف آماده‌سازی دستگاه برای فریب خریدار و عرضه آن به‌عنوان کالایی سالم و کم‌کار انجام می‌شود.

• بخش سوم: ترفندهای فروش و هزینه‌های پنهان دستگاه‌های قاچاق

مصاحبه‌کننده: حالا که با نحوه ورود و بازسازی دستگاه‌های اسپرسوساز قاچاق و کارکرده آشنا شدیم، می‌خواهیم به نحوه فروش آن‌ها بپردازیم. قیمت پایین این دستگاه‌ها چقدر در جذب خریداران تأثیر دارد؟ فروشندگان از چه روش‌هایی برای ترغیب مشتریان استفاده می‌کنند و چه هزینه‌های پنهانی ممکن است در انتظار خریداران باشد؟

آقای فرزاد امتی: قیمت پایین، اولین و فریبنده‌ترین دام قاچاقچیان است. اما پس از این وسوسه اولیه، خریدار با شبکه‌ای از فریب‌های پیچیده‌تر و هزینه‌های پنهانی مواجه می‌شود که می‌تواند سرمایه‌گذاری او را به کلی نابود کند.

مصاحبه‌کننده: این دستگاه‌های بازسازی‌شده چگونه به مشتریان، به خصوص صاحبان کافه‌ها، فروخته می‌شوند و چرا قیمت آن‌ها اینقدر وسوسه‌انگیز است؟

آقای فرزاد امتی: اصلی‌ترین اهرم فشار فروشندگان، قیمت است. این دستگاه‌ها ۶۰ تا ۷۰ درصد ارزان‌تر از یک دستگاه نو و قانونی مشابه فروخته می‌شوند. فروشندگان آن‌ها را با عناوینی مانند «جنرال سرویس شده» یا «در حد نو» تبلیغ می‌کنند و این اختلاف قیمت شدید، بسیاری از خریداران را وسوسه می‌کند.

مصاحبه‌کننده: آیا فروشندگان صرفاً این دستگاه‌ها را به عنوان کارکرده می‌فروشند یا فریب‌های بزرگتری هم در کار است؟

آقای فرزاد امتی: متأسفانه این اقدامات پیچیده‌تر شده است. در گذشته این دستگاه‌ها صرفاً به عنوان کارکرده فروخته می‌شدند، اما اخیراً شاهد روند نگران‌کننده‌تری هستیم: فروش این دستگاه‌ها به عنوان نو یا کم‌کارکرد. برای این کار، آن‌ها را روی پالت‌های ساختگی قرار می‌دهند و خطرناک‌تر از همه، پلاک سریال دستگاه را دستکاری می‌کنند تا سال ساخت آن متفاوت نشان دهند. به عنوان مثال، دستگاهی که تولید سال ۲۰۱۵ است را با پلاک جعلی به عنوان محصول ۲۰۲۵ به فروش می‌رسانند.

مصاحبه‌کننده: خریدار پس از تهیه این دستگاه‌ها با چه هزینه‌های پنهانی روبرو می‌شود؟ سرنوشت این دستگاه‌ها معمولاً به کجا ختم می‌شود؟

آقای فرزاد امتی: خوشحالی ناشی از خرید ارزان خیلی زود جای خود را به کابوسی از هزینه‌های پنهان می‌دهد. این دستگاه‌ها به دلیل فرسودگی و استفاده از قطعات غیراستاندارد، به طور مداوم خراب می‌شوند. هزینه‌های تعمیر سرسام‌آور است و در بسیاری از موارد، دستگاه به نقطه‌ای می‌رسد که دیگر قابل تعمیر نیست. در چنین شرایطی، کل سرمایه اولیه خریدار، که ممکن است ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان باشد، به طور کامل از بین می‌رود و یک دستگاه غیرقابل استفاده روی دست او باقی می‌ماند. اما ضرر مالی تنها یک روی سکه است؛ خطرات بهداشتی و ایمنی روی دیگر و به مراتب خطرناک‌تر آن است.

• بخش چهارم: خطرات پنهان اسپرسوسازهای قاچاق برای سلامت و ایمنی

مصاحبه‌کننده: استفاده از قطعات غیراستاندارد و روش‌های نادرست بازسازی چه خطرات بهداشتی مشخصی برای مصرف‌کننده نهایی قهوه به همراه دارد؟

آقای فرزاد امتی: در این زمینه دو خطر بهداشتی اصلی و بسیار جدی وجود دارد. اولین موضوع آلودگی شیمیایی است؛ استفاده از اسیدهای غیرخوراکی مانند جوهر نمک برای تمیز کردن بویلر، بقایای شیمیایی خطرناکی را در جداره‌های داخلی آن به جای می‌گذارد که به مرور زمان وارد آب داغ و نهایتاً قهوه می‌شوند و مصرف بلندمدت آن‌ها می‌تواند خطرات جدی برای سلامت مصرف‌کننده ایجاد کند. خطر دوم، قطعات فاقد استاندارد لازم هستند؛ در این دستگاه‌ها از قطعاتی استفاده می‌شود که فاقد استانداردهای ضروری مانند د (ان اس اف) یا همان بنیاد ملی بهداشت آمریکا هستند. استانداردی که تضمین می‌کند مواد به کار رفته در قطعاتی که با مواد غذایی در تماس هستند، برای سلامت انسان بی‌خطر باشند. عدم وجود این تأییدیه به معنای ریسک ورود مواد مضر به نوشیدنی است.



مصاحبه‌کننده: از نظر ایمنی، این دستگاه‌ها چه خطراتی را می‌توانند برای باریستا و محیط کافه ایجاد کنند؟

آقای فرزاد امتی: خطرات ایمنی این دستگاه‌ها نیز کمتر از تهدیدهای بهداشتی نیست و می‌توانند منجر به حوادث فاجعه‌بار شود. نخست، خطر انفجار بویلر مطرح است؛ سوپاپ اطمینان یکی از حیاتی‌ترین قطعات ایمنی در

دستگاه اسپرسو است و اگر این قطعه معیوب، تعمیرنشده یا با یک قطعه غیراستاندارد جایگزین شده باشد، در صورت افزایش بیش از حد فشار عمل نکرده و می‌تواند منجر به انفجار دیگ بخار شود. دوم، خطر برق‌گرفتگی وجود دارد؛ سیم‌کشی‌های داخلی این دستگاه‌ها به دلیل فرسودگی و تعمیرات غیراصولی اغلب فاقد عایق‌بندی مناسب هستند و هرگونه نشتی جریان برق می‌تواند اپراتور یا باریستا را در معرض خطر جدی برق‌گرفتگی قرار دهد. البته باید تأکید کرد که احتمال وقوع این حوادث شدید بسیار کم است، اما وجود همین احتمال، هرچند اندک، ریسک بزرگی محسوب می‌شود.

• بخش پنجم: آسیب قاچاق به واردکنندگان قانونی و صنعت قهوه ایران

مصاحبه‌کننده: این تجارت غیرقانونی چه آسیب‌های مشخصی به شرکت‌های بازرگانی و نمایندگی‌های رسمی برندهای معتبر وارد می‌کند؟

آقای فرزاد امتی: وقتی از آسیب‌های این تجارت غیرقانونی به شرکت‌های بازرگانی و نمایندگی‌های رسمی برندهای معتبر صحبت می‌کنیم، واردکنندگان قانونی همیشه با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کنند که قاچاقچیان هیچ‌یک از آن‌ها را ندارند. آن‌ها هزینه‌های عملیاتی بسیار بالایی دارند؛ هزینه‌های هنگفتی برای برندسازی، بازاریابی، نگهداری انبار بزرگ قطعات و محصولات که نیازمند سرمایه در گردش حداقل نیم میلیون دلاری یا یورویی است. استخدام پرسنل متخصص و ارائه گارانتی و خدمات پس از فروش اجباری متحمل می‌شوند. رقابت با محصولی که ۶۰ تا ۷۰ درصد ارزان‌تر است و هیچ‌یک از این هزینه‌های سربار را ندارد، عملا غیرممکن است. علاوه بر این، اختلال در زنجیره تأمین نیز گریبان آن‌ها را می‌گیرد، چرا که موجودی قطعات یدکی نمایندگی‌های رسمی که برای سرویس‌دهی به دستگاه‌های قانونی تأمین شده، اغلب صرف تعمیر دستگاه‌های قاچاقی می‌شود که به صورت مداوم خراب می‌شوند و این موضوع خدمات‌دهی به مشتریان اصلی را مختل می‌کند. در نهایت، شبکه فروش رسمی هم آسیب می‌بینند، زیرا نمایندگان رسمی در سراسر کشور نمی‌توانند با قیمت‌های نازل فروشندگان محلی کالای قاچاق رقابت کنند و سرمایه‌گذاری آن‌ها با شکست مواجه می‌شود.

مصاحبه‌کننده: چه عوامل ساختاری در اقتصاد و قوانین کشور، این بستر را برای قاچاقچیان فراهم‌تر می‌کند؟

آقای فرزاد امتی: چندین عامل سیستمی به رشد این پدیده دامن می‌زنند. نوسانات ارزی و افزایش نرخ ارز باعث می‌شود هزینه تمام‌شده واردات قانونی به شدت افزایش یابد و شکاف قیمتی بین کالای قانونی و قاچاق را عمیق‌تر کند. بروکراسی گمرکی و فرآیندهای پیچیده، زمان‌بر و پرهزینه گمرکی، واردات قانونی را برای شرکت‌های رسمی دشوار و کند می‌کند. ضعف نظارت و اجرا نیز به قاچاقچیان این امکان را می‌دهد که با مصونیت کامل فعالیت کنند و حتی به راحتی در شبکه‌های اجتماعی به تبلیغ و فروش محصولات خود بپردازند. علاوه بر این موضوع، نبود انسجام صنفی و فقدان یک اتحادیه یا سندیکای قدرتمند میان واردکنندگان قانونی باعث شده است که نتوانند به صورت یکپارچه برای احقاق حقوق خود و مقابله با قاچاق اقدام کنند. در نهایت، این عوامل سیستمی دست به دست هم می‌دهند تا هزینه واردات قانونی به شکلی غیرمنطقی بالا برود و شکاف قیمتی عظیمی ایجاد شود؛ شکافی که قاچاقچیان با کالاهای اسقاطی خود آن را پر می‌کنند.



• بخش ششم: راهکارهای تشخیص دستگاه قاچاق و مقابله با این تجارت

مصاحبه‌کننده: مجموعه آی‌تک سرویس در مواجهه با مشتریانی که ندانسته این دستگاه‌های قاچاق را خریده‌اند، چه رویکردی دارد؟

آقای فرزاد امتی: رویکرد ما هرگز تنبیهی نیست. ما تلاش می‌کنیم مصرف‌کننده را آگاه و یاری کنیم. وقتی با چنین موردی مواجه می‌شویم، با ارائه مستندات و واقعیات فنی، مشکل را برایشان توضیح می‌دهیم. برای مثال، قطعه اصلی را در کنار قطعه غیراستاندارد قرار می‌دهیم یا با استعلام شماره سریال، سال ساخت واقعی دستگاه را به آن‌ها نشان می‌دهیم تا متوجه شوند فریب خورده‌اند. ما هرگز با قاچاقچیان همکاری نمی‌کنیم، اما تا جایی که امکان داشته باشد به مصرف‌کننده نهایی برای رفع مشکل کمک می‌کنیم.



مصاحبه‌کننده: چه راهکارهای عملی و مشخصی برای یک خریدار وجود دارد تا دستگاه قاچاق را تشخیص دهد؟ دستگاهی که قصد خرید آن را دارد قاچاق و پرخطر است یا خیر؟ آیا چک‌لیست مشخصی وجود دارد؟

آقای فرزاد امتی: هیچ چک لیست کاملی برای کاربران معمولی وجود ندارد. چک‌لیست فنی کامل نیازمند تخصص است، اما خریداران می‌توانند با چند اقدام ساده، ریسک را به حداقل برسانند:

• **استعلام شماره سریال (Serial Number):** این ساده‌ترین و مؤثرترین گام است. شماره سریال دستگاه را از فروشنده بگیرید و با نماینده رسمی آن برند در ایران تماس بگیرید. از این طریق می‌توانید از تاریخچه واردات، سال ساخت واقعی و وضعیت گارانتی دستگاه مطلع شوید.

• **مشورت با کارشناس مستقل:** هرگز به تشخیص خود یا ادعاهای فروشنده اکتفا نکنید. از یک تکنسین معتمد و مستقل (که ارتباطی با فروشنده ندارد) بخواهید تا قطعات داخلی دستگاه را به دقت بررسی کند.

• **به برچسب‌های فروش مشکوک باشید:** فروشندگان این دستگاه‌ها اغلب از عناوینی مانند «دستگاه اماراتی» استفاده می‌کنند. شنیدن این عبارت باید اولین زنگ خطر برای خریدار باشد.

• **تحقیق در مورد مدل دستگاه:** بررسی کنید که آیا مدل مورد نظر هنوز توسط شرکت سازنده تولید می‌شود یا یک مدل قدیمی و از رده خارج است. اگر یک مدل موفق بود، خود کارخانه تولید آن را ادامه می‌داد. اینکه مدلی از خط تولید خارج شده نشان می‌دهد که تکنولوژی آن قدیمی و دارای نقص‌هایی بوده که در مدل‌های جدیدتر رفع شده است.

• **به ظاهر دستگاه اعتماد نکنید:** فریب ظاهر براق یا بویلر تمیز را نخورید. همان‌طور که گفته شد، این موارد اغلب نتیجه اقدامات فریبکارانه برای پنهان کردن عیوب بزرگتر است.

مصاحبه‌کننده: فراتر از آگاهی‌بخشی به مصرف‌کننده، برای مهار این پدیده چه اقدامات کلان‌تری لازم است؟

آقای فرزاد امتی: مقابله ریشه‌ای با این معضل نیازمند اقدامات گسترده‌تری است:

• **حمایت دولت:** نهادهای دولتی و قانون‌گذار باید با تسهیل قوانین گمرکی و ایجاد محیط کسب‌وکار مطلوب‌تر، از واردکنندگان قانونی حمایت کنند.

• **اتحاد صنفی:** واردکنندگان رسمی باید با تشکیل یک نهاد قدرتمند و یکپارچه، به صورت جمعی برای مقابله با قاچاق و پیگیری مطالبات خود اقدام کنند.

• **تأکید بر ارزش‌آفرینی:** شرکت‌های قانونی باید بر مزیت‌های رقابتی خود تأکید کنند؛ مزایایی مانند ارائه آموزش‌های تخصصی، پشتیبانی فنی مطمئن، دسترسی به جدیدترین تکنولوژی‌ها و خدمات پس از فروش معتبر که کالای قاچاق هرگز نمی‌تواند آن‌ها را ارائه دهد.

مصاحبه‌کننده: در پایان، با توجه به فرهنگ غنی قهوه در ایران، این پدیده چه تأثیری بر آینده این صنعت و جایگاه آن در کشور ما دارد؟

آقای فرزاد امتی: مردم ایران شایسته دسترسی به بهترین و ایمن‌ترین تکنولوژی‌های روز دنیا هستند، نه اینکه مجبور به استفاده از زباله‌های صنعتی و دستگاه‌های از رده خارج کشورهای دیگر باشند. برخلاف دیدگاهی که قهوه را یک نوشیدنی لوکس می‌داند، این نوشیدنی بخشی از فرهنگ ما به حساب می‌آید. اسپرسو خوردن به معنای با کلاس بودن نیست. کسی که چای می‌خورد به او نمی‌گویند باکلاس است. قهوه هم جایگاه خود را در فرهنگ کهن ما دارد.

سلامت و پویایی صنعت کافه به طور مستقیم به اشتغال‌زایی برای نسل جوان گره خورده است. یک کافه، محیطی برای گفتگو و تعاملات اجتماعی محسوب می‌شود و یک دستگاه اسپرسوی باکیفیت و ایمن، اگرچه بخش کوچکی از این اکوسیستم است، اما نقشی حیاتی در ایجاد یک تجربه مثبت و امن برای مشتریان دارد. امیدواریم با بهبود زیرساخت‌ها و ایجاد شرایط مطلوب‌تر برای کسب‌وکارها و مصرف‌کنندگان، شاهد رشد سالم این صنعت و حذف پدیده‌های مخربی مانند قاچاق باشیم.



NIN
302-2D-1F

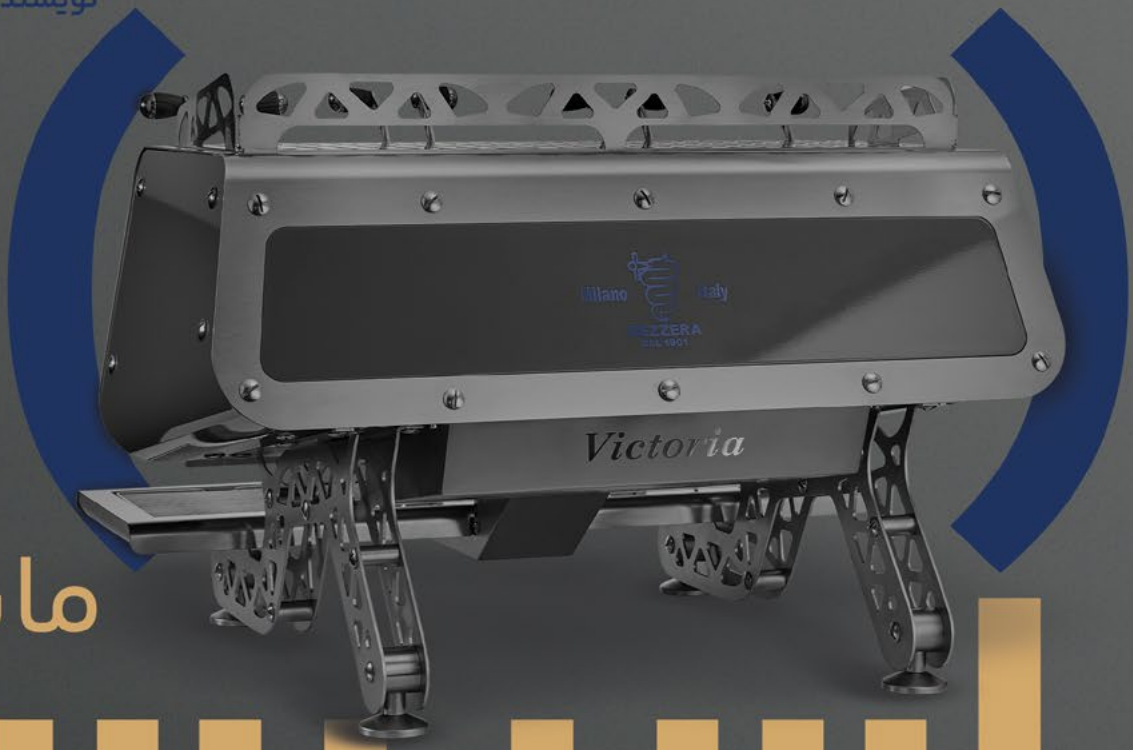
- نمایشگر لمسی ۱۱.۶ اینچی
- دو مخزن یک کیلویی دانه قهوه و مخزن پودر قهوه
- سیستم فوم‌ساز شیر سرد و گرم برای یک منوی کامل نوشیدنی

راهنمای انتخاب

اسپرسو ماشین

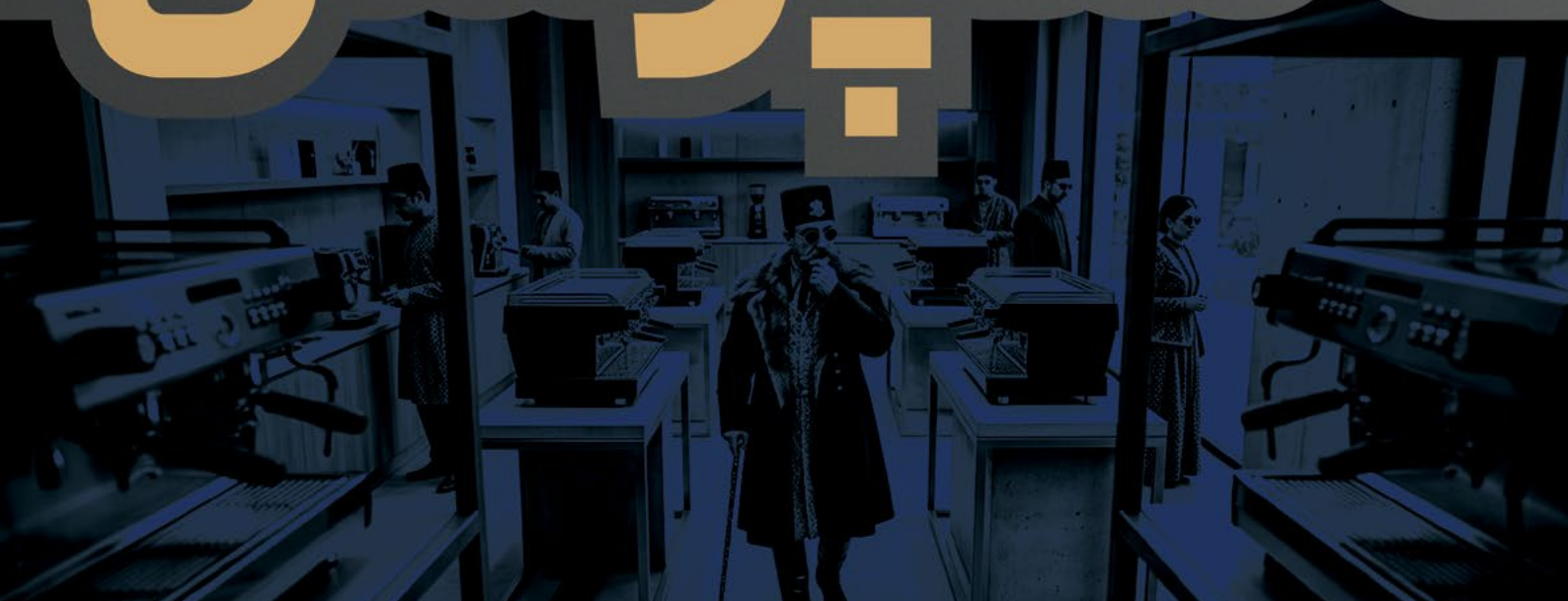
و معیارهای کلیدی

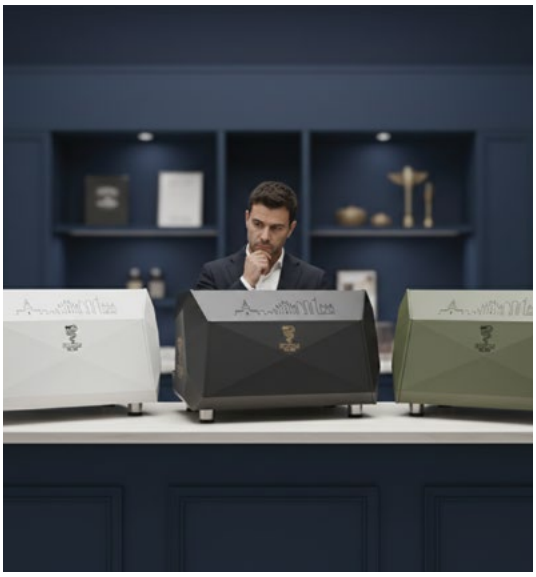
نویسنده: شیرین معنوی



ماشین

اسپرسو





راهنمـــای انتخـــاب اسپرســـو ماشیـــن و معیارهـــای کلیـــدی

انتخـاب اسپرسـو ماشیـن بـرای هـر کافـه یـا خانـه نیازمنـد شـناخت دقیـق نیازهـا، حجـم کاری و امکانـات مـورد انتظـار از دسـتگاه اسـت. تفـاوت در نوع بویلرهـا، سیسـتم کنتـرل دمـا (PID) و تکنولوژی‌هـای گرمایـش یـا همـان هیـت اکسـچنج نقـش مهـمی در کیفیـت نهـایی قهـوه دارد. در ایـن مقالـه، تمـام نـکات کلیـدی بـرای یـک انتخـاب آگاهانـه را بـررسی می‌کنیـم.

• سـه اصـل طلایی در خریـد اسپرسـو ماشیـن بـرای کافه‌هـا و خانـه

انتخـاب دسـتگاه اسپرسـو ماشیـن تنهـا بـر اسـاس قیمـت ممکـن اسـت تصمیـم درسـتی نباشـد. بسیاری از خریـداران ابتـدا بـه مبلـغ توجـه می‌کنند، امـا تجربه نشـان می‌دهـد کـه فاکتورهـای دیگـری هسـتند کـه تأثیـر بیشـتری بـر کیفیـت سـرویس و رضایـت نهـایی دارنـد. بـرای اینکـه مسیـر انتخـاب درسـت مشـخص شـود، پیشـنهاد می‌شـود ابتـدا تصویـری کلی از نیازهـا و کانسـپت خـود داشـته باشـید.

۱. کانســـپت، مهم‌تریـــن پارامتـــر: اولیـــن و مهم‌تریـــن پارامتـــر، کانســـپت اســـت. کانســـپت بـــه معنـــای نحـــوه ارائـــه طـــرح، ایـــده نـــوع نیـــاز یـــا حـــتی برنامـــه ذهـــنی شـــما بـــرای اســـتفاده از دســـتگاه اســـت. وقـــتی فروشـــنده یـــا کارشـــناس فـــروش می‌پرســـد «کانســـپت مـــورد نظـــر شـــما چیســـت؟»، منظـــور ایـــن اســـت کـــه چـــه هـــدف و چـــه مـــدل فعالیـــتی در ذهـــن داریـــد. آیـــا می‌خواهیـــد دســـتگاه را در کافـــه‌ای شـــلوغ بـــا پیـــک کاری بـــالا اســـتفاده کنیـــد، یـــا هدفتـــان فضاهـــای کوچـــک و خانـــگی خواهـــد بـــود؟ پاســـخ بـــه ایـــن ســـؤال بـــه انتخـــاب صحیـــح سیســـتم و قابلیت‌هـــای دســـتگاه کمـــک می‌کنـــد. به‌عنـــوان مثـــال، دســـتگاه‌هایی ماننـــد آرکادیـــا بـــا ثبـــات دمـــایی بـــالا و قـــدرت کافی می‌تواننـــد در پیـــک تایـــم بـــدون ایجـــاد تأخیـــر یـــا لـــگ، عملکـــرد خـــوبی داشـــته باشـــند و به‌عنـــوان دســـتگاه‌هایی میـــان‌رده، گزینه‌هـــای مناســـبی محســـوب شـــوند.



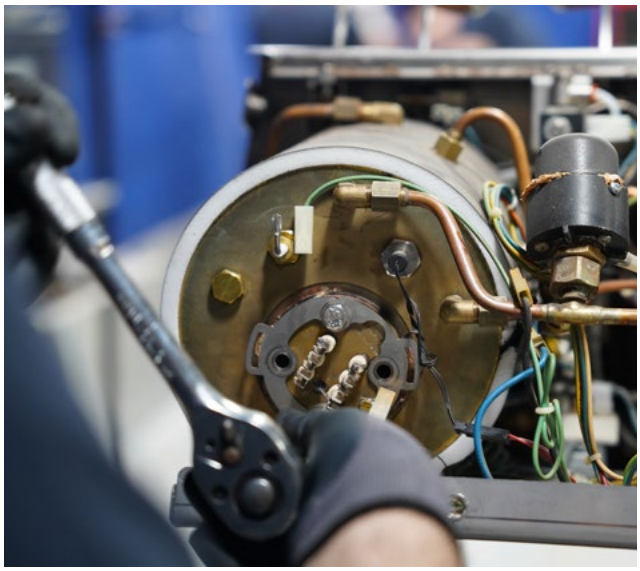
۲. موقعیـــت مـــکانی و شـــرایط محیـــطی: موقعیـــت مـــکانی، تأثیـــر مســـتقیم بـــر انتخـــاب دســـتگاه دارد؛ از جملـــه:

• دسترسی یا عدم دسترسی به آب شهری
• میزان دما و تهویه محیط
• حجم مراجعه مشتریان

بـرای مثـال، اگـر کافـه شـما در مرکـز شـهر تهـران واقـع شـده باشـد و فضـای شـلوغ و دانشـجویی داشـته باشـد، دسـتگاهی بـا قابلیـت تحمـل فشـار کاری بـالا و انعطـاف در عصاره‌گیـری اهمیـت بیشـتری پیـدا می‌کنـد. همین‌طـور در مکان‌هـایی کـه دسـترسی بـه آب مسـتقیم ممکـن نیسـت، اسـتفاده از دسـتگاه‌هایی بـا مخـزن آب می‌توانـد راه‌حـل مناسـبی باشـد.

۳. بودجـــه، آخریـــن مرحلـــهٔ تصمیم‌گیـــری: آخریـــن عامـــل مؤثـــر در انتخـــاب، بودجـــه اســـت. مبلـــغی کـــه می‌خواهیـــد صـــرف خریـــد دســـتگاه کنیـــد، بایـــد بـــا کانســـپت و موقعیـــت مـــکانی هماهنـــگ باشـــد. ایـــن ترتیـــب به شـــما امـــکان می‌دهـــد کـــه بـــا وجـــود محدودیـــت مـــالی، انتخـــابی هوشـــمندانه داشـــته باشیـــد و از هزینه‌هـــای اضـــافی جلوگیـــری کنیـــد. به‌این‌ترتیـــب، ابتـــدا نیازهـــا و کاربـــرد دســـتگاه مشـــخص می‌شـــود، ســـپس مـــکان و محیـــط کاری بـــررسی می‌گـــردد و در نهایـــت بودجـــه بـــرای انتخـــاب بهتریـــن گزینـــه تعییـــن می‌شـــود.

ترکیـب ایـن سـه فاکتـور یعـنی کانسـپت، لوکیشـن و مبلـغ بـه کاربـر کمـک می‌کنـد تـا تصمیـمی آگاهانـه و متناسـب بـا شـرایط خـود بگیـرد. ایـن رویکـرد نه‌تنهـا کیفیـت عصاره‌گیـری و تجربـه مشـتری را تضمیـن می‌کنـد، بلکـه امـکان تطبیـق دسـتگاه بـا تغییـرات محیـطی و افزایـش انعطاف‌پذیـری در آینـده را فراهـم می‌آورد.



• بررسی تعداد بویلرها؛ تک، دوال و مولتی: کدام‌یک مناسب شماست؟

• **تک بویلر:** دستگاه‌های تک‌بویلر تک‌گروپ معمولاً برای فضاهای کوچک، خانگی یا نیمه‌حرفه‌ای مناسب هستند و ظرفیت آن‌ها نهایتاً تا روزی ۵۰ تا ۱۰۰ شات می‌باشد. این دستگاه‌ها اغلب با مخزن آب کار می‌کنند و به شبکه آب شهری وصل نمی‌شوند؛ بنابراین برای دکه‌ها، فروشگاه‌های کوچک، باشگاه‌ها و مغازه‌های فروش دخانیات گزینه‌ای ایده‌آل هستند. نکته مهم این است که استفاده از آب جوش دستگاه باید محدود باشد تا بویلر تخلیه نشود و عملکرد دستگاه دچار مشکل نگردد. علاوه بر این، برخی دستگاه‌های تک‌گروپ صنعتی این امکان را دارند که هم‌زمان عصاره‌گیری و استفاده از بخار انجام شود، که برای کافه‌ها و محیط‌های با حجم کاری متوسط کاربردی است. برخی مدل‌ها مانند آرکادیا تک، با دو نازل بخار و ثبات حرارتی بالا، حتی می‌توانند در مصارف صنعتی عملکرد خوبی ارائه دهند.

• **دوال بویلر:** از سوی دیگر، دستگاه‌های دوال بویلر و مولتی بویلر امکانات پیشرفته‌تر و انعطاف بیشتری ارائه می‌دهند. تک گروپ دوال بویلر مانند مدل‌های "DE" و "E61" ماتریکس، با بویلرهای جداگانه برای آب جوش و عصاره‌گیری، امکان ثبات دمایی بالا و کنترل دقیق دمای آب را فراهم می‌کنند. این ویژگی‌ها باعث می‌شود دستگاه برای لابراتوارهای قهوه، کافه‌های اسپشیالیتی و روستری‌ها ایده‌آل باشد، جایی که کنترل پارامترهای عصاره‌گیری و ثبات کیفیت اهمیت زیادی دارد. قابلیت اتصال آب دوگانه این دستگاه به آب شهری و مخزن داخلی نیز دست کاربر را باز می‌گذارد و امکان جابه‌جایی دستگاه به مکان‌هایی بدون دسترسی مستقیم به آب را فراهم می‌کند.

• **مولتی بویلر:** دستگاه‌های مولتی بویلر برای محیط‌های با حجم بالای سرو قهوه، مانند کافه‌های پررفت‌وآمد یا فضاهایی با شات‌های پشت‌سرهم، توصیه می‌شوند. با داشتن بویلرهای جداگانه و کنترل "PID" و دریافت انواع پروفایل دم‌آوری، این دستگاه‌ها ثبات دمایی فوق‌العاده‌ای ارائه می‌دهند و از ایجاد لگ یا کاهش کیفیت در شات‌های پشت‌سرهم جلوگیری می‌کنند. به این ترتیب، انتخاب نوع بویلر و دستگاه بر اساس محیط کاربردی، حجم کاری و نیازهای تخصصی، کلید داشتن تجربه‌ای پایدار و حرفه‌ای از قهوه است.

• "PID" و هیت اکسچنج؛ کلید اصلی طعم یکنواخت قهوه

ثبات حرارتی یکی از عوامل کلیدی در کیفیت قهوه است و سیستم‌های کنترل دما مانند "PID" و فناوری هیت‌اکسچنج نقش مهمی در این زمینه دارند. هیت‌اکسچنج یک مبدل حرارتی داخل بویلر است که جریان آب تازه را کنترل می‌کند و باعث می‌شود دمای عصاره‌گیری ثابت مانده، مصرف انرژی کاهش یابد و آب همواره تازه وارد فرآیند شود. در دستگاه‌های تک‌گروپ صنعتی، امکان عصاره‌گیری هم‌زمان و استفاده از بخار وجود دارد، اما در محیط‌هایی با حجم کاری بالاتر، دستگاه‌های دوال یا مولتی بویلر توصیه می‌شوند. این دستگاه‌ها با داشتن بویلرهای جداگانه برای عصاره‌گیری و بخار، ثبات دما و کیفیت عصاره‌گیری را حتی در شات‌های پشت‌سرهم حفظ می‌کنند و برای کافه‌های پرترافیک یا لابراتوارهای تخصصی ایده‌آل هستند.

سیستم "PID" واقعی به کاربران اجازه می‌دهد دمای هر گروپ هد را به‌صورت مجزا تنظیم کنند و دمای دقیق مورد نیاز برای هر شات را اعمال کنند. این ثبات دما باعث می‌شود طعم و کیفیت قهوه در ساعات مختلف روز یکسان بماند و مشتری در هر بار سفارش، کیفیتی یکنواخت را تجربه کند. علاوه بر این، اتصال دستگاه به آب شهری و امکان استفاده از مخزن داخلی، انعطاف‌پذیری بیشتری در مکان‌های مختلف فراهم می‌کند. رعایت این اصول، همراه با تأمین برق پایدار و جلوگیری از نوسانات ولتاژ، از آسیب به پمپ و بویلر جلوگیری کرده و عملکرد دستگاه را در طولانی‌مدت تضمین می‌کند.

• حجم کاری و منو؛ تعیین دستگاه مناسب برای هر پیک کاری

انتخاب دستگاه اسپرسو ماشین باید بر اساس حجم کاری و نوع منوی کافه صورت گیرد. برای فضاهایی با حجم سرو روزانه ۲۰۰ تا ۶۰۰ شات، دستگاه‌هایی مانند آرکادیا یا مودا پاسخگوی نیاز هستند، اما برای حجم بالاتر از ۸۰۰ شات، استفاده از مولتی بویلر ضروری است تا پیک کاری بدون تأخیر و کاهش کیفیت انجام شود. دستگاه‌های



تک‌بویلر تک‌گروپ نیمه‌حرفه‌ای برای فضاهای کوچک و متوسط با حداکثر ۳۰۰ شات در روز مناسب هستند. درحالی‌که دستگاه‌های تک‌بویلر دوگروپ‌هد برای کافه‌ها و رستوران‌های بزرگ با دسترسی مناسب به آب و برق و باریستاهای ماهر کاربرد دارند. دستگاه‌های تخصصی مانند ماتریکس، امکان کنترل دقیق پارامترها و آزمایش قهوه‌های مختلف را فراهم می‌کنند و برای محیط‌های اسپشیالیتی و لابراتوار قهوه مناسب هستند.

• موانع فنی و خطاهای رایجی که هر باریستا باید بداند!

استفاده از اسپرسو ماشین با محدودیت‌های فنی مختلفی روبه‌رو است که رعایت آن‌ها برای حفظ عملکرد و دوام دستگاه ضروری است. کیفیت فشار آب اهمیت زیادی دارد و آب سخت یا آلوده موجب رسوب در بویلر و لوله‌ها، گرفتگی نازل بخار و گروپ هد می‌شود؛ نصب فیلتر یا سختی‌گیر مناسب این مشکل را برطرف می‌کند. نوسانات برق یا فشار آب نامناسب نیز می‌تواند به پمپ آسیب برساند یا نشتی ایجاد کند؛ بنابراین استفاده از محافظ برق یا "UPS" توصیه می‌شود. دمای محیط و تهویه نامناسب می‌تواند عملکرد ترموستات و فیوز حرارتی را تحت تأثیر قرار دهد و بویلر را بیش از حد گرم کند و موجب از کار افتادن آن شود. اشتباهات انسانی، مانند بک‌فلاش نکردن، تمپ نامناسب، ضربه زدن به نقاط حساس و خالی کردن بی‌دلیل بویلر، از رایج‌ترین دلایل خرابی دستگاه هستند. رعایت سرویس و نگهداری منظم، همراه با آموزش صحیح کاربران، عملکرد پایدار و کیفیت عصاره‌گیری را تضمین می‌کند و طول عمر دستگاه را افزایش می‌دهد.

• مسیر تصمیم‌گیری حرفه‌ای برای خرید اسپرسو ماشین

خرید اسپرسو ماشین فراتر از انتخاب بر اساس قیمت است. ترکیب کانسپت کاری، شرایط محیطی و حجم مصرف قهوه، نقش تعیین‌کننده‌ای در کارایی و رضایت نهایی دارد. شناخت انواع بویلر، سیستم‌های کنترل دما و امکانات دستگاه، مسیر انتخابی مطمئن و حرفه‌ای را روشن می‌کند.

Commercial

آی‌تک کامرشیال

تأمین تجهیزات تخصصی کافه، رستوران و هتل؛ از اسپرسوساز و آسیاب تا تجهیزات بار سرد و برودتی، با تمرکز بر برندهای معتبر و راهکار متناسب با هر مجموعه.

AYTACK
Commercial

Accessories

آی‌تک اکسسوریز

هر آنچه که یک باریستای حرفه‌ای نیاز دارد مجموعه‌ای از ابزارها و اکسسوری‌های تخصصی قهوه و باریستا؛ از تجهیزات آماده‌سازی و سرو تا ابزارهای دقیق موردنیاز برای یک ورک‌استیشن حرفه‌ای.

AYTACK
Accessories

Service

آی‌تک سرویس

پشتیبانی، از نصب تا نگهداری، خدمات تخصصی نصب، راه‌اندازی، تعمیر و نگهداری تجهیزات توسط تیم فنی آی‌تک؛ برای حفظ عملکرد صحیح دستگاه‌ها و همراهی با مشتری پس از خرید.

AYTACK
Service

BRAS®

SCIROCCO



شیر داغ کن براس

SCIROCCO

- ظرفیت ۵ لیتری، مخزن شفاف و جداشونده.
- طراحی حرفه‌ای برای نمایش جذاب‌تر و سرو نوشیدنی‌های گرم



فواید مصرف

قهوه برای سلامتی

راز انرژی، تمرکز و طول عمر در یک فنجان

نویسنده: تحریریه آی‌تک

سلامتی





فواید مصرف قهوه برای سلامتی؛ راز انرژی، تمرکز و طول عمر در یک فنجان

• راز انرژی، تمرکز و طول عمر در یک فنجان

قهوه یکی از پرمصرف‌ترین نوشیدنی‌ها در جهان است و پژوهش‌های متعدد علمی نشان داده‌اند که مصرف منظم و متعادل آن می‌تواند اثرات فیزیولوژیک و متابولیک قابل توجهی بر بدن انسان داشته باشد. ترکیبات فعال موجود در قهوه مانند کافئین ، پلی‌فنول‌ها (Polyphenols)، کلروژنیک اسید (Chlorogenic Acid) و سایر آنتی‌اکسیدان‌ها (Antioxidants) نقش مهمی در بهبود عملکرد سیستم عصبی مرکزی، متابولیسم گلوکز و کاهش فرآیندهای التهابی ایفا می‌کنند.

• افزایش عملکرد شناختی و تمرکز ذهنی

یکی از شناخته‌شده‌ترین اثرات قهوه، تحریک سیستم عصبی مرکزی و افزایش کارایی شناختی است. کافئین از طریق مهار گیرنده‌های آدنوزین (Adenosine Receptors) در مغز، موجب افزایش انتقال‌دهنده‌های عصبی مانند دوپامین و نوراپی‌نفرین (Norepinephrine) می‌شود. این فرایند باعث افزایش تمرکز، کاهش احساس خستگی و بهبود زمان واکنش می‌گردد.

بر اساس گزارش مرکز ملی اطلاعات زیست‌فناوری ایالات متحده (NCBI)، مصرف روزانه قهوه در محدوده‌ی ۳۰۰ میلی‌گرم کافئین می‌تواند عملکرد حافظه کوتاه‌مدت و سرعت پردازش ذهنی را افزایش دهد.

• قهوه؛ دشمن خاموش قند خون

تحقیقات منتشرشده در پایگاه داده پاب‌مد (PubMed) نشان می‌دهد که مصرف مداوم قهوه با کاهش حساسیت به انسولین مقابله کرده و خطر ابتلا به دیابت نوع ۲ را تا حدود ۳۰ درصد کاهش می‌دهد. ترکیبات پلی‌فنولیک (Polyphenolic Compounds) و کلروژنیک اسید (Chlorogenic Acid) در قهوه موجب تنظیم سطح قند خون و مهار استرس اکسیداتیو (Oxidative Stress) در سلول‌های پانکراس می‌شوند. حتی قهوه بدون کافئین نیز اثرات مشابهی در تنظیم متابولیسم گلوکز دارد.

• یک فنجان قهوه، سپر دفاعی برای کبد

قهوه تاثیر بارزی در کاهش التهاب کبدی و پیشگیری از بیماری‌های مزمن مانند سیروز (Cirrhosis) و کبد چرب غیرالکلی دارد. پژوهش منتشرشده در مجله "Journal of Hepatology" نشان داده است که مصرف دو تا سه فنجان قهوه در روز، فعالیت آنزیم‌های کبدی را بهبود بخشیده و از فیبروز (Fibrosis) جلوگیری می‌کند. این خاصیت عمدتا ناشی از وجود آنتی‌اکسیدان‌های فنولیک (Phenolic Antioxidants) در قهوه است.

• قهوه و قلب؛ از باور غلط تا واقعیت علمی

شاید عجیب به نظر برسد اما برخلاف باورهای قدیمی، شواهد جدید از دانشگاه هاروارد ومجله پزشکی بریتانیا (British Medical Journal - BMJ) نشان می‌دهد که مصرف متعادل قهوه (۲ تا ۳ فنجان در روز) با کاهش خطر بیماری‌های قلبی-عروقی و سکته مغزی همراه است. ترکیبات پلی‌فنول‌ها (Polyphenols) باعث افزایش انعطاف‌پذیری عروق، کاهش التهاب سیستمیک و بهبود عملکرد اندوتلیال (Endothelial Function) می‌شوند.

• قهوه؛ منبعی غنی از آنتی‌اکسیدان‌ها و ترکیبات ضدپیری

قهوه منبعی غنی از ترکیبات آنتی‌اکسیدانی است که از سلول‌ها در برابر رادیکال‌های آزاد محافظت می‌کنند. این خاصیت ضدپیری به حفظ سلامت پوست، بافت‌های بدن و کاهش سرعت پیری سلولی کمک می‌کند. مطالعه‌ای در پایگاه «PubMed Central» با عنوان «Coffee as a Source of Antioxidants and an Elixir of Youth» نشان داده است که آنتی‌اکسیدان‌های قهوه در مقایسه با بسیاری از میوه‌ها و سبزیجات، فعالیت زیستی بالاتری دارند.

• مروری بر نقش قهوه در ارتقای سلامت عمومی و عملکرد فیزیولوژیک

به طور کلی، قهوه علاوه‌بر اینکه یک نوشیدنی انرژی‌زا محسوب می‌شود، منبعی از ترکیبات فعال زیستی با اثرات نوروفیزیولوژیک (Neurophysiological)، متابولیک و ضدالتهابی محسوب می‌شود. مصرف متعادل آن (معمولاً ۲ تا ۳ فنجان در روز) می‌تواند به حفظ سلامت مغز، قلب، کبد و سیستم ایمنی کمک کند. البته زیاده‌روی در مصرف قهوه ممکن است باعث افزایش اضطراب یا اختلال در خواب شود؛ بنابراین رعایت تعادل شرط اصلی بهره‌مندی از فواید این نوشیدنی ارزشمند است.



COBBLER
SHAKER


COFFEE DOSING
SCALE CUP
oz
ml
g
U/T



مصاحبه

مصاحبه

با پویا فرخنده کلام
درباره چالش‌ها و تجربه‌های
باریستاها

نویسنده: علی میرقاسمی



مصاحبه با پویا فرخنده کلام درباره چالش‌ها و تجربه‌های باریستاها

• بخش اول: زندگی پشت کانتر؛ از تجربه‌های کاری تا چالش‌های باریستایی

مصاحبه‌کننده: لطفاً ابتدا خودتان را معرفی کنید و سوابق و رزومه کاری‌تان را توضیح دهید تا سپس به سراغ سوالات تخصصی برویم.

پویا فرخنده کلام: من پویا فرخنده‌کلام هستم. ۲۸ سال سن دارم و نزدیک به ۱۰ سال است که در این حرفه مشغول به کار هستم. آموزش‌هایی که دیدم، شامل دوره‌های «بار گرم» و «بار سرد» مجموعه بارک است که زیر نظر آقای زعفری در مؤسسه ایران شف برگزار شد. در این مسیر، آقای جواد شرقی نیز زمان زیادی برای آموزش بنده صرف کردند. طی این سال‌ها در کافه فیلا، کافه نیاوران و کافه پگاه کار کردم و همچنین مسئولیت ادارهٔ برخی کافه‌ها را بر عهده داشتم.

مصاحبه‌کننده: یکی از مسائلی که باریستاها در محیط کار با آن مواجه می‌شوند، انجام کارهای غیرتخصصی است. آیا این موضوع برای شما هم پیش آمده؟ صاحبان کافه‌ها معمولاً چه کارهایی خارج از حیطه مسئولیت باریستا به شما محول می‌کنند؟

پویا فرخنده کلام: قطعاً پیش آمده، و فکر می‌کنم برای همه باریستاها این تجربه وجود دارد. در واقع، گاهی اوقات باید از خودگذشتگی‌هایی کنیم تا کارهای مجموعه پیش برود و من این کار را کرده‌ام. ما مسئله فقط کمک به مجموعه نیست؛ بعضی وقت‌ها کارهایی مثل جمع‌کردن زباله‌های سالن پیش می‌آید که واقعاً چالش‌برانگیز است. من حتی برای کمک به مجموعه‌ها حتی کار پیک (تحویل‌دهنده) را هم انجام داده‌ام. همین عید امسال، ما نیرو نداشتیم و برای یکی از نیروها در سفر مشکلی پیش آمده بود. من دیدم مجموعه نیاز به کمک دارد و من برای ارسال سفارش‌ها ماندم تا کار مجموعه پیش رفته و عقب نیافتد. حتی برای کارهای مالی، مثل کار صندوق نیز پیش‌قدم شدم تا با همراهی مدیر ذهن او آزاد شود.

با این حال باید برای برخی موضوعات و کارها تفکیک قائل شد. یک سری کارها برای پیش بردن اهداف مجموعه است و یک سری کارها، متأسفانه، از سر اصطلاحاً «کل کل» پیش می‌آید. مثلاً ویترها می‌گویند: «سفارش‌ها را خودتان ببرید، ما دیگر نمی‌بریم». این موضوع در روند کار نباید شکل بگیرد. در اصل آن هدف نهایی مجموعه مهم است.

مصاحبه‌کننده: به نظر شما، آیا این چالش‌ها و سپردن کارهای غیرتخصصی در کشورهای خارجی هم برای باریستاها وجود دارد یا فقط یک مشکل رایج در ایران است؟

پویا فرخنده کلام: این فقط مشکلی است که در کافه‌های ایران وجود دارد. من چنین چیزی را در کارهایم یا کافه های صنعتی در دیگر کشورها ندیده‌ام که پیش بیاید. البته در مورد کافه‌های لوکال یا خانگی خارج از کشور اطلاع ندارم.

مصاحبه‌کننده: این اتفاقات، به‌خصوص زمانی که ناشی از «کل‌کل» است، چقدر روی کیفیت کار، تمرکز و اعصاب شما تأثیر می‌گذارد؟

پویا فرخنده کلام: کل‌کل قطعاً آرامش اعصاب را از فرد گرفته و ذهنش را درگیر می‌کند. من همیشه تلاش می‌کردم که وارد این کل‌کل‌ها نشوم و می‌گفتم: «مشکلی نیست، ما انجام می‌دهیم» فقط برای اینکه کار مجموعه عقب نیفتد و مهمان‌های کافه‌رستوران راضی باشند. اما در زمان‌های شلوغی، قطعاً مشکل پیش می‌آمد؛ چون باعث می‌شد کارهای تخصصی خودمان عقب بیفتد. مردم فکر می‌کنند بیرون بار کاری نیست، اما قطعاً مشکلاتی پیش می‌آید و زمان آماده‌سازی و ارسال سفارش‌ها به تأخیر می‌افتد.

مصاحبه‌کننده: آیا فکر می‌کنید این محول کردن کارهای نامرتبط به باریستاها، به دلیل کمبود نیرو است یا ممکن است مدیران برای کمتر هزینه کردن یا راحت‌تر بودن خودشان این کار را انجام دهند؟

پویا فرخنده کلام: ببینید، بعضی موقع‌ها نیرو هست و به همان بخش هم مرتبط است. ذهنیت برخی مدیران به این شکل است که می‌خواهند پولی که می‌دهند به اصطلاح «حلال» شود. مثلاً ایام عید می‌گویند: «باریستا نباید بیکار بنشیند، باید برود فلان کار را هم بکند.». این ذهنیت متاسفانه وجود دارد.

• بخش دوم: حقوق، فشار کاری و واقعیت‌های مدیریت کافه

مصاحبه‌کننده: حقوق و مزایا در کافه‌های مختلف چقدر متغیر است؟ آیا این تفاوت‌ها منصفانه و منطقی هستند؟

پویا فرخنده کلام: حقوق و مزایا در همهٔ مشاغل مرتبط با حوزهٔ کاری ما کم است. اما در مورد تفاوت‌ها، به نظرم باید وجود داشته باشد و کاملاً منطقی است. یک باریستا شاید روزانه ۲۰ شات قهوه بزند، در حالی که باریستای دیگری شاید روزانه ۶۰۰ تا ۹۰۰ شات قهوه بزند. حجم مشتری‌ها و فشار کار روی باریستاها متفاوت است، در نتیجه طبیعی است که میزان دریافتی آنها هم تفاوت داشته باشد.
موقعیت جغرافیایی هم قطعاً تاثیرگذار است؛ کافه‌ای در شمال تهران با کافه‌ای خانگی در منطقه‌ای دیگر، میزان درآمدشان متفاوت است. شاید برای یک کافه خانگی، درآمد روزانه ۵ یا ۱۰ هدف باشد، اما کافه‌ای در شمال تهران ممکن است بگوید امروز به درآمد ۳۰۰ میلیون رسیده‌ایم اما تازه روزمان شروع شده است.
مصاحبه‌کننده:آیا برای شما پیش آمده در جایی کار کنید که حقوق پرداختی، پایین‌تر از آن چیزی باشد که حق خودتان می‌دانستید؟
پویا فرخنده کلام: همیشه این اتفاق می‌افتد و چالشی است که برای همهٔ باریستاها وجود دارد. اما خب من آدمی هستم که باید از مجموعه‌ای که در آن کار می‌کنم خوشم بیاید و به آن افتخار کنم. این‌طور نبوده که فقط به خاطر پول کار کنم. من حتی با ماهی سه میلیون تومان هم کار کرده‌ام. البته این موضوع مربوط به حدود ۸ سال پیش است، در حالی که سال قبلش ۱۲ میلیون تومان حقوق می‌گرفتم. با این حال، چون آن کافه لوکال را دوست داشتم، با سه میلیون تومان هم رفتم کار کردم. گاهی اوقات شما کاری می‌کنید که حالتان خوب شود.
مصاحبه‌کننده: چه چیزی غیر از حقوق پایین یا تأخیر در پرداخت، باعث می‌شد که به ترک یک کافه فکر کنید؟
پویا فرخنده کلام: تأخیر در پرداخت‌ها پیش می‌آمد و ذهنم خیلی درگیر می‌شد، ولی هرگز به ترک کار فکر نکردم. چیزی که باعث می‌شد از یک کافه جدا شوم، این بود که احساس کنم مدیر مجموعه در برخورد با کارکنان صداقت و انصاف لازم را ندارد. یک جا کار می‌کردم که مدیرش حقوق کم می‌داد، من هم می‌گفتم مشکلی نیست، کافه‌رستورانش تازه راه افتاده و اشکالی ندارد. اما بعد از مدتی احساس کردم مدیر مجموعه قصد دارد از همراهی و همکاری من سوءاستفاده کند. وقتی برای کافه وقت و انرژی می‌گذارم، اما احساس می‌کنم مدیر مجموعه فقط به منافع خودش فکر می‌کند، تصمیم می‌گیرم همکاری‌ام را ادامه ندهم. بحث حقوق پایین یا تأخیر در پرداخت نیست، چون گاهی مجموعه واقعاً کلی چالش دارد و باید شرایط را درک کرد.
مصاحبه‌کننده: بیشترین فشاری که حین کار به شما وارد می‌شود، چیست؟
پویا فرخنده کلام: بزرگ‌ترین استرس، آماده‌سازی ناکافی و نرسیدن مواد اولیه است. اگر لیست خرید داده باشم و خرید نرسد، واقعاً استرس می‌گیرم. بارها شده خودم کارت بانکی را گرفتم و رفتم خرید کردم.
مصاحبه‌کننده: در شیفت‌های شلوغ و با حجم بالای سفارش، آیا اتفاق مشابه که سفارش با تاخیر به دست مشتری برسد، رخ داده است؟
پویا فرخنده کلام: خیلی کم پیش آمده که این اتفاق بیفتد، اما آن آماده‌سازی باعث می‌شود که کار روی روال بیفتد و سر وقت انجام شود. تمام تلاشم این است که از کیفیت نزنیم. یک مشتری، چه دانش‌آموز باشد و چه دانشجو، وقتی بابت چیزی هزینه می‌کند، باید یک محصول باکیفیت تحویل بگیرد. وظیفه داریم از مهمان درست پذیرایی کنیم. حاضرم سفارش کمی دیرتر آماده شود، اما حاضر نیستم چیزی با کیفیت پایین از بار بیرون برود.



مصاحبه‌کننده: آیا در زمان‌های خلوت یا حتی به‌صورت رسمی، مدیران از آموزش و یادگیری شما و همکارانتان حمایت می‌کردند؟
پویا فرخنده کلام: بله، بعضی از کافه‌ها این کار را انجام دادند. حمایتشان این‌گونه بود که وقتی می‌گفتم می‌خواهم مهارت جدیدی یاد بگیرم، درکم می‌کردند و می‌گفتند: «خب اوکی، برو». حتی کافه‌هایی داشتیم که می‌خواستند خودشان را ارتقا دهند؛ طراح منو می‌آوردند و به ما آموزش می‌دادند و می‌گفتند چه کارهایی کنیم. این حمایت‌ها به ارتقای خود کافه و رستوران هم کمک می‌کند.
مصاحبه‌کننده: به جز آموزش، چه عوامل دیگری باعث بالا رفتن انگیزه شما در محیط کار می‌شد؟
پویا فرخنده کلام: آموزش و یادگیری یک چیز جدید، به آدم قوت قلب می‌دهد و ذوق استفاده از آن را ایجاد می‌کند. اما عامل دیگری که به من انگیزه می‌دهد، این است که مشتری‌ها از سفارشی که آماده کرده‌ام عکس می‌گیرند و آن را در اینستاگرام منتشر می‌کنند. دیدن این اتفاق واقعاً خوشحالم می‌کند و حس خوبی به من می‌دهد. زمانی که

مشـتری قهـوه‌اش را می‌خـورد، مـن از راه دور نـگاه می‌کنـم. اگـر ببینـم مشـتری نـاراضی اسـت، پیگیـری می‌کنـم کـه چـرا یـک چیـز بـد سـر میـز رفتـه اسـت؛ یـا مـن بلـد نبـوده‌ام، یـا کوتـاهی کـرده‌ام. همیشـه دنبـال راهـکار هسـتم.

مصاحبه‌کننـده: چـه تغییـراتی در مدیریـت و سیاسـت‌های کاری بایـد اتفـاق بیفتـد تـا شـرایط بـرای باریسـتاها بهتـر شـود؟

پویـا فرخنـده کلام: قطعاً بـه‌روز بـودن وسـایل اولیـن موضـوعی اسـت کـه بایـد بـه آن رسیـدگی شـود. کافـه اگـر وسـایلش بـه‌روز باشـد، باریسـتا راحت‌تـر می‌توانـد کار کنـد. مدیـران نبایـد اجـازه دهنـد چیـزی قدیـمی شـود؛ بایـد بخـشی از درآمـد کافـه را بـرای خـود مجموعـه و وسـایل آن هزینـه کننـد.

بـرای مثـال، در یـک کافـه کـه تـازه شـروع بـه کار کـرده بـود، بـا یـک آسیـاب چینـی خانـگی کار می‌کـرد. وقـتی کافـه بـه درآمـد رسیـد، آسیـاب را عـوض نکردنـد و گفتنـد «اینکـه فـعلاً دارد کار می‌کنـد». ایـن در حـالی اسـت کـه ایـن مسـئله قطعاً روی کیفیـت و کالیبریشـن تأثیـر می‌گـذارد.

ارتقـا دادن وسـایل بـار مشـکلات را از روی دوش باریسـتا بـرمی‌دارد. مـثلاً یـک آسیـاب خـوب (ایتالیـایی) بـا زدن یـک دکمـه در ۵ ثانیـه پرتافیلتـر را پـر می‌کنـد، در حـالی کـه مـن بـا آسیـاب چینـی بایـد ۱۸ ثانیـه دکمـه را نگـه می‌داشـتم تـا پـر شـود. ایـن ۱۳ ثانیـه هدررفـت وقـت اسـت.

• بخـش سـوم: چالش‌هـای روزمـره باریسـتا؛ از مشـتریان تـا بحران‌هـای کافـه

مصاحبه‌کننـده: در مواجهـه بـا مشـتریان چـه مشـکلاتی پیـش می‌آیـد؟ مـثلاً آیـا درخواسـت‌های عجیـب داشـته‌اند؟

پویـا فرخنـده کلام: خوشـبختانه مـن بـه مشـکلات عجیـبی مثـل درخواسـت‌های اینسـتاگرامی (کـه فلان چیـز را در قهـوه بریـز) برنخـورده‌ام. بیشـترین مشـکلی کـه باریسـتاها دارنـد دو مـورد اسـت:

۱. **دمـای شیـر**: اکثـر مشـتری‌هایی کـه لاتـه سـفارش می‌دهنـد می‌گوینـد: «لطفـاً داغ داغ باشـه». در حـالی کـه شیـر نبایـد بجوشـد چـون مشـکلاتی ایجـاد می‌کنـد و ایـن نوشـیدنی در یـک دمـای ثابـتی بایـد بـه دسـت مشـتری برسـد.

۲. **عجـول بـودن**: مشـتری سـفارش را ثبـت می‌کنـد و کارت می‌کشـد، امـا توقـع دارد همـان موقـع قهوه‌اش را تحویـل بگیـرد. در حـالی کـه فرآینـد آماده‌سـازی زمـان می‌بـرد.

مصاحبه‌کننـده: باتوجه‌بـه میـزان عجـول بـودن بـرخی مشـتریان، مهمانـان حداقـل چقـدر بایـد منتظـر بماننـد تـا سفارش‌شـان آمـاده شـود؟

پویـا فرخنـده کلام: حداقـل ۵ دقیقـه زمـان «اردر اوت کـردن» (خـروج سـفارش) را داریـم. البتـه ایـن زمـان می‌توانـد تـا یـک ربـع هـم طـول بکشـد. بسـتگی بـه تعـداد آیتم‌هـای داخـل فیـش دارد. اگـر بـه مشـتری بگوییـم حداقـل ۵ دقیقـه زمـان لازم اسـت، ایـن آگاهی‌بخـشی خـوبی اسـت. مـا باریسـتاها می‌دانیـم کـه حداکثـر ۵ دقیقـه زمـان نیـاز اسـت، بـه شـرطی کـه بـار روی نظـم باشـد.

مصاحبه‌کننـده: قطـعی بـرق و مشـکل آب چـه بلایی سـر کافه‌هـا و باریسـتاها آورده و چگونـه ایـن مسـائل را مدیریـت می‌کردیـد؟

پویـا فرخنـده کلام: در زمـان بی‌بـرقی تنهـا کاری کـه می‌شـد کـرد ایـن بـود کـه قهوه‌هـای دمی کـه روی گاز درسـت می‌شـوند، مثـل ماسـالا و هات‌چاکلـت را بـه مشـتری بدهیـم. امـکان انجـام کار دیگـری نبـود، چـون اگـر موتـور بـرق وصـل کنیـم بـه دسـتگاه اسپرسـو، نوسـان بـرق، دسـتگاه را نابـود می‌کنـد.

زمـانی کـه بـرق، بی‌نظـم هـم می‌رفـت، همـان قهوه‌هـای دمی را ارائـه می‌کـردم. اگـر ۱۰ دقیقـه مانـده بـود تـا بـرق بـرود، بـه مشـتریان اطلاع می‌دادم.

بـرخی باریسـتاها کـه تعدادشـان بسـیار کـم بـود، کارهـای غیراسـتاندارد می‌کردنـد؛ مـثلاً قبـل از رفتـن بـرق، ۱۰ تـا ۱۲ شـات اسپرسـو می‌گرفتنـد و بـرای مشـتری بعـدی نگـه می‌داشـتند کـه کار کاملا اشـتباهی اسـت. مـن ایـن کار را بـرای مشـتری نمی‌کـردم. شـاید بـرای همـکارم کـه می‌دانسـت انجـام می‌دادم، امـا واقعـاً بـرای مشـتری امـکان انجـام آن وجـود نداشـت.



مصاحبه‌کننـده: در نهایـت، بـه نظرتـان یـک روز سـخت کاری شـما چگونـه تعریف می‌شـود؟

پویـا فرخنـده کلام: یـک روز کاری زمـانی سـخت می‌شـود کـه بی‌نظـمی پیـش بیایـد. مـثلاً خریـد انجـام نشـود و مـن نتوانـم بـه موقـع دسـتگاه و مـواد اولیـه را آماده‌سـازی کنـم. امـا بقیـه چیزهـا، مثـل شـلوغی کافـه، سـختی‌اش دیـده نمی‌شـود. سـختی زمـانی اسـت کـه بیـکار نشسـته‌ام و مشـتری نیسـت. آن زمـان بـه هیـچ عنـوان نمی‌گـذرد. زمـانی کـه شـلوغی



پیش می‌آید، در یک جریان خوب هستید و اصلاً سختی را حس نمی‌کنید.

• بخش چهارم: درس‌هایی از یک دهه باریستایی؛ تجربه‌ها و توصیه‌ها

مصاحبه‌کننده: در پایان، اگر توصیه‌ای برای کافه‌ها، کارکنان و باریستاهای تازه‌کار دارید، بفرمایید.

پویا فرخنده کلام: شاید در جایگاهی نباشم که بخواهم به دیگران توصیه‌ای کنم، اما دو نکته وجود دارد که به نظرم اهمیت زیادی دارند:

۱. نظم: نظم باید در تمام بخش‌های مجموعه برقرار باشد و نباید فقط از باریستا انتظار داشت که منظم کار کند.

۲. هدف مشترک: همه اعضای مجموعه باید برای رسیدن به یک هدف مشترک تلاش کنند. هدف نباید صرفاً گذراندن شیفت کاری و دریافت حقوق ماهانه ۲۰ تا ۲۵ میلیون تومانی باشد؛ بلکه باید در کنار یکدیگر، بدون خودخواهی و با همکاری و همدلی، برای پیشرفت خود و مجموعه تلاش کنیم.

اما توصیه‌ام به باریستاهای تازه‌کار این است که اصلاً وارد این حرفه نشوند! (با خنده) البته شوخی می‌کنم. اگر بخواهم جدی صحبت کنم، توصیه‌ام این است که حتماً آموزش ببینند، همیشه به دنبال یادگیری مهارت‌های جدید باشند و هیچ‌وقت از پیشرفت و یادگیری دست نکشند.

NINURETA



NINURETA COFFEE

نینورتا سوخت لازم
برای شروع روز تازه



هوپ سی‌دو

از سادگی تا عصاره‌گیری کامل قهوه

نویسنده: صبا صنایع



سی‌دو

هوپ







هوپ‌سی دو؛ از سادگی تا عصاره‌گیری کامل قهوه

پیش از آنکه برند مشهور ایتالیایی سی دو (CEADO) در سال ۲۰۲۲ دم‌افزار هوپ (Hoop) را معرفی کند، بسیاری از علاقه‌مندان قهوه تصور می‌کردند با یک دریپر (Dripper) دستی معمولی طرف هستند. اما نوشیدن اولین فنجان دم‌شده با هوپ همه تصورات را تغییر داد. عطر دلنشین، تعادل دقیق مزه‌ها و لذیذ بودن طعم قهوه به‌وضوح نشان می‌دهد که این دستگاه فراتر از یک ابزار ساده است و کیفیت دم‌آوری را بدون نیاز به مهارت پیچیده، به سطح حرفه‌ای می‌رساند. هر فنجان قهوه‌ای که با این ابزار دم‌آوری می‌شود، تجربه‌ای قابل‌اعتماد و یکنواخت ارائه می‌کند که هم برای مبتدی‌ها و هم برای کاربران باتجربه، لذت‌بخش است.

باریستاها و متخصصان قهوه نیز از ترکیب سادگی و نتایج یکنواخت هوپ تعریف می‌کنند. این دستگاه به آن‌ها امکان می‌دهد بدون صرف زمان زیاد یا تنظیمات پیچیده، فنجانی با طعم متعادل و بدون تلخی ارائه دهند. کافی است آب را در حلقه بیرونی بریزند و چند دقیقه صبر کنند تا یک دم‌آوری دقیق و مطمئن آماده شود. به این ترتیب هوپ تجربه‌ای ملموس از کیفیت حرفه‌ای قهوه را در قالب یک ابزار کم‌دردسر به کاربران ارائه می‌دهد.

• دم‌آوری بی‌دردسر و قهوه‌ای بی‌نقص با هوپ سی دو

روش دم‌آوری با هوپ سی دو کاملا ساده و کاربرپسند است. ابتدا آب را به آرامی در حلقه‌ی بیرونی (Outer Chamber) بریزید و بگذارید دستگاه بقیه‌ی فرآیند دم‌آوری را انجام دهد. برخلاف روش‌های سنتی دم‌آوری دستی، نیازی به مرطوب‌کردن اولیه (Prewet)، بلوم (Bloom) یا چرخاندن و هم زدن قهوه نیست؛ زیرا طراحی دقیق هوپ، جریان آب و عصاره‌گیری را به‌صورت یکنواخت کنترل می‌کند. در برخی موارد، به‌ویژه هنگام استفاده از آسیاب ریزتر، ممکن است سطح قهوه حالت پوسته‌ای یا فشرده (Crust) پیدا کند و عبور یکنواخت آب با اختلال مواجه شود. در این شرایط می‌توان از تکنیک توزیع ویس با نیدل (WDT) استفاده کرد؛ روشی ساده که در آن با کمک سوزن‌های نازک، سطح قهوه پیش از دم‌آوری به‌آرامی باز و یکنواخت می‌شود. این کار باعث می‌شود ذرات قهوه به‌طور مساوی پخش شوند، مسیر عبور آب یکدست‌تر شود و در نتیجه عصاره‌گیری کامل‌تر، متعادل‌تر و با طعم شفاف‌تری در



فنجـان نهـایی حاصـل شـود. همچنیـن بـا اسـتفاده از فیلتـر اختیـاری (Optional Filter)، می‌تـوان آسیـاب ریزتـر بـه کار بـرد تـا عصاره‌گیـری بالاتـر و شـفافیت طعـم بیشـتری در همـان زمـان دم‌آوری چهـار دقیقـه‌ای حاصـل شـود.

• هوپ سی‌دو: مهندسی دقیق برای دم‌آوری حرفه‌ای قهوه

هـوپ سی دو دارای ویژگی‌هـای فـنی قابل‌توجـهی اسـت کـه منچـر بـه دم‌آوری قهـوه در سـاده‌ترین حالـت ممکـن می‌شـود. دسـتگاه از سیسـتم تزریـق شـعاعی (Radial Infusion) بهـره می‌بـرد کـه در آن آب ابتـدا از حلقـه‌ی بیـرونی وارد بـرج جریـان (Flow Tower) می‌شـود و به‌صـورت یکنواخـت روی بسـتر قهـوه توزیـع می‌شـود. به‌این‌ترتیـب عصاره‌گیـری کاملاً متعـادل حاصـل می‌شـود. همچنیـن اتاقـک دم‌آوری بـدون عبـور ناصـاف (No-bypass brewing chambe) از تمـاس مسـتقیم آب بـا کناره‌هـای قهـوه جلوگیـری کـرده و تلـخی و تیـزی مـزه در دهـان (Astringency) را کاهـش می‌دهـد. امـکان ریختـن تمـام آب در یـک مرحلـه بـا کنتـرل دقیـق جریـان، کیفیـت دم‌آوری را حفـظ می‌کنـد. طـراحی کم‌حجـم و سـبک (compact and lightweight) بـا جنـس بـدون بیسـفنول و قطعـات قابـل جداسـازی، تمیـزکاری آسـانی دارد و ظرفیـت آن بـرای دم‌آوری ۱ تـا ۲ فنجـان با حداکثر ۲۰ گرم قهوه آسیاب‌شده است.

• مزایـای هـوپ؛ دم‌آوری مطمئـن و یکنواخـت بـا یـک ابـزار هوشـمند

هـوپ بـا طـراحی هوشـمندانه خـود، تجربـه‌ای سـاده و مطمئـن از دم‌آوری قهـوه ارائـه می‌دهـد کـه هـم بـرای کاربـران خانـگی و هـم کافی‌شـاپ‌ها جـذاب اسـت.

• **کاربری آسان:** نیاز به مهارت و زمان کم برای دم‌آوری.

• **عصاره‌گیری یکنواخت:** کیفیت ثابت در هر بار دم‌آوری.

• **عمق بستر کافی:** کاهش تلخی و افزایش لطافت طعم.

• **تمیـزکاری آسـان:** قطعـات قابـل جداسـازی و قابلیـت اسـتفاده از فیلترهـای اسـتاندارد و اختیـاری بـرای آسیـاب درشـت یـا ریـز.

• **مناسـب کافی‌شـاپ‌ها:** دم‌آوری سـریع و قابـل اعتمـاد بـرای سـرو چنـد فنجـان.

• چشیدن طعم قهوه تازه به کمک دم‌آوری ابزاری مدرن

هـوپ سی دو ترکیـبی بی‌نظیـر از سـادگی، دقـت و کیفیـت بـالا اسـت. ایـن دریپـر دسـتی امـکان دم‌آوری یکنواخـت و مطمئـن را بـرای کاربـران خانـگی و کافی‌شـاپ‌ها فراهـم می‌کنـد. هـوپ بـا طـراحی هوشـمند، کاهـش تیـزی مـزه در دهـان (Astringency) و عصاره‌گیـری متعـادل، طعـمی لذیـذ و جـذاب را بـه شـما ارائـه می‌دهد.



ACCESSORIES

AYTACK ACCESSORIES

پری اینفیوژن و پری وت

کلید ثبات

و کیفیت در عصاره‌گیری قهوه

نویسنده: شیرین معنوی



قهوه





پری اینفیوژن و پری وت؛ کلید ثبات و کیفیت در عصاره‌گیری قهوه

پری اینفیوژن (Pre-infusion) و پری وت (Pre-wet) دو مرحله کلیدی در فرآیند عصاره‌گیری اسپرسو هستند که نقش حیاتی در ثبات و کیفیت قهوه دارند. پری وت به معنای پیش‌خیساندن سطح کیک قهوه با مقدار کمی آب قبل از شروع عصاره‌گیری اصلی است، در حالی که پری اینفیوژن شامل کنترل فشار و زمان دقیق این مرحله برای آماده‌سازی یکنواخت قهوه می‌شود. هر دو مرحله باعث جلوگیری از چنلینگ و بهبود طعم نهایی اسپرسو می‌شوند.

• تعریف و مکانیسم عملکرد پری وت و پری اینفیوژن

پری وتفرآیندی ساده‌تر و عمومی است که تقریباً در همه دستگاه‌ها اتفاق می‌افتد. هدف آن مرطوب کردن سطح کیک قهوه با فشار کم برای چند ثانیه است تا ذرات قهوه به‌آرامی آماده عصاره‌گیری شوند. این کار از شوک اولیه جلوگیری کرده و مانع عصاره‌گیری نامتوازن قهوه می‌شود. پری اینفیوژن واقعی قابلیت تنظیم دستی دارد و به کاربر اجازه می‌دهد زمان و فشار دقیق مرحله ابتدایی عصاره‌گیری را مشخص کند.

معمولاً فشار بین ۱ تا ۳ بار و مدت زمان اولیه ۱ تا ۵ ثانیه است. این کنترل دقیق باعث یکنواختی عصاره‌گیری، کرمای پایدارتر و بادی متعادل قهوه می‌شود.

• تفاوت‌های عملکردی؛ پیش‌خیساندن مکانیکی در مقابل پری اینفیوژن واقعی

پری وت در دستگاه‌های معمولی‌تر مانند تک بویلر یا مودا به صورت مکانیکی و خودکار انجام می‌شود و به آن پیش‌خیساندن گفته می‌شود. این فرآیند ساده از شروع عصاره‌گیری با فشار کم تشکیل شده و به شکل خودکار اتفاق می‌افتد. اما پری اینفیوژن واقعی زمانی رخ می‌دهد که کاربر بتواند ثانیه‌دهی و فشار آب را به صورت دستی تنظیم کند. این قابلیت در دستگاه‌های پیشرفته مانند ماتریکس، ویکتوریا و آرکادیا فراهم است و تأثیر بسیار بیشتری بر کیفیت نهایی شات اسپرسو دارد.

• مزایای حیاتی پری وت و پری اینفیوژن در ثبات و کیفیت طعم

پری‌وت و پری‌اینفیوژن مزایای زیر را به همراه دارند:

- **یکنواختی عصاره‌گیری:** همه ذرات قهوه به یک اندازه عصاره‌گیری شده و شات اسپرسو یکنواخت ارائه می‌شود.
- **بهبود طعم و بادی:** قهوه طعمی متعادل‌تر و بادی قوی‌تر پیدا می کند.
- **ثبات در نتیجه:** کرما پایدارتر و اسیدیته متعادل در فنجان حس می‌شود.
- **جلوگیری از شوک:** شروع عصاره‌گیری با فشار کم از آسیب به



ذرات قهوه جلوگیری می‌کند.

• **جبران خطای انسانی:** تمپ ناقص یا فشار نامناسب را تا حدی جبران می‌کند.

مزایای پری اینفیوژن زمانی که قابل تنظیم دستی باشد، کامل‌تر و مشخص‌تر است، به طوری که امکان کنترل دقیق پروفایل عصاره‌گیری فراهم می‌شود.

• اهمیت کاربردی، قابلیت تنظیم دستی

قابلیت تنظیم دستی پری اینفیوژن و پری وت برای دوستداران قهوه و لابراتوارهای قهوه اهمیت ویژه دارد. در محیط‌های حرفه‌ای مانند روستری‌ها یا لابراتوارهای تست قهوه، ثبات دما و دوره عصاره‌گیری برای تست قهوه‌های مختلف حیاتی است. دستگاه‌هایی مانند بیزرا، ماتریکس، ویکتوریا و آرکادیا این امکان را فراهم می‌کنند که کاربر ثانیه‌دهی و فشار پری اینفیوژن را به دلخواه تنظیم کند. مدل ماتریکس"E61" با گروپ هد اهرمی و پری اینفیوژن خاص خود، عملکرد تخصصی‌تری ارائه می‌دهد و برای لابراتوارها مناسب است.

• نگاهی نهایی به پری وت و پری اینفیوژن

پری وت و پری اینفیوژن نقش حیاتی در تولید اسپرسوی با کیفیت دارند. پری وت مرحله‌ای عمومی و ساده است که تقریباً در همه دستگاه‌ها وجود دارد و به عنوان پیش‌خیساندن اولیه عمل می‌کند. پری اینفیوژن واقعی مرحله‌ای پیشرفته با امکان تنظیم دقیق فشار و زمان است که کیفیت نهایی شات اسپرسو را به طور چشمگیری بهبود می‌بخشد. با درک درست و استفاده مناسب از هر دو فرآیند، هر شات اسپرسو یکنواخت، متعادل و لذیذ خواهد بود و تجربه‌ای حرفه‌ای برای دوستداران قهوه فراهم می‌کند.

BEZZERA
DAL 1901





آی‌تک

از یک رؤیای کوچک تا خانواده‌ای فعال در صنعت هورکا

نویسنده: علی میرقاسمی

آی‌تک





آی‌تک؛ از یک رؤیای کوچک تا خانواده‌ای فعال در صنعت هورکا

داستان آی‌تک از اوایل دهه ۱۳۶۰ و با رؤیای یک کارآفرین جوان آغاز شد؛ زمانی که آقای احمد امتی در ۲۳ سالگی، نخستین فروشگاه خود را در زمینه تولید و پخش بستنی راه‌اندازی کرد. علاقه او به ماشین‌آلات و تجهیزات این صنعت، مسیر فعالیتش را به‌تدریج تغییر داد و زمینه ورود به حوزه‌ای تخصصی‌تر را فراهم کرد. در اوایل دهه ۱۳۷۰، این علاقه به تأسیس فروشگاهی برای عرضه تجهیزات و ماشین‌آلات بستنی و آبمیوه‌بستنی در میدان راه‌آهن تهران انجامید؛ فروشگاهی که نقطه آغاز شکل‌گیری مجموعه آی‌تک شد.

این مجموعه تا اواسط دهه ۱۳۸۰ با نام «فروشگاه سرمایش» فعالیت می‌کرد و پس از آن با نام «فروشگاه مرکزی نیک» شناخته شد. در همین سال‌ها، نمایندگی فروش دستگاه‌های بستنی‌ساز نیکنام و شمس به فعالیت‌های مجموعه اضافه شد و واردات یخچال و فریزرهای فروشگاهی برندهای آگور و کلیماسان ترکیه آغاز گردید. این همکاری‌ها، دامنه محصولات را گسترش داد و ارتباط مجموعه با نیازهای تخصصی بازار تجهیزات غذایی و فروشگاهی را عمیق‌تر کرد.

در سال ۱۳۸۶، با پیوستن نسل جوان‌تر خانواده، مسیر تازه‌ای برای توسعه کسب‌وکار شکل گرفت. شرکت بازرگانی کلیماران در دفتری مجزا در کنار فروشگاه آغاز به کار کرد تا فعالیت‌ها از ساختار فروشگاهی به یک مجموعه بازرگانی گسترش یابد. در اواخر همین دهه، آبمیوه‌گیری‌ها و میکسرهای سی‌دو ایتالیا نیز به سبد محصولات اضافه شدند و زمینه حضور گسترده‌تر در بازار تجهیزات حرفه‌ای نوشیدنی فراهم شد.

• از شکل‌گیری برند تا گسترش فعالیت‌ها

در سال ۱۳۸۹، برند تجاری «آی‌تک» به‌طور رسمی متولد شد و فعالیت خود را با هویتی مستقل ادامه داد. شکل‌گیری این برند، تجربه سال‌های گذشته را در قالب نامی واحد گرد آورد و مسیر توسعه فعالیت‌های بازرگانی مجموعه را روشن‌تر کرد.

در سال ۱۳۹۷، آی‌تک با بازطراحی محدود هویت بصری و معرفی دومین لوگوی خود، وارد مرحله تازه‌ای شد. در همین دوره، شعار «فناوری برای دنیای شیرین‌تر» مطرح شد و پیوند میان پیشینه مجموعه در صنعت بستنی و نگاه آن به فناوری را بازتاب داد.



در این دوره، همکاری با برندهای اروپایی در قالب قراردادهای رسمی گسترش یافت و واردات محصولات آن‌ها بر پایه این قراردادها ادامه پیدا کرد. سبد برندهای مجموعه نیز گسترده‌تر شد و همکاری با برندهایی از جمله بیزرا، براس، برما، شیرر، سی‌دو و رشنال، تنوع تجهیزات را افزایش داد. همزمان، همکاری با برندهای دستگاه بستنی‌ساز متوقف شد و تمرکز مجموعه بر توسعه تجهیزات حرفه‌ای کافه، نوشیدنی، آشپزخانه و فروشگاهی افزایش یافت.

در ادامه این مسیر، آی‌تک با گسترش شبکه نمایندگان و عاملان فروش، ارتباط خود را با مشتریان در سراسر ایران توسعه داد. حضور در نمایشگاه‌ها و رویدادهای تخصصی نیز فرصتی فراهم کرد تا مجموعه، محصولات و خدمات خود را به فعالان صنعت معرفی کند. این ارتباط مستمر با بازار، به شناخت دقیق‌تر نیازهای کافه‌ها، رستوران‌ها، هتل‌ها و فروشگاه‌ها کمک کرد و بر انتخاب تجهیزات و توسعه خدمات اثر گذاشت.

همراهی آی‌تک با صنعت هورکا، آموزش و رویدادهای حرفه‌ای را نیز در بر گرفت. حمایت از برنامه‌های تخصصی و مسابقات باریستاها و بارتندرها، بخشی از مشارکت مجموعه در این حوزه بود. این فعالیت‌ها، ارتباط آی‌تک را با جامعه حرفه‌ای صنعت تقویت کرد و فرصتی برای تبادل تجربه و شناخت نیازهای کاربران تجهیزات فراهم آورد.



• خدماتی که همراه تجهیزات رشد کرد

با افزایش تعداد مشتریان و گسترش شبکه فروش، نیاز به خدمات پس از فروش تخصصی و تأمین قطعات اهمیت بیشتری پیدا کرد. در پاسخ به این نیاز، نسل جوان‌تر خانواده با گذراندن دوره‌های آموزشی و دریافت مدارک فنی از تأمین‌کنندگان بین‌المللی، واحد «ماه‌تک سرویس» را راه‌اندازی کرد. این واحد با هدف پشتیبانی از مشتریان، تعمیر و نگهداری تجهیزات و کمک به افزایش طول عمر دستگاه‌ها فعالیت خود را آغاز کرد.

این بخش امروز با نام «آی‌تک سرویس» به فعالیت ادامه می‌دهد و خدمات پس از فروش، گارانتی محصولات، تعمیرات تخصصی و تأمین قطعات را بر عهده دارد. شکل‌گیری و توسعه آن بر این نگاه استوار بوده است که ارتباط با مشتری پس از تحویل دستگاه ادامه پیدا می‌کند. پشتیبانی فنی نیز به صاحبان کسب‌وکار کمک می‌کند تا برای نگهداری و استفاده از تجهیزات خود، به خدمات تخصصی دسترسی داشته باشند.

AYTACK Trust Us!

• فصل تازه‌ای در هویت مجموعه و تولید

سال ۱۴۰۱، آغاز مرحله‌ای تازه در تحول مجموعه بود. تغییرات در ساختار سهامداران، بازنگری در استراتژی برند و طراحی هویت بصری جدید، زمینه این تحول را فراهم کرد. این مسیر در سال ۱۴۰۳ با بازآفرینی کامل برند و معرفی چهره تازه آی‌تک ادامه یافت و به هماهنگی بیشتر بخش‌های مختلف مجموعه انجامید.

در همین دوره، همکاری با برخی تأمین‌کنندگان داخلی و خارجی متوقف شد و توسعه مسیرهای تازه در دستور کار قرار گرفت. راه‌اندازی شرکت «وزین آریان رهام» در منطقه آزاد انزلی، یکی از گام‌های این دوره بود. این شرکت با هدف انتقال دانش و فناوری بین‌المللی به نیروهای جوان ایرانی و توسعه تولید تجهیزات برودتی تأسیس شد و تولید یخچال‌ها، فریزرها و یخسازها را در مسیر فعالیت خود قرار داد.

در سال ۱۴۰۴، معرفی برند «نینورتا» فصل دیگری به داستان آی‌تک اضافه کرد. این برند با هدف ارائه تجهیزات حرفه‌ای، به‌روز و اقتصادی معرفی شد و محصولاتی مانند قهوه‌سازهای سوپر اتوماتیک، بلندرها و آبمیوه‌گیری‌ها را به سبد مجموعه افزود. قهوه‌سازهای نینورتا با مدل‌هایی مانند ۱۰۲، ۲۰۳ و ۳۰۲، برای پاسخ‌گویی به نیاز کافه‌ها، شرکت‌ها، هتل‌ها، قنادی‌ها و مجموعه‌های خدماتی وارد بازار شدند.

AYTACK Service AYTACK Commercial AYTACK Accessories AYTACK Academy

• خانواده‌ای با چهار حوزه فعالیت

امروز فعالیت‌های آی‌تک در چهار بخش اصلی دنبال می‌شود که هرکدام بخشی از نیازهای مشتریان را پوشش می‌دهند. «آی‌تک کامرشیال» در تأمین و عرضه تجهیزات حرفه‌ای کافه، رستوران، نوشیدنی و فروشگاه فعالیت می‌کند. «آی‌تک سرویس» نیز با تکیه بر تجربه فنی مجموعه، مسئولیت خدمات پس از فروش، تعمیرات، تأمین قطعات و پشتیبانی تجهیزات را بر عهده دارد.

«آی‌تک اکسسوریز» با هدف تکمیل زنجیره محصولات مجموعه شکل گرفته است و ابزارهای تخصصی بار سرد، بار گرم و دم‌آوری را ارائه می‌کند. محصولات این بخش، از لوازم کار باریستا و بارتندر تا تراول‌ماگ و تجهیزات تهیه نوشیدنی را شامل می‌شوند و به نیازهای حرفه‌ای و خانگی پاسخ می‌دهند. در کنار آن، «آی‌تک آکادمی» مسیر آموزشی مجموعه را ادامه می‌دهد و بستری برای ارائه آموزش‌های باریستا و دیگر مهارت‌های تخصصی صنعت هورکا فراهم می‌کند.

توسعه ارتباط با مخاطبان در فضای دیجیتال نیز بخش دیگری از این مسیر بوده است. در سال ۱۴۰۴، تیم دیجیتال مارکتینگ آی‌تک با هدف گسترش زیرساخت‌های آنلاین، تولید محتوای تخصصی و تقویت دسترسی مشتریان شکل گرفت. در ادامه، وب‌سایت جدید مجموعه در سال ۱۴۰۵ راه‌اندازی شد تا محصولات، خدمات و آموزش‌ها در بستری به‌روز معرفی شوند و امکان توسعه فروش آنلاین فراهم شود.

آی‌تک امروز حاصل دهه‌ها تجربه، یادگیری و همکاری چند نسل است؛ مجموعه‌ای که از یک فروشگاه کوچک در دهه شصت آغاز شد و همراه با نیازهای بازار رشد کرد. در این مسیر، تأمین تجهیزات، توسعه تولید، آموزش و پشتیبانی به بخش‌های مکمل یک خانواده تبدیل شده‌اند. آی‌تک با تکیه بر همین تجربه، مسیر خود را با هدف همراهی با فعالان صنعت و پاسخ‌گویی به نیازهای امروز و فردای آنان ادامه می‌دهد.



REV

Steel



ceado.

BRAS®

- کارکرد کم‌صدا
- دارای دو مخزن 10 لیتری
- همزن دوم برای تولید دو نوشیدنی هم‌زمان



AYTACK
Trust Us!

گاهنامه آی‌تک

www.aytack.com

