



از ۷ تا ۱۳ اسفندماه سال جاری برگزار می‌شود

نمایشگاه حلال، فرصتی استثنایی برای شکوفایی صنعت غذا



مهندس محسن معظمی گودرزی
mohsen_moazami2000@yahoo.com

تجارت محصولات غذایی حلال، امروزه در جهان با توجه به حضور بیش از ۱/۵ میلیارد مسلمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است و بدون شک کشورمان با پیشینه تاریخی و اسلامی و پیشرفت‌هایی که در سال‌های اخیر در زمینه محصولات غذایی نایل گردیده است، یکی از نقاط عطف تولید و صادرات این محصولات در جهان است. به عبارتی برند حلال اکنون به فرصتی استثنایی در جهان صنعت غذا تبدیل شده که کشورهای غیراسلامی فرصت طلب در دنیای اقتصاد نظیر چین، انگلیس و... طالب سرمایه‌گذاری‌های عظیمی در خصوص آن هستند.

به همین روی برگزاری نخستین نمایشگاه بین‌المللی غذای حلال که از ۷ تا ۱۳ اسفندماه جاری در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران دایر می‌گردد، می‌تواند نقطه آغازی درخشان بر معطوف شدن نگاه بازارهای جهانی به غذای حلال در ایران باشد.

توسعه تجارت به شرکتهای تولیدکننده محصولات غذایی که در بسته‌بندی صادراتی خود از آرم حلال استفاده کنند، مشوق صادراتی خواهد کرد.

محمدعلی ضیغمی افزود: طرح برندسازی غذای حلال با هماهنگی سازمان کنفرانس کشورهای اسلامی در ایران آغاز شده و با رایزنیهای گسترده در اتاق مشترک کشورهای اسلامی در ایران، برای دستیابی به برند واحد در دست انجام است.

وی خاطر نشان کرد: با این که تمامی محصولات غذایی تولیدی کشور صدرصد حلال و حلیت آن برای همه مصرف‌کنندگان داخلی روشن است، اما برند حلال با پشتوانه بهداشتی و سلامتی نمادی از کیفیت برتر خواهد بود.

ضیغمی تصریح کرد: در زمان حاضر برخی از محصولات ایرانی با برند حلال به کشور مالزی و دیگر کشورهای اسلامی صادر می‌شود.

همچنین مدیرعامل انجمن متخصصان صنایع غذایی کشور امروز در جمع خبرنگاران گفت: ۱۰ کشور خارجی شامل اسپانیا، هند، مالزی، امارات متحده، اندونزی، بحرین، تایلند، افغانستان، تاجیکستان و عراق و ۱۵۰ شرکت داخلی در اولین نمایشگاه بین‌المللی محصولات صنایع غذایی ایران که از ۷ تا ۱۳ اسفندماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود، حضور خواهند یافت که این تعداد تا زمان برگزاری نمایشگاه قطعا افزایش می‌یابد.

سید محمد حسینی با اشاره به اینکه ایران پس از مالزی و امارات متحده عربی سومین کشور برگزارکننده نمایشگاه حلال است، افزود: بحث توزیع غذای حلال



غذا نیز برای غیرمسلمانان مدنظر قرار می‌گیرد. معاون بازاریابی و تنظیم بازار سازمان توسعه تجارت افزود: بازار محصولات حلال محدود به کشورهای اسلامی نیست. اتاق مشترک کشورهای اسلامی که در ایران فعال است قصد دارد تا یک برند حلال مشترک را پشتیبانی کند.

وی تصریح کرد: ایران به عنوان کشوری که ۱۰۰ درصد محصولات حلال تولید می‌کند، باید در این بازار مهم پیشگام باشد و برای پوشش هر چه بیشتر این مساله، نمایشگاه نقش مهمی را می‌تواند داشته باشد و امیدواریم که نمایشگاه‌های مرتبط با برند حلال در تقویم دائمی قرار گیرند.

معاون بازاریابی و تنظیم روابط تجاری سازمان توسعه تجارت در کنفرانس مطبوعاتی غذای حلال گفت: سازمان

به همین مناسبت در کنفرانس مطبوعاتی که در سازمان توسعه تجارت با مهندس شافعی‌نیا، مدیر کل توسعه بازار وزارت جهاد کشاورزی، دکتر ضیغمی، معاون بازاریابی و تنظیم بازار سازمان توسعه تجارت و دکتر حسینی، مدیرعامل انجمن متخصصان غذایی کشور برگزار شد، راهبردهای توسعه تجارت و برند حلال در کشورمان بررسی گردید.

شافعی نیا در این مراسم گفت: حتی کشورهای غیراسلامی نیز خواهان محصولاتی با برند حلال هستند. در این کنفرانس دکتر ضیغمی با بیان اینکه حرکت کشورها به سمت توسعه مستوجب امنیت و بهداشت بیشتر می‌شود و این عامل در صنعت غذا نیز بیشتر است گفت: در همین رابطه برند حلال نه تنها توجه مسلمانان را به خود اختصاص داده بلکه به عنوان نشانی برای سلامت

ضرورت نگاه جدی به سرمایه گذاری در بخش کشاورزی آفریقا



مهندس حسن خسروجردی
رئیس شورای همکاری های اقتصادی ایران و آفریقا

قاعدتا در همهی جای آفریقا شرایط کشاورزی مناسب نیست و در بعضی مناطق که به مناطق حاره ای یا چهار فصل معروف هستند، شرایط مساعدتر است. در این زمین ها، هم آب فراوان وجود دارد و هم خاک مستعد برای کشاورزی. البته بعضی از مناطق به علت بارندگی زیاد خاکشان مورد تایید نیست. یکی دیگر از عوامل مثبت پایین بودن هزینه تولید کالا، کم بودن نرخ نیروی انسانی است که یکی از پرهزینه ترین بخش ها می باشد. (یک پنجم هزینه در ایران) با توجه به اینکه تنها در بخش کوچکی از مناطق جنوبی کشورمان قادر به تولید محصولات مناطق حاره ای هستیم و عمدتا در زمینه این گونه محصولات واردکننده می باشیم، می توان با سرمایه گذاری در این مناطق محصولات مورد نظر را تولید کرده و وارد کنیم؛ در این صورت می توان هم سود تولید، هم سود صادرات و هم سود واردات را برد. اگر این محصولات را برای ایران بخواهیم بهتر است، با توجه به مساله گرانی، هزینه سوخت و حمل و نقل در آفریقا، اقتصادی تر است کشورهای را که ساحل دارند انتخاب کنیم بخصوص کشورهایی که در شرق آفریقا قرار دارند.

در حال حاضر سه میلیارد دلار بودجه برای سرمایه گذاری در آفریقا در نظر گرفته شده، اما یکی از مشکلات برای جذب این اعتبارات، که تاکنون بیش از ۵ درصد این اعتبارات از اول انقلاب تا کنون جذب نشده، علی رغم تایید بازده اقتصادی از سوی دولت، ارجاع دادن آنها به بانکها و کارشناسان آنها می باشد. کارشناسانی که به اندازه ای کافی اشراف به آفریقا و مسایل مربوط به آن ندارند و با توجه به بالا بودن میزان تسهیلات و مشکلات شرایط نظارت، بهترین و ساده ترین راه برای کارشناسان بانکها، گرفتن وثیقه های سنگین است که اکثر سرمایه گذاران مجربان طرحها آن را ندارند در نتیجه از ادامه راه منصرف می شوند و به نوعی شرکت هایی موفق به اخذ این تسهیلات می شوند که تحت پوشش دولت باشند. در این جا بانک به عنوان یک ابزار مورد استفاده قرار می گیرد که ابزار کارآمدی نیست و بهتر است دولت اصلاحاتی در این روش صورت دهد. در اتاق ایران طرحی پیشنهاد شده و در دست بررسی می باشد و امید به اجرا شدن آن داریم. در این طرح یک شرکت سرمایه گذاری در آفریقا ثبت می شود که ۸۰ درصد آن را بخش خصوصی و ۲۰ درصد آن را بخش دولتی به عنوان چشم و نماینده دولت تشکیل می دهد و اعتبارات آفریقا از طریق این شرکت به پروژه ها تزریق می شود. در این سیستم وقتی طرحی ارابه می شود پس از آن که تایید شد، شرکت سرمایه گذاری در اجرای آن مشارکت می کند. با این کار شخصی را در داخل هیات مدیره به عنوان ناظر قرار می دهد تا از روند پیشروی پروژه مطلع گردد و مطمئن باشد اعتبارات در قسمت مربوطه سرمایه گذاری می شود. در این روند دیگر نیازی به وثیقه نیست و خود طرح حکم ضمانت دارد و در پایان می توان پس از برگشت اعتبار اهدایی به پروژه مورد نظر به شرکت سرمایه گذاری آفریقا، در صورت تمایل شریک تجاری یا همان طراح و متقاضی اعتبار می تواند سهام شرکت سرمایه گذاری را دریافت دارد.



با برند آن که از سال ۱۹۹۷ توسط کشور مالزی آغاز شد، به منظور توسعه صادرات محصولات غذایی ایران به کشورهای مسلمان و غیرمسلمان در ایران نیز آغاز به کار کرد. وی تصریح کرد: برندسازی برای غذای حلال که نماد کیفیت و سلامت محصولات غذایی است، از سال ۱۳۸۵ در کشور آغاز شده و تلاش برای دستیابی به یک برند واحد توسط موسسه استاندارد در حال انجام است.

دکتر حسینی با حیاتی خواندن برند حلال برای محصولات غذایی کشورهای اسلامی گفت، شرکت های داخلی یا از اتاق ایران برند می گیرند و یا اینکه آن را خودشان بر روی محصولاتشان می زنند اما چون برند گرفتن از اتاق ایران سبب پرداخت هزینه های نسبتا زیادی برای آنها می شود، تمایل چندانی برای گرفتن آن از اتاق ایران ندارند. آرم برند حلال برگرفته از سیب است که بنده به عنوان استاد دانشگاه امیرکبیر آن را بهترین میوه برای حفظ سلامتی و نشاط انسان می دانم. حلال نیز یک کلمه اسلامی است که هیچ مشکل و یا اختلافی از نظر ایرانی یا عربی بودن ایجاد نمی کند.

در ادامه این نشست مهندس شافعی نیا، مدیر کل توسعه بازار وزارت جهاد کشاورزی گفت: از نقطه نظر اقتصادی موضوع غذای حلال می تواند رشد بسیار سریعی داشته باشد و اگر این مساله بهتر تبیین شود، محصول بهتر با بهره روری بالاتری نیز در کشاورزی و صنعت غذا خواهیم داشت که باید از این منظر به سمت گسترش غذای حلال پیش برویم.

وی افزود: برند حلال فقط یک آرم نیست بلکه باید برند حلال یک پروسه و ممیزی مشخصی را داشته باشد. در این زمینه افراد متخصص و علمی باید باشند و برند حلال از لحاظ پشتوانه ملی باید محکم باشد.

شافعی نیا سپس گفت: در ضمن کار ممیزی انجام شده در این رابطه باید توسط یک نظام نامه مشخص انجام گردد که در سال ۱۳۸۷ در مالزی این عنوان بررسی شد.

وی در ادامه گفت: برند حلال توجه خیلی از محافل را به خود اختصاص داده و تا آن جا پیش رفته که حتی کشورهای غیراسلامی نیز خواهان محصولاتی با برند حلال هستند.