

بررسی صنعت حلال کشور با محوریت صنایع غذایی

بینا نوروزی

عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
Bnorouzi51@yahoo.com

صنایع غذایی حلال / صادرات

چکیده

یکی از دستاوردهای مهم این مطالعه ارائه راهبردها و برنامه‌هایی از فرآیندهای رشد و توسعه صنعت غذایی حلال کشور در افق ۱۴۰۴ بود که در سه محور توسعه تولید، توسعه صادرات و نهادهای پشتیبانی‌کننده را به تصویر می‌کشد. بنابراین با تمرکز به موضوع توسعه تولید و صادرات آن موارد ذیل را دنبال نموده است که شامل طراحی و تدوین چشم‌انداز، اهداف توسعه صنعت غذایی حلال کشور می‌باشد.

ایران در میان کشورهای آسیای جنوب غربی، سومین کشور صادرکننده مواد غذایی با منشاء حلال می‌باشد. ترکیه با صادرات بیش از ۵۸۰۶ میلیون دلار در مقام نخست و پاکستان با صادرات ۲۹۹۹ میلیون دلار در مقام دوم قرار دارند. متوسط نرخ رشد سالانه ترکیه در طول سال‌های ۲۰۰۲-۲۰۱۰، سالانه ۱۷ درصد بوده است. ایران برای اینکه بتواند در افق ۱۴۰۴ به سطح صادرات ترکیه برسد مستلزم افزایش چند برابری در صادرات مواد غذایی

است. حال با کوچک کردن این افق تنها در سال ۲۰۱۵ و در قالب سناریوی رسیدن به نصف صادرات مواد غذایی ترکیه، آنگاه نرخ رشد مطلوب در این وضعیت برای ایران رقم ۳۳ درصدی پیش‌بینی می‌شود. با در نظر گرفتن رشد سالانه صادرات مواد غذایی ایران تا افق ۲۰۱۵، ارزش صادرات مواد غذایی به ۶۳۶۵ میلیون دلار هدف‌گذاری می‌شود. در این سطح از صادرات، سهم ایران در بازار جهانی می‌تواند به رقم ۰/۹۱ درصد بالغ گردد.

با توجه به ماموریت و چشم‌انداز تصویر شده برای آینده مطلوب صنعت غذایی حلال، اهداف راهبردی مورد نظر در موارد زیر خلاصه می‌گردد.

- ایجاد الگویی از یک کشور اسلامی توسعه‌یافته در صنعت غذایی با استاندارد حلال
- پیشتازی و نزدیک شدن به کانون دانش تولید و صادرات مواد غذایی با استاندارد حلال

مقدمه

در یک دهه اخیر، «حلال» به واژه‌ای کاملاً رایج در

بخش‌های مختلف اقتصادی کشورهای مسلمان تبدیل شده است که علت اصلی آن، حجم بالای سرمایه‌گذاری‌های خارجی و صادرات محصولات غذایی و غیر غذایی غرب به خاورمیانه و جنوب شرقی آسیا بوده است. معنای این واژه عربی که «مجاز» یا «مشروع» می‌باشد، بسیار روشن است. با این وجود، تفسیر و تعبیر علمی آن در کشورهای مختلف واردکننده محصولات حلال، متفاوت است [۱]. حلال کلمه‌ای عربی که معنای آن مجاز یا قانونی برای مسلمانان است. حلال به چیزی اشاره دارد که در شریعت اسلام مجاز تشخیص داده شده و در مورد هر نوع فعالیت بشری کاربرد دارد. مخالف آن حرام است و این کلمه به چیزهای اشاره دارد که غیرقانونی یا ممنوع هستند.

کلمه حلال معمولاً در ارتباط با غذا به کار می‌رود که اشاره دارد به غذایی که با قوانین اسلام مطابقت داشته باشد. براساس دستورالعمل «AL/GL 24 1997» برای استفاده از واژه حلال صادره از دبیرخانه سازمان خواربار و کشاورزی (FAO) و برنامه استاندارد غذای سازمان جهانی بهداشت (۱۹۹۹)، غذای حلال عبارت است از غذایی که به موجب قوانین اسلام مجاز است و بایستی در آن شرایط زیر محفوظ شده باشد:

۱- نباید شامل یا در بگيرنده چیزی باشد که بر طبق قوانین اسلامی غیر قانونی است.

۲- در تهیه، فرآوری، حمل و نقل یا انبارسازی آن هیچ ابزار یا تسهیلات خلاف قانون بر طبق قوانین اسلامی استفاده نشده باشد.

۳- در جریان تهیه، فرآوری، حمل و نقل یا انبارسازی در تماس مستقیم با هر نوع غذایی که شرایط ۱ و ۲ فوق را تامین ننماید قرار نگیرد.

۱. فعالیت‌های حلال

در واقع حلال تمام چیزهای زندگی بشری را تحت تاثیر قرار می‌دهد. مفهوم و مضمون حلال مطالبی چون احتیاج به حفاظت از محیط‌زیست، رفتار مناسب انسان با حیوانات، سرمایه‌گذاری‌های اخلاقی و ارزش ذاتی پول‌ها و رعایت انصاف در تمامی معاملات بازرگانی را مورد بررسی قرار می‌دهد. [۲]

صنعت حلال، شامل محصولات غذایی و غیر غذایی می‌باشد. [۳]

غذاهای حلال، تنها شامل گوشت چهارپایان و طیور و فرآورده‌های آنها (به صورت غذاهای منجمد، غذاهای آماده مصرف، تنقلات و گوشت) نمی‌شود بلکه مسائل مربوط به افزودنی‌های حلال، نگهدارنده‌های حلال، رنگ‌های حلال، اموسیفایرهای حلال، ژلاتین حلال و غیره را نیز شامل می‌گردد. به هر حال اقسام غذایی اصلی حلال موارد زیر را در بر می‌گیرد:

- انواع شیرینی‌ها
- غذاهای کنسرو شده و منجمد
- فرآورده‌های شیر
- غذاهای ارگانیک
- فرآورده‌های گیاهی
- نوشیدنی‌ها
- فرآورده‌های نانی

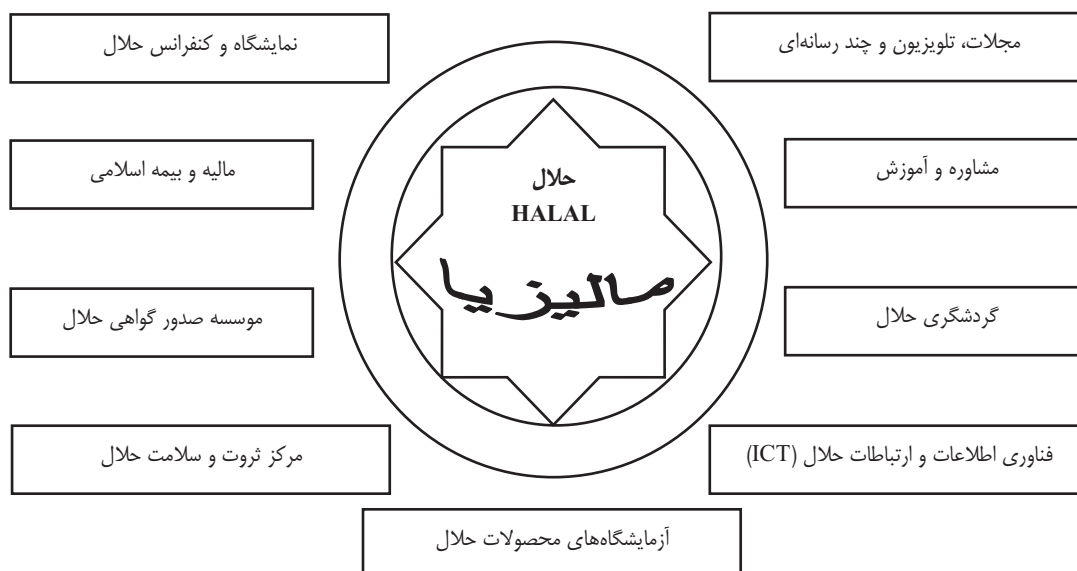
این محصولات اصلی غذای حلال یعنی اقسام غیر غذایی حلال نظیر داروسازی، محصولات بهداشتی، طرح‌های پزشکی، مواد آرایشی و لوازم بهداشتی و خدماتی که شامل پشتیبانی، بسته‌بندی، علامت تجاری، بازاریابی، رسانه‌های چاپی و الکترونیک و مسافرت و جهانگردی را شامل است. ضمن اینکه بخش‌های دیگری نیز در حال ظهور است. (نمودار ۱)

در این میان، گردشگری حلال شامل:

- عرضه غذاهای حلال در هتل‌ها و نقاط گردشگری
- عرضه غذاهای حلال در هواپیماها و خطوط هوایی
- اعلام زمان اقامه نماز و فراهم کردن تسهیلات مربوطه، از جمله نشان دادن جهت قبله
- ایجاد مراکز بهداشتی یا تفریحی
- ایجاد هتل‌های ویژه برای صرفاً بانوان (این فعالیت روز به روز بیشتر می‌شود و هم اکنون در حال تبدیل شدن به یک سرمایه‌گذاری پرسود است)
- اطلاعات و ارتباط حلال (ICT) هم شامل:
- اجرای نرم افزار حلال آنلاین

گسترش یافته است که برای نمونه می‌توان به اینها اشاره کرد: لوازم آرایشی و فرآورده‌های دارویی، محصولات بهداشتی و مکمل‌های غذایی، سفر، هنرها، موسیقی و کتاب و حتی ازدواج و مالیه.

- ایجاد مرکز ارائه اطلاعات تلفنی برای صنعت غذاهای حلال
- ایجاد مرکز ارجاع جهانی فعال
- حلال همچنین به محصولات و خدمات پایین دستی



نمودار ۱- بخش‌های در حال ظهور حلال

شده فرهنگ بر نوع تغذیه در هر طرحی که برای توسعه صنایع و فرآورده‌های غذایی ارائه می‌گردد، در نظر گرفتن فرهنگ تغذیه کشورها اجتناب‌ناپذیر است. [۴]

امروزه ضرورت تأمین مواد غذایی حلال برای جامعه مسلمان چنان برای دولت‌ها مسلم و پذیرفته شده است که حتی در نظام‌های تابع بازار نیز کنترل و نظارت بر فرآیند تأمین غذای حلال برای مصرف‌کنندگان مسلمان بدون تردید و ایرادی مورد قبول قرار می‌گیرد و هر کشوری با وجود تفاوت در ساختارها، برای نظارت بر فرآیند تأمین مواد غذایی حلال اعم از مواد اولیه غذایی و مواد غذایی فرآوری شده مقرراتی وضع نموده و نهادهایی را برای نظارت بر آن پیش‌بینی نموده است. در اثر این ضرورت مفهومی به نام «استاندارد مواد غذایی حلال» خلق شده‌است آنهم نه تنها از سوی فعالان صنعت غذا بلکه توسط نظریه‌پردازان دینی و مذهبی نیز مورد استفاده و تاکید قرار می‌گیرد.

بی‌تردید یکی از پیش‌زمینه‌های دستیابی به مواد غذایی حلال، وجود استانداردهای جهانی تولید و عرضه مواد غذایی

۲. استانداردهای غذاهای حلال برای داد و ستد بین‌المللی

سبک تغذیه، بازتاب طبیعی اوامر و نواهی مذهبی، فرهنگی، فلسفی و حتی اخلاقی حاکم بر جامعه است، به عقیده نظریه‌پردازان فرهنگ تغذیه، تفاوت نظام غذایی کشورهای مسلمان آسیایی یا آفریقایی با مسیحیان اروپا و آمریکا صرفاً از اختلافات جغرافیایی و بوم‌شناختی ناشی نمی‌شود، بلکه عامل اصلی تأثیرگذار پیروی این دو قوم از دو آیین و فرهنگ اسلام و مسیحیت است، گرچه نظام‌های حیاتی اصیل این کشورها از نظر طبیعی به یکدیگر شباهت دارند، تفاوت آیین‌های دینی و اخلاقی مورد تبعیت مردمان هر یک از آنها سبب تفاوت‌های چشمگیر در سبک تغذیه شده است، از این رو می‌توان گفت نظام غذایی در هر کشوری مبنایی فرهنگی دارد، باورهای مذهبی و قواعد اخلاقی حاکم بر جامعه در کنار سایر عوامل رژیم غذایی هر جامعه را شکل می‌دهد، تردیدی نیست که با توجه به تأثیر اثبات

از مواد اولیه غذایی و مواد غذایی فرآوری شده و غیر غذایی حلال است. چنانچه مقررات و استانداردها در این حوزه جامع و کامل نباشد تحقق مؤلفه‌های دسترسی جهانی به محصولات غذایی حلال به سختی امکان‌پذیر می‌گردد

پژوهش‌های مجمع جهانی حلال نشان داد [۵] که سطح آگاهی از گوشت و فرآورده‌های گوشتی گذشته است و به دیگر محصولات غذایی و حتی به لوازم آرایشی و فرآورده‌های دارویی رسیده است. گرچه آگاهی رو به افزایش است، ولی درک مقوله «حلال» یا «حلال چیست» قطب‌بندی شده است که این امر به تعبیر و تفاسیر گوناگون می‌انجامد و باعث سردرگمی، سوء تفاهم و حتی کلاهبرداری توسط افراد خاص و انجمن‌های تبهکاری می‌شود که گواهی‌های حلال را «می‌فروشند».

در نکته سنج‌ترین بازارهای جهان نظیر کشورهای اروپایی، مصرف‌کنندگان مسلمان همچنین انتظار دارند که مقولاتی مانند رفاه حیوانات، تنوع زیستی، داد و ستد عادلانه و مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته شود و در داخل کل زنجیره تولید حلال نهادینه گردد.

همانطوریکه قبلاً نیز اشاره گردید کمیسیون کدکس سازمان خواربار و کشاورزی (فائو) [۶] و سازمان جهانی بهداشت ملل متحد نقش بسیار مهمی در آسان ساختن داد و ستد بین‌المللی از طریق ایجاد یک استاندارد بین‌المللی در زمینه مواد غذایی، وضع رهنمودها و شیوه عمل بهینه دارند. [۷] در این زمینه، مالزی دست به تهیه «رهنمودهای عمومی و کلی برای استفاده از واژه حلال» زده است که یک رهنمود بین‌المللی به شمار می‌رود. مشابه با دیگر رهنمودها در زمینه برچسب‌گذاری کدکس، «رهنمودهای استفاده از واژه «حلال» تکمیل‌کننده «رهنمودهای کلی کدکس در زمینه ادعاها» می‌باشد. این رهنمودها اطلاعات پایه و عمومی ضروری را در این مورد ارائه می‌کنند که چگونه می‌توان مواد غذایی را تولید کرد و ادعای حلال بودن آنها را داشت.

یکی از مشکلات بازار جهانی حلال، نبود یک مرجع معتبر بین‌المللی در صدور گواهی حلال است به‌طوری‌که خلاء مذکور به تفسیرهای متعدد حلیت کالاها و در نتیجه موجب سردرگمی مصرف‌کنندگان مسلمان شده است و حتی زمینه را برای برخی

کلاهبرداری فراهم نموده است. مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد بیش از ۳۰۰ موسسه در زمینه صدور گواهی حلال فعالیت می‌کنند ولی تنها ۳۳ درصد از آنها به عنوان موسسات حقوقی ثبت شده می‌باشند. براساس مطالعات ائتلاف بین‌المللی یکپارچگی حلال (IHI)، از میان ۱۰۷ موسسه صدور گواهی حلال در ۳۴ کشور، ۳۴ درصد در استرالیا، ۲۳ درصد در اروپا ۱۹ درصد در آمریکای شمالی، ۱۶ درصد در آسیا و ۴ درصد در آفریقا و آمریکای جنوبی مشغول فعالیت می‌باشند. ضمن اینکه ۵۰ موسسه صدور گواهی حلال کشورها مورد تایید مالزی می‌باشند. این رقم برای اندونزی ۳۳ موسسه و برای کشورهای حوزه خلیج فارس ۵۲ موسسه می‌باشند. نکته قابل توجه اینکه فقط تعداد ۱۴ موسسه صدور گواهی حلال به‌طور مشترک مورد تایید کشور مالزی، اندونزی و کشورهای حوزه خلیج فارس می‌باشد. به این ترتیب ملاحظه می‌شود پذیرش متقابل گواهی حلال حتی در میان کشورهای اسلامی که سال‌های متمادی در خصوص استاندارد حلال فعال می‌باشند، وجود ندارد.

با توجه به مشکل مذکور، در قطعنامه پایانی مجمع جهانی حلال در مه ۲۰۰۶ که با شرکت ۳۰ نماینده کشورهای اسلامی برگزار شده، به موضوع اجماع جهانی برای گواهی حلال تاکید گردید و متعاقب آن در آوریل ۲۰۰۷، شرکت ائتلاف بین‌المللی یکپارچگی حلال (IHI Alliance) با ابتکار مالزی به ثبت رسید. هدف از ایجاد آن در آغاز به عنوان سازمانی غیرانتفاعی و غیردولتی، برای حل بزرگترین مسائل موجود در عرصه صنعت بین‌المللی حلال همانا هماهنگ‌سازی استانداردها و همسو کردن رویه‌های صدور گواهی حلال است.

در این قسمت به تجزیه و تحلیل وضعیت موجود صنایع غذایی کشور می‌پردازیم که شامل دو قسمت می‌باشد. نخست تبیین وضعیت تولید، ارزش افزوده و صادرات صنایع غذایی کشور می‌باشد. از مهمترین موضوعات قابل بررسی ارائه تصویری از ساختار تولید و صادرات صنایع غذایی کشور و همچنین مزیت صادراتی آشکار به تفکیک کالایی است. ضمن اینکه به ارائه جایگاه صادرات و تولید صنایع غذایی کشور در جهان نیز پرداخته می‌شود. هدف از این بررسی ارائه تصویری روشن از عملکرد

۳-۱. ارزش افزوده صنایع غذایی

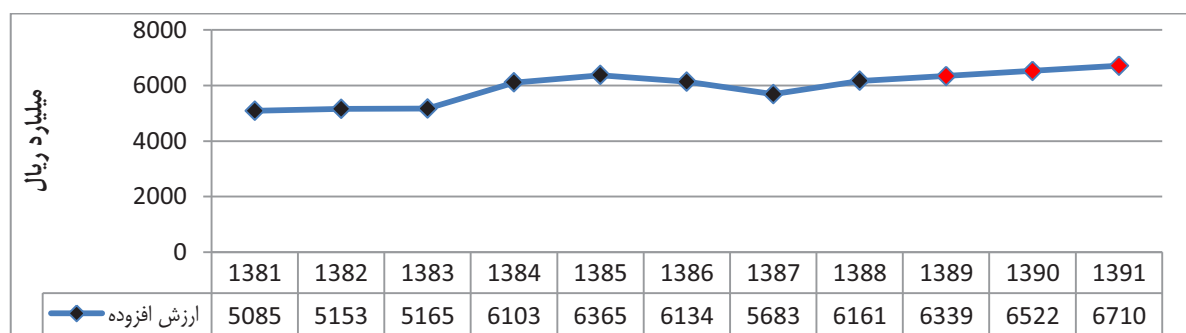
صنایع غذایی کشور با قدمت چندین دهه به عنوان یکی از صنایع کاربر و اشتغال‌زای کشور مطرح می‌باشد [۸] و در طی سال‌های اخیر شاهد رشد شاخص‌های مختلف فعالیت صنعتی بوده است. ارزش اسمی ارزش افزوده صنایع غذایی کشور در سال ۱۳۸۸ قریب به ۳۶۰۹۳ میلیارد ریال بوده که ۸/۲ درصد از کل ارزش افزوده صنایع کارخانه‌ای کشور را تشکیل می‌دهد و از این حیث رتبه پنجم را در بین ۲۳ گروه صنعتی (کد دو رقمی آیسیک) به خود اختصاص داده است. این رقم بر حسب کشورهای درحال توسعه و جهان به ترتیب ۱۲/۱ و ۹/۳ درصد می‌باشد.

براساس نمودار (۲)، ارزش افزوده صنایع غذایی کشور از رقم ۵۰۸۵ میلیارد ریال (به قیمت ثابت ۱۳۸۰) در سال ۱۳۸۱ به ۵۶۸۳ میلیارد ریال در سال ۱۳۸۷ (به قیمت ثابت ۱۳۸۰) و در سال ۱۳۸۸ به ارزش ۶۱۶۱ میلیارد ریال افزایش یافته که در طی سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۷، ۸/۳ درصد رشد داشته است و در طی سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۱ قریب به ۲/۹ درصد رشد سالانه را تجربه نموده است. در صورت استمرار این رشد، ارزش افزوده صنایع غذایی کشور در سال ۱۳۹۱ به ۶۷۱۰ میلیارد ریال (به قیمت ثابت ۱۳۸۰) خواهد رسید. نکته قابل توجه اینکه نرخ رشد ارزش افزوده این صنعت در سطح جهانی در طی سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۰ به‌طور متوسط ۳/۸ درصد افزایش یافته است. نسبت مذکور برای کشورهای درحال توسعه ۸/۹ درصد و برای کشورهای صنعتی (به استثنای کشورهای مستقل مشترک المنافع) ۱/۱ درصد اعلام شده است. [۹]

صنایع غذایی کشور جهت تبدیل شدن به قطب تولید و صادرات فرآورده‌های غذایی حلال در منطقه می‌باشد. دومین قسمت به ارائه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات صنایع غذایی کشور در جهت توسعه آن و تبدیل شدن به قطب تولید و صادرات صنایع غذایی حلال در افق ۱۴۰۴ مربوط می‌شود. تجزیه و تحلیل مذکور مبتنی بر نتایج حاصل از پرسشنامه از خبرگان صنعت می‌باشد.

۳. مولفه‌های تعیین‌کننده چرخ‌دنده‌های توسعه صنعت حلال

ارزیابی امکانات تولیدی صنایع غذایی حلال کشور در چارچوب بررسی منابع و زمینه‌های توسعه آن از مشخصه‌های تعیین‌کننده چرخ‌دنده مرزی می‌باشد. منظور از این بررسی، تهیه آمار و اطلاعاتی مختصر و مفید و روشنگرانه نسبت به امکانات تولیدات فرآورده‌های غذایی حلال کشور است، تا بتواند در بررسی و تعیین ظرفیت‌های صادراتی کشور در کوتاه‌مدت و بلندمدت ترسیم بهتری را ارائه نمود. در ابتدا، شایان ذکر است که زاویه برخورد و روش مطالعه ما در این‌جا ارائه آمار و اطلاعات از وضعیت موجود و گذشته فعالیت تولیدی صنایع غذایی کشور از یکسو و استفاده از نتایج حاصل از مدل سووات از سوی دیگر می‌باشد. ضمن این‌که از بررسی و تحقیق نسبت به امکانات تولید فرآورده‌های غذایی کشور آن‌هم به تفکیک کالایی به دلیل کمبود آمار و اطلاعات لازم و نیاز به تحقیقی جداگانه در آن رابطه، به‌طور کلی صرف‌نظر می‌گردد.

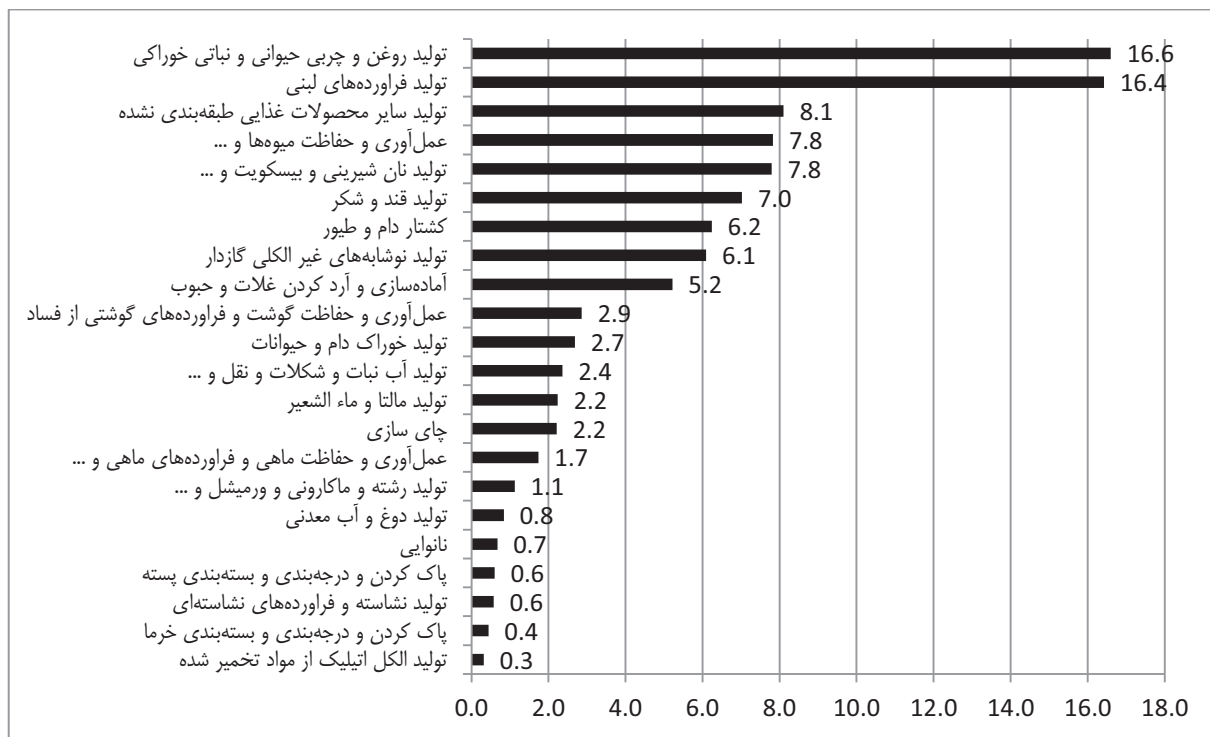


ماخذ: یافته‌های تحقیق (اطلاعات خام ارزش افزوده برگرفته از آمار کارگاه‌های بزرگ صنعتی مرکز آمار ایران سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۸۸)

نمودار ۲- ارزش افزوده صنایع غذایی کشور به قیمت ثابت ۱۳۸۰، ارقام بر حسب میلیارد ریال

براساس مطالعات انجام شده [۱۰]، از میان ۲۱ گروه از صنایع غذایی مورد بررسی، تعداد پنج گروه از صنایع غذایی به ترتیب شامل تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی (۱۵۱۴)، تولید فرآورده‌های لبنی (۱۵۲۰)، تولید سایر محصولات غذایی طبقه‌بندی نشده (۱۵۴۸)، عمل‌آوری و حفاظت میوه‌ها و ... (۱۵۱۹)، تولید نان و بیسکویت (۱۵۴۶) مجموعاً بیش از ۵۰ درصد از ارزش افزوده صنایع غذایی کشور را به خود اختصاص داده‌اند. نکته قابل توجه دیگر آن است که در طی سال‌های مورد

مطالعه ارزش افزوده برخی از صنایع تغییرات چشمگیری داشته است. در این خصوص برای تعداد ۱۴ گروه، ارزش افزوده بیش از دو برابر گردیده است. بیشترین تغییرات به ترتیب به صنایع تولید دوغ و آب معدنی (۱۵۵۶)، تولید فرآورده‌های لبنی (۱۵۲۰)، عمل‌آوری و حفاظت گوشت و فرآورده‌های گوشتی از فساد (۱۵۱۶)، پاک کردن و درجه‌بندی و بسته‌بندی خرما (۱۵۱۷) و چای‌سازی (۱۵۴۷) اشاره کرد.



ماخذ: یافته‌های تحقیق (اطلاعات خام ارزش افزوده برگرفته از آمار کارگاه‌های بزرگ صنعتی مرکز آمار ایران سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۰)

نمودار ۳- ترکیب ارزش افزوده صنایع غذایی کشور در سال ۱۳۸۸

۲-۳. ارزش تولیدات

معیار دیگری که وضعیت عرضه کشور را تا حدود زیادی نمایان می‌سازد بررسی روند ارزش تولیدات صنایع کارخانه‌ای کشور می‌باشد. ارزش اسمی تولیدات صنایع غذایی کشور قریب به ۱۲۹۸۷۰ میلیارد ریال بوده که ۸/۳ درصد از کل ارزش تولیدات صنایع کارخانه‌ای کشور را تشکیل می‌دهد و رتبه چهارم را به خود اختصاص داده است. ارزش تولیدات صنایع غذایی

کشور در سال ۱۳۸۱ بالغ بر ۱۵۱۶۹ میلیارد ریال (به قیمت ثابت ۱۳۸۰) بوده که با نرخ رشد سالانه ۴/۴ درصد به بیشترین رقم خود یعنی به ۲۲۱۶۹ میلیارد ریال در انتهای دوره مورد بررسی افزایش یافته است.

بخش عمده‌ای از تولیدات صنایع غذایی کشور به تولید فرآورده‌های لبنی، تولید روغن و چربی حیوانی و نباتی خوراکی، کشتار دام و طیور، عمل‌آوری و حفاظت میوه‌ها و تولید قند و

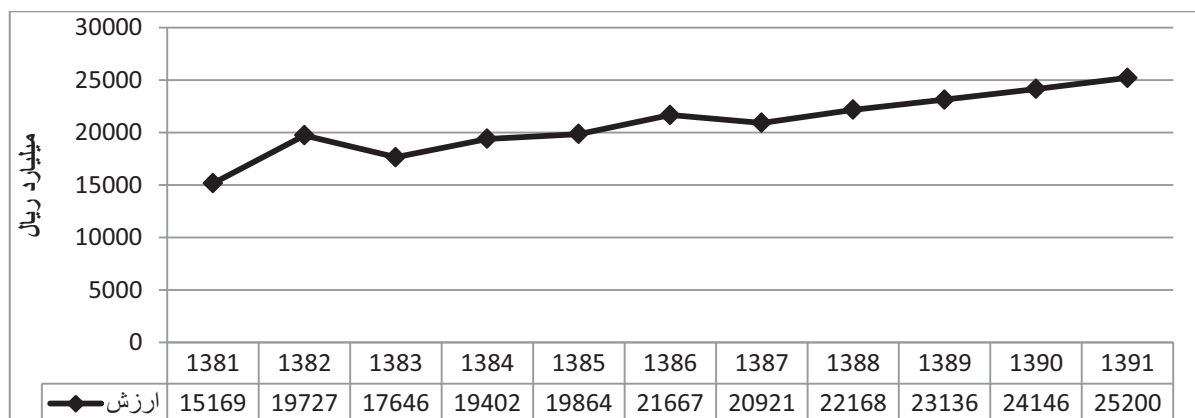
شکر اختصاص دارد.

صنعت شیر و لبنیات با سابقه‌ای بیش از سه دهه فعالیت مستمر و حضور بیش از ۴۰۰ واحد فرآوری محصولات لبنی بیش از ۵۰ نفر کارکن در سطح کشور علاوه بر جذب بخش قابل توجهی از نیروی کار در بخش‌های کشاورزی، صنعتی، بازرگانی و خدمات از جنبه تولید نیز به عنوان یکی از کالاهای استراتژیک جایگاه خاصی را در مباحث اقتصادی، اجتماعی دارد در حال حاضر این صنعت بیش از ۵۴ نوع فرآورده لبنی به بازار داخلی و خارجی عرضه می‌نماید و با توجه به ظرفیت‌سازی انجام شده، ظرفیت اسمی تولید شیر در کشور از مرز ۱۱ میلیون تن عبور کرده است.

صنعت روغن نباتی از دو منظر صنعت روغن کشتی (تولید روغن خام) و صنعت روغن نباتی (تصفیه روغن خام) قابل بررسی است: در این صنعت به منظور زمینه‌سازی لازم جهت کاهش وابستگی به روغن خام وارداتی با ۲۰ واحد روغن کشتی از دانه‌های

روغنی به روش اکستراکسیون ظرفیت‌سازی بالغ بر سه میلیون تن دانه در سال صورت گرفته که توان تولید قریب ۵۵۰ هزار تن روغن خام و دومیلیون تن کنجاله را دارد. میزان تولید دانه داخلی سالیانه حدود ۵۰۰ هزار تن می‌باشد که با واردات دانه‌های روغنی متناسب با ظرفیت واحدهای مذکور و روغن کشتی از آنها امکان تولید و تأمین بخشی از روغن خام مورد نیاز (۴۰ درصد) و تأمین کل کنجاله مورد نیاز کشور میسر خواهد بود. کارخانجات تصفیه روغن نباتی با ۲۹ واحد به ظرفیت اسمی ۳۴۶۳ هزار تن در سال فعال می‌باشند، مواد اولیه این صنعت روغن خام می‌باشد که بخش اعظم آن از طریق واردات تأمین می‌گردد. [۱۱]

در حال حاضر، ۳۵ واحد چغندری و ۸ واحد نیشکری، مجموعاً به ظرفیت سالانه حدود ۱/۷۷ میلیون تن موجود می‌باشند که با توجه به تولید چغندر و نیشکر، تاکنون بیشترین تولید آنها به حدود ۱/۳ میلیون تن رسیده است.



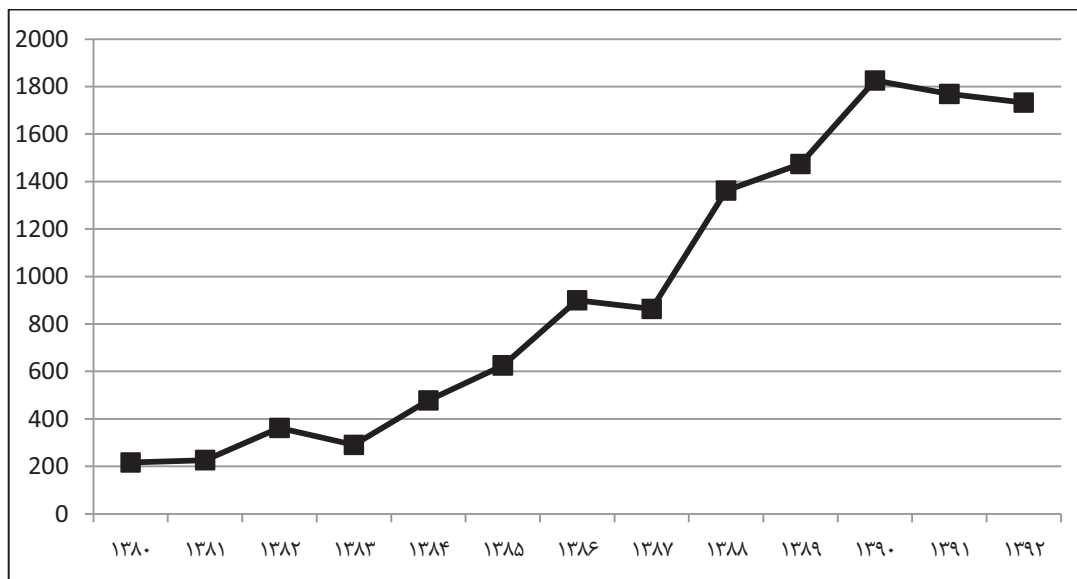
ماخذ: یافته‌های تحقیق (اطلاعات خام ارزش افزوده برگرفته از آمار کارگاه‌های بزرگ صنعتی مرکز آمار ایران سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۸۱)

نمودار ۶- ارزش تولیدات صنایع غذایی کشور به قیمت ثابت ۱۳۸۰، ارقام بر حسب میلیارد ریال

۳-۳. ارزش صادرات

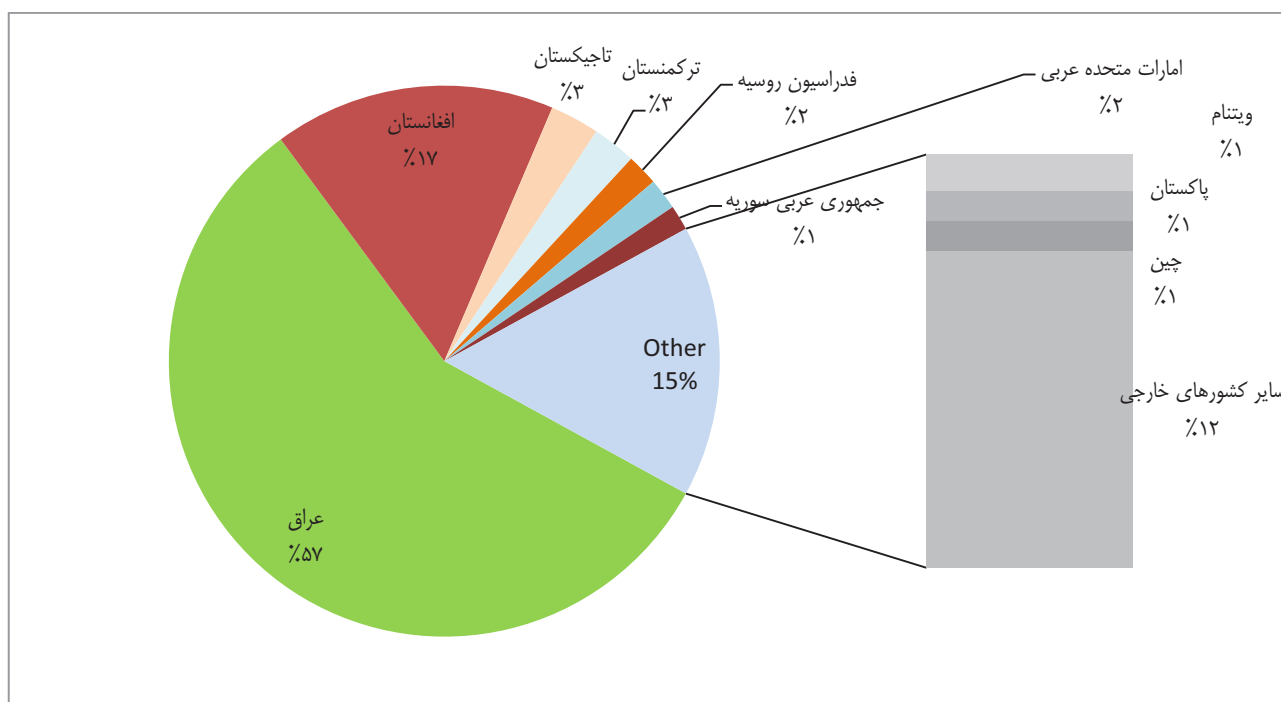
نمودار (۵)، روند صادرات فرآورده‌های غذایی حلال را به بازارهای جهانی در طی سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۸۰ نشان می‌دهد. براساس این نمودار، روند صادرات فرآورده‌های غذایی در مقایسه با روند تولید آن رشد نسبتاً بالایی را تجربه کرده است. ارزش صادرات از رقم ۲۱۷ میلیون دلار در سال ۱۳۸۰ به ۵۳۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۶ و به رقم ۱۷۳۳ میلیون دلار در سال ۱۳۹۲

افزایش یافته است [۱۲] که سالانه از یک رشد دو رقمی ۲۳ درصدی برخوردار بوده است. آنچه در نمودار (۵) مشهود است. بیشترین رشد صادرات مربوط به سال‌های ۹۰-۱۳۸۷ بوده است. از سویی دیگر ارزش وزنی صادرات صنایع غذایی کشور در طول دوره مورد بررسی نیز سالانه ۱۳ درصد رشد داشته است. ارزش وزنی صادرات صنایع غذایی کشور از رقم ۴۰۷ هزارتن در سال ۱۳۷۹ به رقم ۱۰۱۸ هزار تن در سال ۱۳۸۹ (۲/۵ برابر) افزایش یافته است.



ماخذ: یافته‌های تحقیق (اطلاعات خام برگرفته سالنامه آماری گمرک ج.ا.ایران)

نمودار ۵- روند ارزش صادرات صنایع غذایی



ماخذ: یافته‌های تحقیق (اطلاعات خام برگرفته از سالنامه آمار بازرگانی خارجی ج.ا.ا.)

نمودار ۶- ترکیب جغرافیایی بازار صادراتی صنایع غذایی کشور در سال ۱۳۹۰

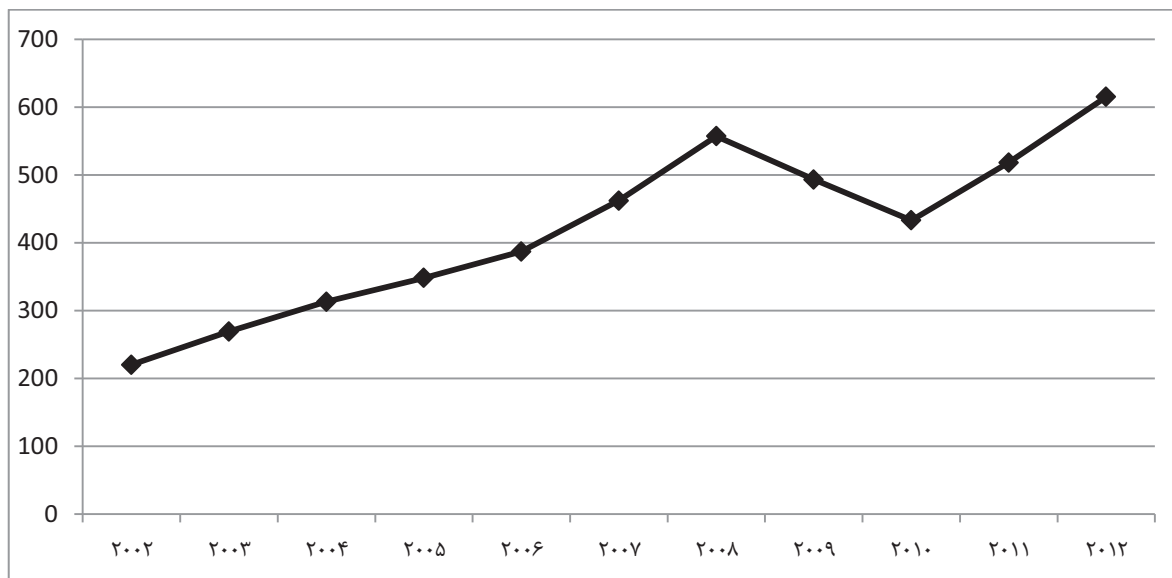
فرآورده‌های غذایی حلال کشور محدود به چند کشور منطقه می‌باشد و حضور صادرکنندگان ایران در بسیاری از بازارهای

اگرچه روند صادرات ایران به کشورهای مورد مطالعه به طور چشم‌گیری افزایش یافته ولی توزیع جغرافیایی صادرات

بیسکویت و... (۱۵۴۶) و عمل‌آوری و حفاظت ماهی و فرآورده‌های ماهی و... (۱۵۱۲) همواره کمتر از ۱۵ درصد می‌باشد.

۴-۳. مزیت نسبی صادراتی

نمودار (۷)، روند تقاضای جهانی فرآورده‌های غذایی حلال را در طی سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۰۲، ارائه می‌نماید. براساس این جدول، ارزش تقاضای جهانی برای فرآورده‌های غذایی حلال در سال ۲۰۰۲، بالغ بر ۲۲۰ میلیارد دلار و در سال ۲۰۰۸ این رقم به ۵۵۷ میلیارد دلار افزایش می‌یابد و از این سال به بعد با بحران اقتصاد جهانی، رقم مذکور روند کاهشی داشته و در سال ۲۰۱۰ به ۴۳۳ میلیارد دلار کاهش می‌یابد و مجدداً در سال ۲۰۱۲ به رقم ۶۱۵ میلیارد دلار افزایش می‌یابد.



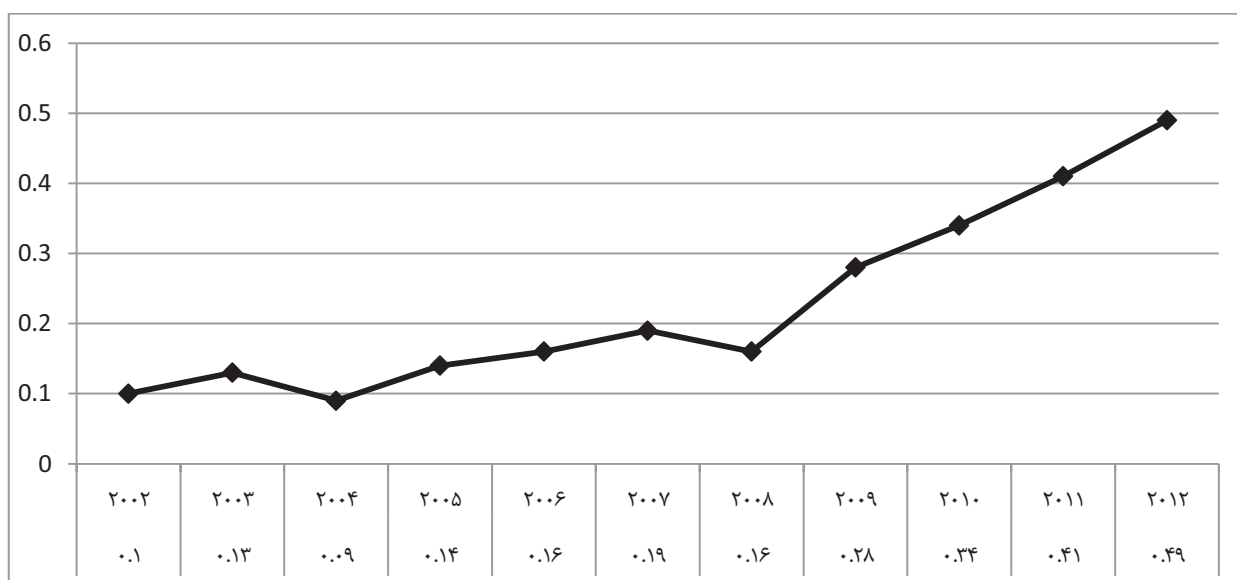
نمودار ۷- روند تقاضای جهانی فرآورده‌های غذایی با منشأ حلال

سال ۲۰۱۲ افزایش یافته است. ایران در طی سال‌های اخیر به جهت دسترسی سهل‌تر به برخی از بازارهای منطقه نظیر عراق و افغانستان توانسته سهم خود را افزایش دهد. توجه به این نکته بسیار ضروری است که حفظ موقعیت در بازارهای به شدت رقابتی جهان کنونی حداقل در میان مدت، به مراتب از ایجاد بازارهای موضعی، موردی و بدون پشتوانه مهم‌تر می‌باشد.

جهانی برخوردار از جمعیت مسلمان کم‌رنگ است.

یکی دیگر از ویژگی‌های صنایع غذایی کشور وابستگی به تقاضای داخلی است. آنچه مسلم است بیش از ۹۰ درصد از تولیدات صنایع غذایی کشور صرف مصرف داخلی می‌گردد و تنها بخش ناچیزی به بازار جهانی صادر می‌گردد. در سال ۱۳۸۰، تنها ۱/۶ درصد از ارزش تولیدات صنایع غذایی حلال کشور به بازار جهانی صادر شده است که با فراز و نشیب‌هایی به ۱۰/۴ درصد در سال ۱۳۸۸ افزایش یافته است. صنایع پیشرو در امر صادرات نظیر پاک‌کردن و درجه‌بندی و بسته‌بندی خرما (۱۵۱۷) و عمل‌آوری و حفاظت میوه‌ها و... (۱۵۱۹) به ترتیب ۴۵/۱ و ۲۷/۸ درصد از ارزش تولیدات آن‌ها به صادرات اختصاص دارد. سهم سایر صنایع تولید نوشابه‌های غیرالکلی گازدار (۱۵۵۵)، تولید نان شیرینی و

براساس نمودار (۸) سهم ایران از صادرات جهانی فرآورده‌های غذایی حلال در سال ۲۰۱۲، ۰/۴۹ درصد یعنی بیشترین مقدار خود در طول سال‌های مورد بررسی بوده است. البته در طی سال‌های مورد مطالعه سهم ایران در صادرات جهانی فرآورده‌های غذایی حلال در سال ۲۰۰۲ از رقم ۰/۱۰ درصد با افت و خیزهایی به ۰/۱۶ درصد در سال ۲۰۰۸ و ۰/۴۹ درصد در



نمودار ۸- روند سهم ایران از صادرات جهانی مواد غذایی با منشأ حلال

غذایی حلال استفاده می‌نماید و تنوع مزیت نسبی صادراتی آن محدود به چند کالا می‌باشد. نکته قابل توجه آن است که ممکن است ایران در صادرات تعدادی کالا از مزیت صادراتی برخوردار باشد ولی سهم و جایگاه آن در ترکیب تقاضای جهانی قابل توجه نباشد. در راستای اهداف سند چشم‌انداز جهت‌گیری‌های صادرات صنایع غذایی کشور بایستی به سمت بخش‌هایی باشد که با محدودیت تقاضای جهانی مواجه نبوده و همچنین از پویایی خوبی نیز برخوردار باشد.

براساس مطالعات انجام شده [۱۴] ایران در صادرات تعداد ۲۱ قلم از ۴۰ قلم کالایی که دارای مزیت صادراتی است میزان ارزش تقاضای جهانی بر حسب هر یک از این اقلام بیش از نیم میلیارد دلار بوده در حالی که برای تعداد ۱۹ قلم کالا کمتر از نیم میلیارد دلار را نشان می‌دهد. از میان ۲۱ قلم از کالاهای مورد بررسی در جدول، تقاضای جهانی برای اقلامی نظیر محصولات خبازی، نان شیرینی‌سازی با بیسکویت‌سازی (۷/۰) شکلات و سایر فرآورده‌های خوراکی دارای کاکائو (۵/۰)، شیرینی (همچنین شکلات سفید)، بدون کاکائو، غیراز آدامس (۴/۷)، آب همچنین آب‌های معدنی و آب‌های گازدار (۳/۸)، انواع ویفر (۳/۵) و نوشابه‌های غیرالکلی آب میوه یا آب سبزیجات (۳/۲) بیش سه میلیارد دلار بوده ضمن این که روند صادرات ایران در مقایسه با تقاضای جهانی در طول دوره مورد بررسی روبه رشد بوده است

با عنایت به این که فرآورده‌های غذایی حلال طیف زیادی از کالاها را شامل می‌شود جهت بررسی دقیق‌تر سهم و جایگاه ایران در صادرات جهانی، تلاش می‌شود که تجزیه و تحلیل‌ها به تفکیک کالاهایی انجام گیرد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد [۱۳] تعداد کالاهای مورد مبادله در سطح جهانی شامل ۱۳۴ نوع کالا می‌باشد که از این میان ایران در صادرات تعداد ۴۰ نوع کالا دارای مزیت نسبی صادراتی و برای تعداد ۳۶ قلم دیگر دارای عدم مزیت نسبی و برای تعداد ۵۸ قلم کالا هیچ‌گونه صادراتی به بازارهای جهانی نداشته است. نکته قابل توجه آن است که کالاهایی که ایران در صادرات آن در مقایسه با سایر فرآورده‌های غذایی حلال دارای مزیت نسبی است بیش از ۹۰ درصد از کل صادرات فرآورده‌های غذایی حلال کشور را شامل می‌گردد اما سهم این نوع کالاها در تقاضای جهانی فرآورده‌های غذایی حلال تنها ۳۱ درصد می‌باشد. برای تعداد ۳۶ قلم دیگر که ایران در صادرات آن از عدم مزیت صادراتی برخوردار می‌باشد ۴۷ درصد از کل تقاضای جهانی فرآورده‌های غذایی حلال را پوشش می‌دهد. سهم اقلام مذکور در کل صادرات فرآورده‌های غذایی حلال کشور چهار درصد می‌باشد. برای تعداد ۵۸ قلم باقی‌مانده که ایران به بازار جهانی هیچ‌گونه صادراتی ندارد ۲۲ درصد از تقاضای جهانی فرآورده‌های غذایی حلال را تشکیل می‌دهد. آنچه مسلم است ایران از بخش محدودی از پتانسیل بازار جهانی فرآورده‌های

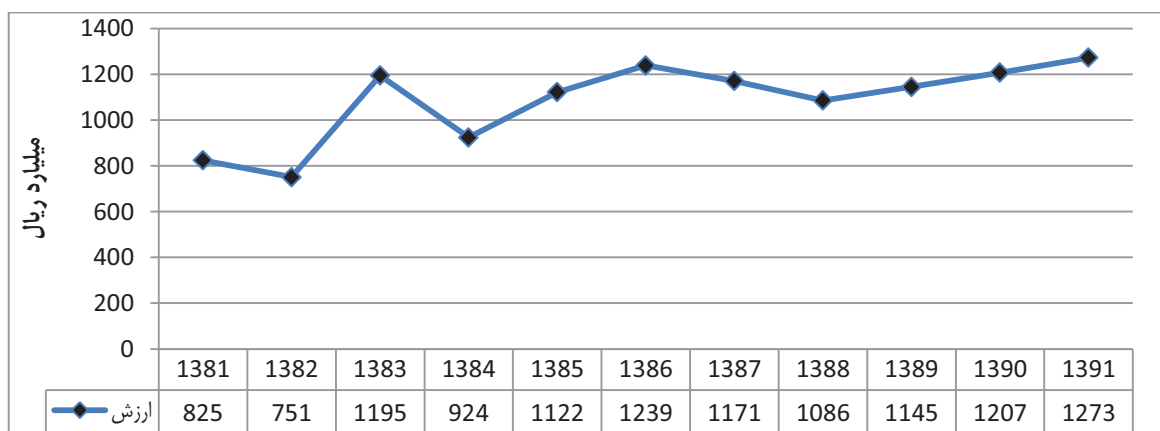
ماکارونی و غیره (۱/۶) و گوجه فرنگی آماده یا محفوظ شده به جز در سرکه یا جوهر سرکه (۱/۵) به ترتیب ۶/۴ و ۱/۷ درصد سالانه کاهش یافته در حالی که روند تقاضای جهانی روبه رشد بوده است. نتایج گویای کاهش سهم ایران در بازار جهانی اقلام مذکور است که این بیانگر کاهش رقابت‌مندی ایران در بازار جهانی اقلام مذکور است. مضافاً اینکه سهم ایران در صادرات میوه‌ها و سایر اجزاء خوراکی نباتات (۰/۸۵) نیز علیرغم افزایش سالانه صادرات ایران کاهش یافته است که این نتیجه حاکی از کاهش رقابت‌مندی ایران در بازار جهانی است.

۳-۵. سرمایه‌گذاری

بخش دیگری از ظرفیت تولیدی کشور به میزان سرمایه‌گذاری در این بخش مربوط می‌شود. در سال ۱۳۸۸، صنایع غذایی سومین رتبه را از لحاظ حجم سرمایه‌گذاری به ارزش ۶۳۶۱ میلیارد ریال تشکیل داده است. ارزش سرمایه‌گذاری صنایع غذایی کشور در سال ۱۳۸۱ بالغ بر ۸۲۵ میلیارد ریال (به قیمت ثابت ۱۳۸۰) بوده که با افت و خیزهایی به ۱۰۸۶ میلیارد ریال یعنی بیش از ۱/۳ برابر افزایش یافته است. در واقع در طی سال‌های مورد مطالعه ارزش سرمایه‌گذاری در این بخش سالانه ۵/۴ درصد افزایش یافته است. چنانچه روند سرمایه‌گذاری در این صنعت سالانه به همین میزان افزایش یابد انتظار می‌رود ارزش سرمایه‌گذاری در انتهای سال ۱۳۹۱ به ۱۲۷۳ میلیارد ریال افزایش یابد.

که بیانگر افزایش دسترسی ایران به بازار جهانی اقلام پیشگفته است. بیشترین سهم ایران در تقاضای جهانی به انواع ویفر (۰/۹۱ درصد)، آب همچنین آب‌های معدنی و آب‌های گازدار (۰/۶ درصد) و شیرینی (همچنین شکلات سفید)، بدون کاکائو، غیراز آدامس (۰/۵۲ درصد) اختصاص دارد. برای تعداد ۷ قلم کالا شامل فرآورده‌های غلات که با عمل پف‌کردن یا تفت دادن (۱/۹)، انواع بستنی، حتی دارای کاکائو (۱/۸)، آب معدنی طبیعی یا مصنوعی و آب‌گازدار شده (۱/۶)، آب سبزیجات (۱/۲)، سیب‌زمینی، آماده یا محفوظ شده به جز در سرکه (۱/۲)، میوه‌های سخت پوست، و سایر دانه‌ها حتی مخلوط شده با یکدیگر آماده شده (۱/۱) و مربا، ژله، مارمالات، پوره و خمیر میوه که به وسیله پختن به‌دست آمده (۱/۱) می‌باشند. با عنایت به روند روبه رشد صادرات ایران در مقایسه با نرخ رشد تقاضای جهانی، دسترسی به بازار تمامی اقلام مذکور به نحو بارزی افزایش یافته است مضافاً اینکه ایران در صادرات جهانی آب سبزیجات (۰/۷۸ درصد) و میوه‌های سخت پوست، و سایر دانه‌ها حتی مخلوط شده با یکدیگر آماده شده (۰/۲۳ درصد) در مقایسه با سایر اقلام اخیر بیشترین سهم را دارا می‌باشد.

از میان ۲۱ قلم کالاهای ظهور یافته، تعداد سه قلم کالا علیرغم برخورداری از وسعت بازار بیش از ۸۰۰ میلیون دلار، روند صادرات ایران برای تعداد دو قلم کالا شامل خمیرهای غذایی پخته نشده و آماده نشده به‌نحوی دیگر از قبیل اسپاگتی،



نمودار ۹- روند ارزش سرمایه‌گذاری صنایع غذایی به قیمت ثابت ۱۳۸۰

یکی از هزینه‌های قابل توجه صنایع غذایی کشور را هزینه نیروی کار شامل دستمزد تشکیل می‌دهد.

با توجه به نقش نیروی کار در ایجاد ارزش افزوده صنایع غذایی کشور، در سال ۱۳۸۶ دستمزد ماهانه افراد شاغل در صنایع غذایی کشور بر مبنای قیمت جاری، ۴۲۲ دلار برآورد شده است. این رقم بر مبنای کشور عربستان ۵۷۱/۴ دلار و ترکیه ۴۵۶/۸ دلار می‌باشد که به ترتیب ۱۴۹/۴ و ۳۴/۸ دلار بیشتر از دستمزد ماهانه یک کارگر ایرانی در صنایع غذایی است. این در حالی است که بهره‌وری نیروی شاغل در ترکیه و عربستان دو برابر نیروی کار ایرانی شاغل در صنایع غذایی است.

جهت ارائه یک معیار جهت تعیین میزان رقابت‌مندی صنایع غذایی کشور در مقایسه با سایر کشورهای مورد مطالعه از نسبت بهره‌وری نیروی کار به دستمزد سرانه استفاده می‌گردد. به این ترتیب هرچه شاخص مذکور بیشتر باشد بیانگر رقابت‌مندی کشور در تولید فرآورده‌های غذایی حلال می‌باشد.

ایران در مقایسه با هشت کشور مورد مطالعه در تولید فرآورده‌های غذایی حلال از رقابت‌مندی بالایی برخوردار نمی‌باشد. شاخص رقابت‌مندی برای ایران عدد ۳/۲ واحد می‌باشد. عدد مذکور نشان می‌دهد که بهره‌وری نیروی کار در صنایع غذایی کشور به ازای هر دلار دستمزد پرداختی ۳/۲ دلار می‌باشد. به بیان دیگر هر واحد دستمزد پرداختی به نیروی کار تنها ۳/۲ واحد ارزش افزوده ایجاد می‌کند در حالی که این عدد برای کشور ترکیه ۶/۴ واحد یعنی بیش از دو برابر ایجاد ارزش افزوده می‌نماید که این امر در میزان قیمت تمام شده کالا نقش اساسی را ایفا می‌کند. شاخص رقابت‌مندی کشورهای منطقه در تولید فرآورده‌های غذایی حلال نظیر عربستان، اردن و مصر به ترتیب ۵/۳، ۴/۵ و ۴/۴ واحد می‌باشد که همواره بیشتر از ایران است.

۴. عوامل درونی و بیرونی صنایع غذایی حلال با

تکیه بر مدل سووات (SWOT)

به منظور تحلیل و بررسی عوامل و مولفه‌های توسعه صنعت غذایی حلال از تحلیل سووات (SWOT) و با در نظر گرفتن چارچوب مفهومی چرخنده‌های توسعه این صنعت، مورد استفاده قرار گرفته است. در این مدل، فرصت‌ها و تهدیدها نشان‌دهنده چالش‌های مطلوب و یا نامطلوب عمده‌ای است که در محیط فراروی توسعه صنایع غذایی حلال وجود داشته و در مقابل، قوت‌ها و ضعفها وضعیت محیط داخلی صنایع غذایی مورد مطالعه را برای توسعه تولید و صادرات به نمایش می‌گذارند. با توجه به اینکه مدل سووات عمدتاً مبتنی بر نظرات خبرگان و کارشناسان می‌باشد. در این پژوهش ضمن کمک گرفتن از برخی یافته‌های تحقیق و مطالعات مبتنی بر آمار و اطلاعات قابل دسترس، از نظرات ۳۰ کارشناس و صاحب نظر که عمدتاً کارشناسان و مدیران با سابقه در امر تولید و صادرات صنایع غذایی حلال کشور می‌باشند استفاده گردیده است. از جمله مهمترین معیارهای انتخاب کارشناسان، برخورداری از دید استراتژیک درباره مسائل تولید و صادرات صنایع غذایی، داشتن حداقل ۱۰ سال مسئولیت در زمینه تولید و صادرات است.

نتایج به‌وضوح نشان می‌دهد که در شرایط فعلی، عوامل داخلی و خارجی به‌عنوان عوامل پیشبرنده توسعه صنعت حلال کشور چندان مطرح نشده است. متوسط امتیازات داده شده به عوامل داخلی موثر بر توسعه صنعت حلال کشور، منفی ۰/۱۵۹ می‌باشد. به بیان دیگر عدم شایستگی‌های صنایع غذایی کشور در مقایسه با برخی مزیت‌ها و توانایی‌های موثر بر توسعه صنعت حلال، کمی بیشتر بوده و در مجموع این صنعت از عوامل قابل کنترلی برخوردار می‌باشد که تاثیر منفی بر توسعه این صنعت دارد [۱۵]. همچنین متوسط امتیازات عوامل بیرونی موثر بر رقابت‌مندی منفی ۱/۱۰۶ می‌باشد که بیانگر آن است فرصت‌های پیش‌رو شرکت‌های صادراتی به مراتب کمتر از تهدیدات پیش‌رو است. این امر به‌عنوان موقعیت دشوار برای توسعه صنعت حلال و دستیابی به سهم و جایگاه مطلوب در بازارهای جهانی محسوب

می‌شود.

تعداد عوامل داخلی شامل ۱۷ عامل کلیدی و قابل کنترل تشخیص داده شده است که تعداد ۹ عامل به عنوان نقاط قوت و تعداد هشت عامل به عنوان نقاط ضعف در توسعه صنعت حلال کشور ارائه شده است.

عمده‌ترین نقاط قوت بر اساس امتیازات کسب شده شامل:

- حضور بخش خصوصی قدرتمند در حوزه تولید و صادرات مواد غذایی و رقابتی بودن این بخش (۰/۲۷۸).
- توانایی واکنش صنایع غذایی کشور به شرایط و سلاطی مصرف‌کنندگان مسلمان در بازارهای خارجی (۰/۲۷۶).
- توانایی صنایع کشور در افزایش ظرفیت تولید مطابق با استاندارد حلال جهانی (۰/۲۴۳).
- راه اندازی درگاه اطلاع رسانی (پورتال) متعدد از سوی بخش خصوصی در زمینه حلال و انجام مطالعات متعدد در زمینه تجارت مواد غذایی حلال (۰/۲۲۲).

در همین ارتباط عمده‌ترین نقاط ضعف عبارت است از:

- سابقه حضور کم شرکت‌ها در بازار جهانی مواد غذایی با استاندارد حلال (۰/۲۷۸).
- مهارت‌های فنی و تولیدی پایین مدیران در توسعه صنعت غذایی حلال مطابق با استانداردهای جهانی (۰/۲۷۶).

بهره‌وری پایین نیروی کار و هزینه‌های بالای تولید منبعث از تورم (۰/۲۷۶).

شایستگی‌ها کم صنایع کشور در زمینه دریافت استانداردهای ایزو ۲۲۰۰۰ و HACCEP (۰/۲۷۶).

تعداد عوامل خارجی موثر بر توسعه صنعت حلال شامل ۳۱ عامل است که از این تعداد، ۸ عامل به عنوان فرصت و ۲۳ عامل به صورت تهدید معرفی شده است.

عمده‌ترین فرصت‌ها بر اساس متوسط امتیازات عبارت است از:

- روندهای روبه رشد جمعیتی مسلمانان (۰/۲۰۵).
- امکان استفاده از تجربیات کشورهای مسلمان از جمله مالزی برای معتبرسازی تولید و صادرات مواد غذایی

حلال (۰/۱۴۵).

- رسمیت شناخته شدن فروشگاه‌های حلال توسط دولت‌های غیر مسلمان (۰/۱۰۴).

- طبقه متوسط بزرگ و در حال رشد مصرف‌کنندگان مسلمان (۰/۰۹۵).

- آگاهی مسلمانان در کشورهای با سطح درآمد بالا به مصرف مواد غذایی حلال (۰/۰۸۳).

همچنین عمده‌ترین تهدیدات توسعه صنعت حلال کشور بر مبنای متوسط امتیازات کسب شده، تشکیل شده است از:

- ناکافی بودن زیرساخت‌های مناسب توسعه صنعت حلال (۰/۱۸).

- مراکز پژوهش بسیار کم در مورد صنعت تولید و صادرات حلال و نبود هیچ گونه درک متقابل در زمینه مفهوم حلال و روش تحقیق آن (۰/۱۶۲).

- عدم استقرار نظام‌های کیفی فرآورده‌های غذایی حلال در صنایع غذایی کشور (۰/۱۵۸).

- عدم باور کافی در سیاست‌گذاری، برنامه ریزی و تصمیم‌گیری جهت توسعه صنعت حلال (۰/۱۴۰).

- عدم وجود نظام جمع آوری و ثبت اطلاعات در زمینه صنعت حلال (۰/۱۳۰).

جمع‌بندی و ملاحظات

به این ترتیب می‌توان چشم‌انداز صنعت مواد غذایی حلال کشور را تا افق ۱۴۰۴ به شرح زیر ترسیم نمود:

صنعت غذایی حلال کشور با تکیه بر فرهنگ غنی اسلامی-ایرانی و با حمایت و بهره‌گیری از دانشگاه و حوزه، ضمن برخورداری از نظام تولیدی ارزش‌آفرین و با هویت اسلامی و با درک هوشیارانه‌ای از رقابتی صنعت در محیط بین‌الملل، صنعتی است که در افق ۱۴۰۴:

- به دانش حرفه‌ای و روزآمد با توانایی فعالیت در کلاس جهانی تولید و صادرات مواد غذایی حلال دست‌یافته و جزو کشورهای برتر تولیدکننده مواد غذایی با برند حلال در منطقه می‌باشد.

اهداف کلی

با توجه به مأموریت و چشم انداز تصویر شده برای آینده مطلوب صنعت غذایی حلال، اهداف راهبردی مورد نظر در موارد زیر خلاصه می‌گردد.

- ایجاد الگویی از یک کشور اسلامی توسعه یافته در صنعت غذایی با استاندارد حلال.
 - پیشتازی و نزدیک شدن به کانون دانش تولید و صادرات مواد غذایی با استاندارد حلال.
- براساس اهداف و چشم‌انداز تعیین شده پیشنهادهای به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱. ایجاد مراکز پژوهشی و آموزشی حرفه‌ای و تخصصی در حوزه صنعت حلال.
۲. حمایت و نظارت بر سیستم‌های صدور گواهی حلال بر اقلام وارداتی و تولیدی کشور.
۳. اصلاح و به‌روز نمودن قانون مقررات صادرات و واردات کشور بر پایه مفاهیم و استانداردهای حلال.
۴. معرفی کانال‌های توزیع مواد غذایی حلال در بازارهای جهانی از طریق رایزن‌های بازرگانی.
۵. تشکیل شورای سیاستگذاری و راهبردی توسعه صنعت حلال.

پی‌نوشت

1. Riaz & Chaudry, 2004.
۲. مجله حلال، ژانویه، فوریه ۲۰۰۶.
3. HDC, 21 December 2009.
۴. محلاتی و الدین، ۱۳۸۰.
5. Alliance, 2011.
6. Codex Alimentarius Commission.
۷. استانداردهای مواد غذایی توسط موسسه‌های بین‌المللی مانند WHO و FAO تدوین می‌شوند. از جمله استانداردهای کدکس، Commission Codex Alimentarius است که توسط کمیته مشترک FAO/WHO تدوین می‌شود و شامل استاندارد ویژگی‌ها، آیین کار و یا به عبارت بهتر آیین بهداشتی شرایط کار و دستورالعمل‌های مربوط به آنها است.

Codex دو نوع مقررات پایه‌ای را مد نظر قرار داده است: رعایت الزامات سیستم ایمنی و بهداشت مواد غذایی (الزامات سیستم) و رعایت الزامات ماده غذایی (الزامات محصول).

۸. نوروزی، ۱۳۸۹.

9. UNIDO, Statistical Country Briefs, 2011.
۱۰. پیشین، نوروزی، بیتا، ص ۱۲۰.
 ۱۱. تجارت، ۱۳۹۰.
 ۱۲. منتج از گمرک ج.ا.ایران (۱۳۸۸)، اداره خدمات ماشینی.
 ۱۳. نوروزی، ۱۳۸۹.
 ۱۴. پیشین، نوروزی، بیتا.

منابع

- ایران، ا. م. پایش جهانی توانمندی فناوری. تهران: انجمن مدیریت تکنولوژی ایران، ۲۰۰۹.
- ایران، س. ت. استراتژیها، برنامه‌ها، واقدامات اجرایی پیشنهادی سازمان توسعه تجارت ایران در راستای حمایت از صنایع مبتنی بر فناوری پیشرفته. تهران: سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۳۸۶.
- بازرگانی، و. پیش نویس سند ملی توسعه بخش بازرگانی. تهران: معاونت برنامه ریزی و بررسیهای اقتصادی، ۱۳۸۳.
- بازرگانی، و. وب سایت وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران. بازیابی از وب سایت وزارت بازرگانی، ۱۳۸۹، بهمن ۱۰.
- http://www.moc.gov.ir: جمهوری اسلامی ایران
- بانک مرکزی. تهران: بانک مرکزی، ۱۳۸۷
- تدبیر. تهران: تدبیر، ۱۳۸۵.
- حسن پور، ی. الزامات و زمینه‌های ارتقاء صادرات کالاهای دانش بر به کشورهای اسلامی: با رویکرد ارائه راهکارهایی برای دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۸.
- خان دوزی، ا. برآورد شاخص توان رقابت پذیری اقتصاد ایران در شرایط جهانی شدن. موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵.

نظقی، خ. بررسی رقابت‌مندی صنایع دانش بنیان ایران در نظام چند جانبه تجاری. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی، ۱۳۸۹. منفردی، ر. تدوین سند توسعه نانو. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۸.

نانو، س. ت. سند چشم‌انداز توسعه فناوری نانو در افق ۱۴۰۴. تهران: ستاد توسعه فناوری نانو، ۱۳۸۴.

نوروزی، ب. شناسایی زمینه‌های توسعه صادرات فرآورده‌های غذایی حلال ایران در راستای اهداف سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۹.

نیرو، و. متد تدوین استراتژی توسعه صادرات: مدل پیشنهادی از سوی مرکز تجارت بین‌الملل. تهران: دفتر بررسی‌های اقتصادی و توسعه صادرات معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی، ۱۳۸۷.

Boltho, A. "The Assessment: International Competitiveness". *Oxford Review of Economic Policy*. 1996.

World Bank. *Doing Business*. World Bank, 2009.

بازیابی در *KEI and KI Indexes*. (۲۰۰۹). worldbank.org/info.worldbank.org/etools/kam2/kam_page5.asp

World Bank. *World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone*. Oxford University, 2004.

WTO. (۲۰۱۰). *Statistic*. بازیابی در ۲۰۱۰، از www.wto.org

رازینی، ا. ع. شاخصهای رقابت پذیری و عملکرد تجارت خارجی ایران. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۱.

رزاقی، ا. *اقتصاد ایران*. تهران: نشر نی، ۱۳۷۰.

صنایع، و. *سند استراتژی توسعه صنعتی*. تهران: وزارت صنایع، ۱۳۸۵.

فتحی، ی. *مزیت نسبی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی*. تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۵.

کارلو، گاندولفو، ژ. تجارت بین‌المللی. ت. م. تیمور، تهران: پژوهشکده امور اقتصادی، ۱۳۸۰.

کریمی، ف. *تبیین رقابت‌مندی صنایع دانش بنیان در تجارت با کشورهای واقع در منطقه آسیای جنوب غربی*. اصفهان: دانشگاه آزاد اسلامی فولاد مبارکه، ۱۳۸۹.

مجمع تشخیص مصلحت نظام، م. ت. *سند چشم‌انداز بیست ساله ج.ا.ایران در افق ۱۴۰۴*. مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۵.

محلاتی، صدرالدین. ارتباط تنگاتنگ و خطرناک فرهنگ اقتصاد و نظام‌های غذایی. *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*، ۱۳۸۰، ۶۱۶-۶۱۷، ۶۱۷-۱۳۸۰.

مرادی، م.، شقاقی، و. (۱۳۸۴)، تیر ۱۶). *مجله تدبیر*. بازیابی در تیرماه ۱۲، ۱۳۸۸، از <http://www.imi.ir/tadbir>

ملک اخلاق، ا.، طالقانی، م.، فخری لرکرق، ع. *تحلیلی بر مدل‌های مزیت رقابتی ملل و ارائه یک الگوی مفهومی*. *اولین کنفرانس مدیریت اجرایی*، (ص. ۱۰-۲۰). تهران، ۲۹-۳۰ اردیبهشت ۱۳۸۹.