

بررسی اهمیت جایگاه غذای سالم و حلال جهت اجرای اهداف تعیین شده در سند چشم انداز ۲۰ ساله

علیرضانیک نش

دانش آموخته دوره کارشناسی ارشد رشته مهندسی علوم دامی دانشگاه تهران

nikmanesh12784@yahoo.com

خلاصه

غذای سالم و حلال دسته ای از تولیدات می باشد که شامل کالاهایی اند که در آنها موادی که از نظر دین اسلام حرام معرفی گردیده اند، استفاده نشده و تولید و ارائه آن هم طبق قوانین اسلامی باشد. این صنعت به دسته گسترده ای از فعالیتها شامل: صنایع غذایی، مواد دارویی و... اطلاق می شود.

عواملی که به گسترش بازار محصولات غذایی حلال انجامیده است شامل: رشد سریع جمعیت مسلمانان، افزایش درآمد و ایجاد انگیزه برای خرید محصولات غذایی حلال در بسیاری از کشورها، افزایش تقاضای جهانی برای مصرف غذای سالم تر و با کیفیت تر، افزایش تقاضای در بازار عرضه محصولات و افزایش تقاضای برای تنوع در محصولات غذایی می باشد.

در حال حاضر بازار اصلی محصولات حلال را کشورهای اسلامی تشکیل می‌دهند که علاوه بر کشورهای در ۵۷ کشور مسلمان جهان در اندازه‌های قابل توجهی در کشورهای: هند، چین، آمریکا، فرانسه، آلمان، انگلیس و کانادا نیز حضور دارند. در سال گذشته ایران حدود ۸۰۰ میلیون دلار غذای حلال (به جز خشکبار) صادرات داشته است. در حال حاضر نیز حدود ۱۵۰۰ شرکت تولیدکننده مواد غذایی در ایران برند حلال را روی محصولاتشان چاپ می‌کنند که اکثر آنها را به کشورهای دیگر صادر می‌نمایند.

با توجه به گستردگی صنایع غذای حلال عمده موانع و مشکلات پیش روی آن عبارتند از: نداشتن متولی مشخص در بخش صنایع غذای حلال، عدم توانایی در مدیریت و سازمان‌دهی صنایع غذای حلال، عدم وجود تاییدیه استانداردهای لازم جهت تعیین کیفیت صنایع غذای حلال، عدم برنامه ریزیهای مدون در خصوص صادرات غذای حلال، استاندارد نبودن محصولات غذای حلال با بازارهای جهانی، عدم کارآیی شبکه خدمات بازاریابی، عدم وجود قوانین مدون در زمینه غذای حلال و...

لذا جهت بهبود و رفع موانع و مشکلات فوق در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله راهکارها و پیشنهادهایی ارائه می‌گردد: تدوین برنامه طولانی مدت جهت کاهش وابستگی به مواد اولیه صنایع غذای حلال، معافیت مالیاتی واحدهای کوچک و متوسط صنایع غذای حلال، پرداخت وامهای کم بهره به صنایع غذای حلال، استفاده از کارشناسان علمی و فنی در صنایع غذای حلال، تشکیل صندوق حمایت از صنایع غذای حلال، استفاده از روشهای جدید و متنوع مارکتینگ

تولیدات حلال، حمایت از صادرات غذای حلال و برطرف کردن موانع آن، برنامه ریزی های کوتاه و میان مدت جهت رسیدن به استانداردهای قابل قبول تولید در صنایع غذای حلال، رقابت با محصولات خارجی از طریق رفع موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای و...

**کلمات کلیدی:** غذای حلال، بازار، ایران، صنایع غذای حلال، نهمین آذر ۲۰۱۳