

شکندگی صنعت غذایی حلال ایران در مقایسه با ترکیه

بیتا نوروزی، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

گسترش صمت

صنعت غذایی به دلیل نقشی که در رفع نیاز اساسی و همیشگی انسان یعنی نیاز به غذا دارد، دارای پتانسیل رشد پیوسته و بالا در تولید و صادرات می باشد و همین امر باعث شده تا در دنیای امروز، صنعت غذایی در میان صنایع مختلف جزء سه صنعت اول باشد. صنعت فرآوری مواد غذایی بزرگترین صنعت در آمریکا و بیشتر کشورهای توسعه یافته است، این صنعت در کشورهای در حال توسعه نیز اهمیت بسزایی دارد. در این میان، امروزه تجارت فرآورده های غذایی حلال نیز سهم قابل توجهی در تجارت جهانی پیدا کرده است، با توجه به اینکه تا سال ۲۰۲۵ میلادی ۳۰ درصد از جمعیت جهان را مسلمانان تشکیل می دهند تولید و توزیع غذای حلال، بیش از پیش مورد توجه جامعه جهانی بخصوص مسلمانان قرار گرفته است. به طور طبیعی هنگامی که استانداردها و عملکردهای یک صنعت جهانی می شود فرصت های رشد و توسعه جهانی آن بیشتر خواهد شد. به همین دلیل است که در حال حاضر صنعت حلال در سراسر جهان به شکوفایی رسیده است.

کشور مالزی به عنوان یکی از کشورهای اسلامی که به طور جدی به دنبال ترویج صنعت غذای حلال است، موفق به توسعه و گسترش این صنعت و تشویق شرکتها و صنایع مربوطه به حضور در این عرصه شده است. همچنین سایر کشورهای اسلامی مانند ترکیه، اندونزی نیز در این زمینه پیشرفت های چشمگیری داشته اند. اکنون در اکثر کشورهای غیراسلامی از جمله استرالیا، کانادا،

امریکا، روسیه و کشورهای اروپایی تجارت کالاهای حلال به عنوان بهترین گزینه در زمینه تجارت و کسب درآمد روبه رشد تلقی می‌شود.

ایران علی‌رغم اینکه کشوری مسلمان است و کلیه فرآورده‌های غذایی تولید شده آن حلال می‌باشد تاکنون نتوانسته جایگاه درخور توجهی از بازار این محصولات داشته باشد. هم‌اکنون بیشتر بازارهای صادراتی ایران، کشورهای همسایه و یا کشورهای هستند که توجه زیادی به رعایت استانداردهای بین‌المللی غذا ندارند، درحالی‌که بازارهای هدف کشور ترکیه در صادرات محصولات غذایی حلال، بیشتر کشورهای با استانداردهای غذایی بالا است.

بررسی بازارهای صادراتی فرآورده‌های غذایی حلال ایران حاکی از افزایش تمرکز صادراتی طی دهه اخیر است. از سال ۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۲، حدود ۷۰ درصد صادرات مواد غذایی ایران تنها به دو کشور افغانستان و عراق صورت گرفته است. براساس آمار بانک جهانی، در سال ۲۰۱۱ کشور آلمان (۷/۶ درصد)، هلند (۷/۱ درصد)، آمریکا (۶/۶ درصد)، فرانسه (۵/۱ درصد)، اندونزی (۴/۷ درصد)، مالزی (۴/۹ درصد)، برزیل (۴/۳ درصد) بیشترین سهم از صادرات مواد غذایی با منشأ حلال در جهان را داشته‌اند. در بین کشورهای منطقه ترکیه (۰/۹۲ درصد) و پاکستان (۰/۴۰ درصد) بالاترین سهم در صادرات محصولات غذایی حلال را دارند، سهم ایران در صادرات محصولات غذایی حلال در سال ۲۰۱۱ حدود ۰/۲۷ درصد بوده است، همچنین ایران در بین صادرکنندگان محصولات غذایی حلال در جهان در رتبه ۱۴۲ است که در مقایسه با ترکیه (۲۶) و پاکستان (۵۳) از جایگاه مناسبی برخوردار نیست.

یکی از دلایل ضعف این صنعت در کشورمان عدم سرمایه‌گذاری مناسب در این بخش است. بطوری‌که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران در بخش صنایع

غذایی فقط ۶/۰ میلیارد دلار بوده است و تنها ۴ شرکت خارجی در حوزه صنایع غذایی در ایران سرمایه گذاری کرده‌اند. این در حالی است که در سال ۲۰۱۰ جریان ورودی سرمایه در بخش صنایع غذایی به ترکیه ۱۲۳ میلیون دلار بوده است که با رشد مناسبی به ۶۴۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ و همچنین در سال ۲۰۱۲ به رقم چشمگیر ۲/۱ میلیارد دلار افزایش یافته است. بدین لحاظ کشور ترکیه که در سال ۲۰۱۰ رتبه هفدهم را در جذب سرمایه‌گذاری خارجی داشته است، در سال ۲۰۱۱ توانست به رتبه هشتم دست یابد و در سال ۲۰۱۲ خود را به‌عنوان رتبه اول در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در میان کشورهای جهان در صنعت غذایی مطرح کند. همچنین ۸۶ شرکت خارجی در حوزه صنایع غذایی در ترکیه سرمایه‌گذاری کرده‌اند که بطور حتم محصولات این شرکت‌ها تهدیدی برای سهم ایران از صادرات منطقه محسوب می‌شود.

یکی دیگر از عواملی که موجب سهم اندک ایران از این بازار پرسود شده، درج انواع مختلف و بعضاً ناشناخته لوگوی حلال بر روی محصولات غذایی است. مالزی، اندونزی، سنگاپور و تایلند لوگوی حلال مخصوصی را برای محصولات یا خدمات غذایی حلال طراحی کرده‌اند. اندونزی، مالزی، ترکیه و بسیاری از کشورهای دیگر مجوز دولتی برای واردات مواد غذایی با گواهی حلال را دارند، اخیراً کشورهای ترکیه، فیلیپین و تایلند قوانینی را برای تشویق صادرات و واردات محصولات حلال تصویب کرده‌اند. ترکیه در زمینه لوگوی حلال و همچنین دریافت صدور مجوز حلال از سازمان‌های معتبر جهانی اقدام نموده و با کشور مالزی همکاری‌های نزدیکی داشته است.

برای داشتن سهم مناسب در تجارت محصولات حلال نیاز به ایجاد ساختارهای اداری و تجاری مناسب است، ضمن آنکه داشتن سیاست مشخص از دیگر الزامات است. همچنین باید هماهنگی میان بخش‌های دولتی و خصوصی در این زمینه صورت گیرد.

