گفت‌وگو

در گفت‌وگو با رئیس فدراسیون تشکل‌های صنایع غذایی تاکید شد

بروز چالش در بخش کشاورزی با توقف صنایع غذایی

دنیای‌اقتصاد: وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صمت به صورت واقعی از این صنعت حمایت نمی کنند و مشکلات این صنعت به طور روزافزون در حال افزایش است که این مساله در درازمدت به دلیل ایجاد خلل در بخش امنیت غذا تاثیرات منفی به همراه دارد. رئیس فدراسیون تشکل‌های صنایع غذایی با بیان مطلب فوق گفت: با توجه به اینکه بسیاری از صنایع در سال‌های بعد از انقلاب تاکنون حذف شده‌اند، اما صنایع غذایی پیشرفت چشمگیری در طول این چهار دهه داشته‌اند، از این رو جریان ضد تولید از این قضیه نگران است و تلاش می کند صنایع غذایی را به افت برساند. محسن نقاشی متذکر شد: با توجه به اینکه ۵۲درصد محصولات کشاورزی کشور، جذب صنایع تبدیلی و ۴۸درصد آن جذب تازه‌خوری می‌شود، پس حمایت از صنایع غذایی و تبدیلی به عنوان لازمه کشاورزی الزامی است. به‌رغم اینکه در این راستا صحبت‌های بسیاری از سوی نهادهای متولی مطرح می‌شود، اما در عمل نهادهای مختلف از این بخش حمایت نمی کنند.

■ استفاده بهینه از ضایعات ۳۵درصدی

نقاشی در عین حال با بیان اینکه بسیاری از جوانان نخبه کشور که اختراعات ثبت شده‌ای در حوزه صنایع غذایی دارند، به دلیل نداشتن حامی و توان مالی و سرمایه کافی یا نداشتن مکان مناسب، نمی‌توانند طرح‌های خود را در حوزه صنایع غذایی به مرحله اجرایی برسانند، گفت: با توجه به وجود ضایعات ۳۵درصدی در بخش محصولات کشاورزی، می‌توانیم با طرح‌های جوانان و شرکت‌های دانش‌بنیان از این ضایعات که منجربه اتلاف محصولات و سرمایه بسیاری می‌شود، جلوگیری کنیم. به طور نمونه به جای واردات علوفه می‌توانیم از این ضایعات ۳۵درصدی به عنوان خوراک دام استفاده کنیم که از این پیشنهاد هم استقبال شد.

■ تقویت کشاورزی در گرو رشد صنایع غذایی

این تولیدکننده ضمن ابراز امیدواری از تداوم حمایت‌ها از سوی نهادهای متولی و ذی‌ربط گفت: صنایع غذایی لازمه پیشرفت کشاورزی کشور است و اگر صنایع غذایی را تقویت نکنیم، بخش کشاورزی دچار چالش خواهد شد. نقاشی افزود: طبق تایید مهندس نیکبخت مدیرعامل سازمان توسعه تعاون روستایی، بخش صنایع غذایی طی سال‌های اخیر با پیشرفت‌های قابل‌توجهی روبه‌رو بوده و از این‌رو حمایت از بخش‌های صنایع غذایی و کشاورزی، جزو حیطه وظایف این سازمان است. در این بین با توجه به اینکه مطالبه فعالان صنایع‌غذایی، حمایت سازمان توسعه تعاون روستایی از این بخش است؛ پشتیبانی، حمایت و متولی گری از صنایع غذایی جزو مفاد اساسنامه این سازمان است و مقرر شده مشکلات این صنعت به عنوان مکمل بخش کشاورزی مرتفع شود. در عین حال مانند بخش کشاورزی، درجهت ارتقای کیفیت و کمیت صنایع غذایی نیز اقدامات لازم انجام شود. وی در ادامه اظهارات خود با اشاره به مشکلات برخی واحدهای تولیدی گفت: در حال حاضر با توجه به حجم بالای محصول لیمو در بازار، آب لیموی تقلبی و غیراستاندارد به صورت گسترده عرضه می‌شود که واحدهای تولیدی آبمیوه و شرکت‌هایی که با کیفیت بسیار مطلوبی آبلیمو تولید می کنند، امکان حضور پررنگ در این بخش را ندارند و برای حل این مساله مذاکراتی را با اداره استاندارد و سازمان غذا و دارو انجام داده‌ایم.

■ نقش اتحادیه‌ها در تامین مواد اولیه ارزان

نقاشی با اشاره به وجود ۲۰ اتحادیه ملی در کشور گفت: این اتحادیه‌ها در سراسر کشور عضو دارند و این می‌تواند گام بسیار مثبتی باشد که همه با هم جمع و متحد شوند. در این صورت اتفاق بسیار خوبی برای قطع دست واسطه‌هایی خواهد بود که تاثیرات زیادی در گرانی دارند. اتحادیه‌ها می‌توانند مواد اولیه یا محصولات کشاورزی را با قیمت مناسب‌تر و کیفیت بهتری در اختیار واحدهای صنایع غذایی قرار دهند. وی اضافه کرد: حتی صنایع غذایی به دلیل اینکه سرمایه در گردش زیادی در دست ندارند، گرفتار واسطه‌ها شده‌اند و واسطه‌ها به صورت درازمدت و چندماهه کالا به آنها ارائه می‌دهند که مهندس نیکبخت قول داد توسط بانک‌ها گشایشی در این زمینه انجام شود. نقاشی تاکید کرد: این کشور متعلق به ماست و باید تلاش کنیم تا از وابستگی رهایی پیدا کنیم. فدراسیون صنایع‌غذایی بیشترین نقدها و مطالبات را در طول این مدت داشته، اما برخی از مسوولان و مدیران نیز اقدامات خوبی انجام داده‌اند و مشکلات موانع این فدراسیون و اعضای آن و نیز تولیدکنندگان صنایع غذایی و بخش کشاورزی را حل کرده‌اند.

خبر

حضور بزرگ‌ترین کارخانه «کانفکشنری» غرب آسیا در نمایشگاه بین‌المللی شیرینی و شکلات تهران

دنیای اقتصاد: نمایشگاه بین‌المللی شیرینی، شکلات و تجهیزات وابسته با حضور حدود ۲۵۰ شرکت در مساحت ۳۳ هزار متر مربع در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپا شده و شرکت زرکام بزرگ‌ترین کارخانه کانفکشنری غرب آسیا در این نمایشگاه حضور دارد. این شرکت زیرمجموعه هلدینگ «زر» است که چندی پیش افتتاح شد و محصولات خود را شامل کیک، ویفر و شکلات؛ نخستین‌بار در این نمایشگاه عرضه کرده است. محصولات این شرکت با ماشین‌آلات روز جهان تولید و به لحاظ کیفیت و بسته‌بندی؛ نسل جدیدی از شیرینی و شکلات در ایران و آسیاست و قابلیت رقابت با برندهای برتر جهان را دارد. هم‌اکنون انواع کیک و ویفر در شرکت زرکام تولید می‌شود و تا پایان امسال، ۴۰۰ محصول شامل انواع کیک‌ها، بیسکویت، ویفر، شکلات، تافی و کراکر در ایران و بازارهای جهان عرضه خواهد شد. در آیین افتتاح این نمایشگاه برادران، معاون صنایع عمومی وزیر صمت و مغازه‌ای، رئیس انجمن شیرینی و شکلات از غرفه هلدینگ زر بازدید کردند. برادران در این بازدید گفت: محصولات شرکت زرکام موجب جهش بزرگی در کشور شده است. علاوه بر «زرکام» شرکت «زرفروکتوز» نیز که از مجموعه شرکت‌های هلدینگ زر است در این نمایشگاه حضور دارد. شرکت زرفروکتوز با انواع محصولات حاصل از نشاسته ذرت شامل «شیرین کننده‌های طبیعی گلوکز و فروکتوز، مالتودکسترین، نشاسته‌های اصلاح شده و پری ژل» در این نمایشگاه حضور پررنگی دارد. بازدیدکنندگان می‌توانند برای دیدن محصولات شرکت‌های زرکام و زرفروکتوز به سالن شماره ۴۰ مراجعه کنند. بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی شیرینی، شکلات و تجهیزات وابسته، در محل دائمی نمایشگاه‌های تهران تا ۲۴ شهریورماه برپاست.

حضور کمرنگ مدیران در نمایشگاه‌های بین‌المللی

حلقه مفقوده در مسیر موفقیت جهانی

سعیده نبی‌زاده: نمایشگاه «ایران ریتیل شو» چند سالی است که در ایران برگزار می‌شود؛ نمایشگاهی که هرساله هزاران نفر از فعالان صنعت خرده‌فروشی و صاحبان مراکز خرید و کارشناسان و متخصصان این عرصه را گرد هم می‌آورد و به بحث و تبادل‌نظر براساس یافته‌های جدید و انتقال دانش بین فعالان این صنعت منجر می‌شود. این نمایشگاه با برگزاری نشست‌های تخصصی که به مدت چهار روز در نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود در مجموع نظرات ۶۰ نفر از خبرگان این صنعت را در معرض دید عموم شرکت‌کنندگان قرار می‌دهد و از این حیث یکی از نوآوران در حوزه برگزاری نمایشگاه در صنایع ایران است که بر اســتفاده از تجربیات نمایشگاه‌های معتبر جهان و بومی‌سازی این تجربیات تاکید دارد.

در این ارتباط شاهرخ کشاورز از خبرگان صنعت ریتیل در ایران با بیان اینکه نمایشگاه ایران ریتیل‌شو، هنوز نمایشگاه جوانی است و برای آنکه سهم مناسبی در مارکتینگ خرده‌فروشی کسب کند باید جذابیت بیشتری در مقایسه با نمایشگاه‌های دیگر به دست آورد، گفت: تا پیش از این فعالان صنعت خرده‌فروشی در نمایشگاه‌هایی مانند الکامپ، صنعت ساختمان، پوشاک و... که نمایشگاه‌هایی وابسته بودند، شرکت می کردند که باعث می‌شد این صنعت در حاشیه صنایع دیگر معرفی شود، اما ایجاد نمایشگاه ایران ریتیل شو این فرصت را به وجود آورد که فعالان این حوزه در فضایی مناسب و تخصصی گرد هم جمع شوند؛ این در حالی است که اگر قرار بود در جایی خارج از نمایشگاه با هم ارتباط بگیرند، مدت زمان زیادی طول می کشید تا یکدیگر را پیدا کنند. موضوعاتی مانند تفاوت در سایز و نوع وظایف در صنعت، این زمان را طولانی‌تر هم می کند.

وی افزود: در نمایشگاه مذکور از روز اول ملزم بودیم که بر موضوع انتقال تجربه، تکنولوژی و یافته‌ها متمرکز باشیم که استفاده از تجارب فعالان این حوزه در چهار روز به صورت کاملا تخصصی دستاورد مهمی بود که رقم خورد. به علاوه معرفی چهره‌های جدید و نوآوری‌هایی که از طرف آنها به دست آمده و همچنین رویارویی و آشنایی و تبادل اطلاعات خبرگان صنعت دو هدفی بود که باعث جذابیت این نمایشگاه شده که البته همه نمایشگاه‌های ریتیل دنیا نیز همین روش را پیاده می کنند و از آنجا که این نمایشگاه‌ها براساس استراتژی B2B است و نه B2C و مصرف‌کننده نهایی خدمات این نمایشگاه، خود ارائه‌کننده خدمات است، بنابراین کلیه ارتباطات در این نمایشگاه، ناظر بر ارائه و دریافت خدمات است و بنابراین سعی کردیم بخش‌های لازم و ملزوم را در نمایشگاه ایجاد کنیم که در چند سال گذشته با وجود برگزاری دو دوره در دوران بروز بیماری کرونا توانسته‌ایم به بخش زیادی از اهداف خود برسیم.

■ چرا مدیران ایرانی در رویدادهای معتبر شرکت نمی‌کنند؟

کشاورز در ادامه صحبت‌های خود با انتقاد از برخی مدیران صنعت خرده‌فروشی در ایران گفت: بخش قابل توجهی از مدیران این صنعت تا به حال در رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی صنعت حتی برای یک بار هم شرکت نکرده‌اند و این در حالی است که برای سفرهای خارجی خود ممکن است چندین بار در سال اقدام کنند یا املاک و مستغلاتی در خارج از کشور داشته باشند، اما در نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی این صنعت شرکت نمی‌کنند و حتی معتقدند دانش جهانی، به دلیل شرایط حاکم بر اقتصاد ایران داخل کشور ما موضوعیتی ندارد! این احساس بی‌نیازی به دانش جهانی و تکیه بر ارتباطات شخصی و درونی آسیب بزرگی است که مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مراکز خرید با آن دست به گریبان هستند. در این بین هستند برخی مدیران که استفاده از تجربیات جهانی را به بازدید از مراکز خرید در کشورهایی مانند مالزی یا امارات و ترکیه خلاصه کرده‌اند؛ درحالی که آنچه در ظاهر این مراکز و طی یک سفر توریستی دیده می‌شود، برای آموزش این مدیران و پلن‌های اصلی این مارکت کافی نیست. به گفته وی از آنجا که کشور ما در سال‌های اخیر به دلیل تحریم‌ها و مشکلات دیگر میزبان توریست قابل توجهی نیست، بنابراین مدیران ما در این صنعت نیاز به توسعه احساس نکرده‌اند و این در حالی است که مدیران این صنعت باید در فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌های معتبری مانند یوروشاپ، مپیک، ریتیل ویک پاریس، ریتیل دیز ترکیه و... حضور یابند، اما به دلایلی مانند عدم آشنایی این مدیران به زبان‌های خارجی یا هزینه‌های بالای ریالی این رویدادها حاضر نیستند در نمایشگاه‌ها و رویدادهای مذکور حضور یابند. در چنین شرایطی طبیعتا فرآیند دانش‌آفرینی و بومی‌سازی نیز در صنعت کند می‌شود.

■ نقش دانشگاه در توسعه صنعت

این کارشناس حوزه خرده‌فروشی در ادامه با بیان اینکه دانشگاه‌های ما نیروی انسانی برای مارکت آموزش نمی‌دهند و بیشتر مدرک‌گرا هستند، اما بسیاری از حوزه‌های کشور نیازمند افراد متخصص هستند، گفت: مدیران آموزش عالی در ایران هیچ یک اعم از مدیران و وزرا و تصمیم‌گیران، از اعضا و فعالان صنعت ریتیل نبوده‌اند تا نیاز این صنعت را احساس کنند و این در حالی است که هسته اصلی و مرکزی این صنعت موضوع آموزش است. خوشبختانه راه‌اندازی رشته تحصیلی در این صنعت در سال‌های اخیر در دانشگاه تهران توسط مدیران و فعالان این صنعت صورت گرفته که برخاسته از بطن صنعت است و باعث شده آموزش‌های تخصصی در این صنعت مبتنی بر نیازهای آن تاحدی شکل بگیرد.

وی ادامه داد: تا به امروز مسوولان دانشگاه‌های ایرانی خود و خانواده‌شان به‌طور طبیعی بیشتر یک مشتری بوده‌اند که از خرده‌فروشی خرید می‌کرده‌اند و به نیازهای این صنعت پی نبرده‌اند، ولی صنعت خود به خود متوجه کمبودهای موجود از منظر دانش و نیاز به آموزش تخصصی شد و در نتیجه مدیران و دلسوزان صنعت خرده‌فروشی پیشنهاد ایجاد رشته‌های مرتبط را به دانشگاه تهران ارائه کردند و این دانشگاه با ذکاوت خود آن را پذیرفت و شرایط آن را مهیا کرد و امروز دانشگاه‌های دیگر نیز قدم‌هایی در این زمینه برداشته‌اند که البته سرعت توسعه دانش در ایران از سرعت توسعه فضای فیزیکی در مراکز خرید کندتر است و در این زمینه عقب‌تر هستیم.

کشاورز در انتها با تاکید بر اینکه بخش خصوصی در ایران بسیار باهوش است، گفت: فعالان این صنعت به هر حال برای مشکلات خود راه‌حلی مناسب می‌یابند، اما لازم است دولت نیز نقش تسهیل‌گری را که در این زمینه بر عهده دارد انجام دهد. به گفته او دولت به جای تصدی‌گری در این صنعت باید تسهیل‌گری کند و شرایط را برای ایجاد و توسعه دانش‌محور در حوزه مذکور فراهم کند. چراکه بخشی از مشکلات این صنعت به رویه‌هایی برمی‌گردد که در داخل کشور تصمیم‌گیری شده‌اند و اگر تسهیل شوند چرخ توسعه صنعت بر مبنای دانش بهتر خواهد چرخید و برای این منظور توسعه مراودات تجاری و اقتصادی با کشورهای دنیا، از یکسو فضای صادرات و واردات را برای صنعت ریتیل فراهم می‌کند و از سوی دیگر راه ورود دانش به این صنعت را هموار می‌کند.

تک‌نان «اُلبریشت» را رسما به ایران آورد

دنیای اقتصاد: شرکت تک‌نان به عنوان نماینده رسمی شرکت بزرگ و با سابقه طعم‌دهنده‌های خوراکی اُلبریشت در ایران فعالیت خود را آغاز کرد. تک‌نان به مناسبت ۱۵۰ سالگی برند اُلبریشت به بررسی وضعیت و جایگاه این شرکت در تولید طعم‌دهنده‌های خوراکی از گذشته تاکنون پرداخته است که متن کامل آن را در ادامه می‌خوانید.

به گفته مهدی میشمی‌فرد، مدیرعامل تک‌نان، تولیدکننده طعم‌های خوراکی اُلبریشت کار خود را ۱۵۰ سال پیش در فوریه ۱۸۷۲ توسط شیمیدان و کارآفرینی نیک‌اندیش به نام دکتر کارل لویس نومن آغاز کرد. دکتر لویس نومن به عنوان یکی از پیشروترین کارآفرینان در صنعت غذای دنیا شناخته می‌شود. دکتر نومن، تحصیلات خود را در دانشگاه‌های لایپزیگ و هایدلبرگ آغاز کرد و در سال ۱۸۶۶ موفق به اخذ کرسی شیمی در دانشگاه هایدلبرگ شد که زمان زیادی در این سمت باقی نماند. تمرکز وی بیشتر بر نحوه و متدولوژی استحصال انواع ادویه‌ها و طعم‌ها از گیاهان بود. او در فوریه سال ۱۸۷۲ اقدام به ثبت شرکت خود به نام دکتر اِل نومن در دردسن آلمان کرد. در ابتدا شرکت دکتر نومن در زمینه تولید کنسرو سبزیجات، گوشت و میوه فعال بود. یک سال بعد و در سال ۱۸۷۳ نومن کارخانه خود را جهت استحصال صنعتی طعم و ادویه از میوه‌ها و گیاهان راه‌اندازی کرد تا زنجیره تامین را تکمیل کند. دو سال بعد شرکت نومن، با عقد قرارداد جهت تامین مواد غذایی با ماندگاری بالا برای ارتش زاکسن تبدیل به سرآمدترین واحد تولیدی غذایی و آشامیدنی آلمان شد. به واسطه این تکنولوژی انقلابی، نومن توانست در زمان کوتاهی و با سرعتی حیرت‌آور تبدیل به بزرگ‌ترین کارخانه تولید کنسرو و طعم‌های خوراکی در اروپا تا سال ۱۸۸۰ شود. موفقیت برای نومن اما در اینجا پایان نیافت و با ورود به بخش‌هایی همچون تولید انواع سس‌های پودری، طعم‌دهنده‌های سوسیس، طعم‌دهنده‌های صنعت بیکری، رنگ‌های خوراکی و مواد اولیه نوشیدنی به کار خود ادامه داد. در سال ۱۸۸۶ شرکت اِل نومن روزانه ۱۰۰هزار عدد قوطی کنسرو تولید می‌کرد که برای آن ۸۰ راس دام و ۳۰۰ تن حبوبات را فرآوری می‌کرد. در آن زمان شرکت نومن که سپس جین اُلبریشت به آن نیز اضافه شد، ۳۳۰ نفر نیروی انسانی در بخش کنسروسازی و ۳۰۰ نفر را در بخش تولید قوطی کنسرو در استخدام داشت. در سال ۱۹۴۵ شرکت نومن با همکاری جین اُلبریشت به حیات خود ادامه داد و تا سال ۱۹۷۲ بر فعالیت روی طعم‌دهنده‌ها بیشتر تمرکز کرد. از سال ۲۰۱۰ اُلبریشت آروم توسط مجموعه عظیم اِشترن ویویول خریداری شد و هنوز بعد از ۱۵۰ سال از تاسیس به حیات خود آن هم در صدر این صنعت که همانا تولید طعم‌های خوراکی است ادامه می‌دهد.

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای
شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان در نظر دارد نسبت به تامین نیروی انسانی ازطریق برگزاری مناقصه عمومی به صورت دو مرحله ای اقدام نماید.
لذا متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۳ لغایت ۱۴۰۱/۰۷/۰۲جهت دریافت شرایط مناقصه به واحد تدارکات این شرکت مراجعه نمایند. آخرین مهلت تحویل مدارک دوشنبه ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ می‌باشد.
سایر:
۱- سپرده شرکت در مناقصه تامین نیروی انسانی : مبلغ ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال
(سپرده شرکت در مناقصه باید حاوی ضمانت‌نامه بانکی معتبر و بی قید و شرط با درج موضوع مناقصه و حداقل سه ماه اعتبار و یا واریز به‌حساب شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان می‌باشد)
-تاریخ بازگشایی مرحله اول: روز سه شنبه ۱۴۰۱/۰۷/۱۲ ساعت ۱۱:۰۰صبح می‌باشد.
تاریخ بازگشایی مرحله دوم: پس از ارزیابی شرکت‌کنندگان حداکثر طی ۱۵ روزکاری متعاقباً به شرکت‌کنندگان اعلام می‌گردد.
آدرس : رشت- شهر صنعتی - ورودی دوم - شرکت شیرپاستوریزه پگاه گیلان .
تلفن : ۲- ۱۳۳۱۸۸۲۳۴۰نمابر: ۰۱۳۳۱۸۸۲۳۴۸
شرکت شیر پا ستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

واحد آموزش روزنامه دنیای اقتصاد
آموزش را متفاوت فراگیرید
Lms.den.ir

یادداشت

دولت خیال سرمایه‌گذار را راحت کند

محمد جعفری
دبیر انجمن صنعت روغن کشی

مکانیزاسیون در حوزه‌های کاشت، داشت و برداشت در صنعت تولید دانه‌های روغنی یک اصل غیرقابل‌انکار است که البته مستلزم سرمایه‌گذاری کلان است و این سرمایه‌گذاری زمانی انجام می‌شود که اول اقتصادی و توجیه‌پذیر باشد و دوم سرمایه‌گذار از آینده سرمایه‌گذاری خود اطمینان داشته باشد. در حال حاضر بخشی از کارخانه‌هایی که وارد حوزه کشت قراردادی شده‌اند، دستگاه‌های با فناوری «های‌تک» وارد کشور کرده‌اند که با توجه به مشکلات ناشی از تحریم‌ها این امکانات با صرف هزینه‌های گزافی تامین و در خدمت حوزه کشت دانه‌های روغنی کشور قرارگرفته است و طبیعتا هدف سرمایه‌گذار از این اقدام تامین منافع پایدار و بلندمدت بوده که برای این منظور ضروری است بستر مناسبی در سال‌های آتی فراهم شود که یکی از الزامات آن ثبات سیاست‌های دولتی و اتخاذ روش‌های حمایتی درست و در زمان‌های مناسب است، چراکه تغییر سیاست‌ها باعث می‌شود از توجیه‌پذیری طرح‌های بزرگ کاسته شود؛ بر این اساس دورنمای مناسب سرمایه‌گذار از صنعت بسیار ضروری است و بخش خصوصی از دولت انتظار رفتاری حمایتی توأم با تعهد را در قبال این صنعت دارد و در ادامه به‌طور خاص از طرح کشت قراردادی به عنوان یک روش و فرآیند مهم که آینده اقتصادی این بخش را تضمین خواهد کرد حمایت کند تا صنعت هم بتواند سرمایه‌گذاری را با طیب خاطر انجام دهد.

نباید فراموش کنیم که تحریم‌ها در سال‌های اخیر هزینه مبادله و تجارت را برای کشور افزایش داده و این رشد هزینه‌ها در واردات مواد اولیه و کالاهای سرمایه‌ای و ماشین‌آلات موردنیاز شدیدتر است. بااین‌حال اگر این اطمینان درباره دولت وجود داشته باشد بخش خصوصی نیز ماشین‌آلات موردنیاز را تامین می‌کند؛ کما اینکه با همه مشکلات موجود کشور در حوزه مکانیزاسیون و دستگاه‌های موردنیاز در صنعت روغن‌کشی وضعیت نسبتا خوبی دارد و بسیاری از کارخانه‌ها از فناوری بسیار خوبی بهره‌مند هستند، اما برای ارتقای فناوری در بقیه کارخانه‌ها که از ماشین‌آلات سطح پایین‌تری بهره می‌برند، باید پروسه تولید در این شرکت‌ها تسهیل شود و زمینه تولید اقتصادی در آنها افزایش یابد تا بتوانند سرمایه‌گذاری جدید انجام دهند. برای این امر دولت در هر سه بخش قیمت‌گذاری، حمایت مالی و حمایت تعرفه‌ای نقش مهمی در نیل کشور به خوداتکایی کامل در حوزه تامین روغن موردنیاز بر عهده دارد و البته باید با رفع تحریم‌ها هزینه‌های تولید و تجارت را کاهش دهد. خوشبختانه دولت در سال جاری با تعیین تعرفه ۷ درصدی برای کنجاله در مقایسه با تعرفه یک‌درصدی دانه حمایت مناسبی انجام داد، اما انتظار می‌رود تعرفه واردات روغن خام نیز که با دانه برابر است افزایش یافته و به کنجاله نزدیک شود که این حمایت مهمی در مسیر خوداتکایی شرکت‌های فعال در این صنعت است. در غیر این صورت با گپ تعرفه‌ای فعلی شرکت بازرگانی دولتی می‌تواند روغن را با تعرفه پایین وارد و با شرکت‌های روغن‌کشی رقابت کند؛ کما اینکه این شرکت از طرح جایگزینی واردات کنجاله و روغن خام که قرار است از طریق دانه انجام شود حمایت نکرد.