

صنعت حلال

نازنین هاشمی*

چکیده:

در پژوهش حاضر سعی شده است تعریفی جامع از مفهوم صنعت حلال ارائه گردد، شامل کالاهای حلال و اینکه در حال حاضر دامنه برند حلال گستره بسیار وسیعی از فعالیتهای اقتصادی از جمله تولیدات دارویی، آرایشی، بهداشتی، منسوجات، پوشاک، چرم، فعالیتهای مالی، بانکداری، مسافرت، توریسم را شامل می‌گردد. پس از آن به بررسی سابقه صدور گواهینامه حلال پرداخته شده و در این میان شورای جهانی حلال و مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی اتاق سلامی به عنوان دو مرجع معتبر معرفی شده اند. در میان انبوه صادر کنندگان گواهینامه حلال لزوم استاندارد و نشانی واحد مطرح شده است. همچنین به بررسی بازار مصرف کنندگان محصولات حلال در دنیا و تولید کنندگان اصلی غذای حلال در دنیا پرداخته شده و در نهایت وضعیت صنعت حلال در ایران مورد بررسی قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: مفهوم صنعت حلال، سابقه صدور گواهینامه، لزوم نشان واحد، بازار مصرف و تولیدکنندگان

۱. مقدمه:

در میان افزایش تقاضای مسلمانان و غیر مسلمانان برای غذای حلال، عرضه غذای حلال در سراسر اروپا به یک روند عادی و در حال رشد تبدیل شده به طوریکه تعداد فروشگاه‌های زنجیره ای که غذای مطابق با موازین شرعی ارائه می دهند افزایش یافته است.

"فریت ون دیجک" معاون اجرایی رئیس شرکت نستله به عنوان بزرگ ترین گروه غذایی جهان اظهار کرد: محصولات غذایی نستله که با مهر حلال ارائه می شوند، نه تنها در فروشگاه های خاص بلکه در بسیاری از فروشگاه های مدرن اروپا عرضه می شوند. نستله اخیراً فروش محصولات گوشتی و غذای منجمد حلال را در فرانسه آغاز کرده است. "ون دیجک" یادآور شد که فروشگاه های زنجیره ای مشهوری چون "تسکو در بریتانیا" و "کارفور" در فرانسه محصولات حلال متنوعی را عرضه می کنند.

* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱/۲۸ تاریخ پذیرش

مقاله: ۸۹/۲/۲۱

پودر شیر، غذاهای آماده، ادویه و سس جزء محبوب ترین محصولات غذایی حلال در اروپا محسوب می شوند.

۲. مفهوم صنعت حلال^۱

این دسته از تولیدات شامل کالاهایی می شوند که در آنها موادی که از نظر دین اسلام حرام معرفی گردیده اند، استفاده نشده است؛ مثلاً از موادی مثل گوشت خوک یا الکل. نکته دیگر اینکه باید تولید و ارائه هم طبق قوانین اسلامی باشد؛ مثلاً گوشت باید در کشتارگاه ها به صورت اسلامی ذبح گردد.

باتوجه به اهمیت تولید محصولات با برند حلال اولین بار در سطح بین المللی در سال ۱۹۹۹ کمیته مشترک شورای جهانی حلال^۲ و سازمان خوار بار جهانی^۳ تعریف رسمی از غذاهای حلال ارائه نمود. در این تعریف نه تنها تولید و فرآوری مشمول قوانین و مقررات برند حلال می شود بلکه به مساله حمل و نقل، ذخیره سازی، و یا هر وسیله و ابزاری که به نوعی در این فرآیند دخیل باشد را شامل می شود.

البته در حال حاضر دامنه برند گستره بسیار وسیعی از فعالیتهای اقتصادی از جمله تولیدات دارویی، ارایشی، بهداشتی، منسوجات، پوشاک، چرم، فعالیتهای مالی، بانکداری، مسافرت، توریسم، را شامل می گردد.

۳. سابقه صدور گواهینامه حلال^۴

متخصصین مسلمان صنایع غذایی ایالات متحده آمریکا در اواسط دهه ۱۹۶۰ میلادی شروع به صدور گواهینامه حلال کردند. در حقیقت شروع کننده این جریان کشورهای مسلمان نبودند بلکه مسلمانان ساکن در سرزمین های غیر مسلمان مانند

1 Halal industry
2 World Halal Council (WHC)
3 (FAO)
4 Halal Certification

ایالات متحده آمریکا، اروپا، برخی مناطق آسیا و اقیانوسیه بودند. آنها با مشاهده یهودیان که به لحاظ جمعیتی کمتر از مسلمانان بودند اما برای به جا آوردن اعمال مذهبی خود اقدام به صدور گواهینامه کوشر^۱ کرده بودند، به فکر صدور گواهینامه حلال و تاسیس بازار مسلمانان افتادند.

در دوران قدیم بسیاری از کشورهای اسلامی مواد غذایی مورد نیاز خود را به صورت محلی و یا خرید از کشورهای اسلامی همسایه تامین می کردند. با افزایش جمعیت روبه رشد کشورهای مسلمان، بازرگانان مسلمان اقدام به واردات مواد غذایی از کشورهای پیشرو در کشاورزی و دام کردند. مواد غذایی وارداتی به خصوص آنهاییکه از غرب می آمدند می بایست بر اساس دستورالعمل حلال اسلامی^۲ تهیه می شدند.

توفیق عملی زندگی مسلمان در جوامع غیر مسلمان با حفظ هویت مسلمانی و انجام تعهدات مذهبی خود، ابزاری مفید برای پذیرش تولید محصولات کشورهای غیر مسلمان در جهان اسلام شد. هنگامیکه جهانی شدن به یک مسیر برای تجارت جهانی تبدیل شد، موانع یک به یک از سر راه کنار گذاشته می شدند. حال وقت آن بود که یک سیستم امن برای صدور کالاهای جوامع غیر مسلمان به جوامع مسلمان مورد پذیرش واقع می شد.

۳-۱- شورای جهانی حلال

این شورا در جاکارتا اندونزی در سال ۱۹۹۹ به منظور استاندارد سازی گواهینامه حلال و فرآیند صدور اعتباردهی در میان سازمان های عضو به نمایندگی از کشورها و ملیت های مختلف تاسیس شد؛ اما به عنوان یک مرجع جهانی در کوالالمپور مالزی دوباره به ثبت رسید. این سازمان در اصل از چند کشور مالزی، اندونزی، ایالات متحده

1 Kosher Certification
2 Guide Direction Of Islam Halal

آمریکا، آفریقای جنوبی، استرالیا و بلژیک تشکیل شد. شورای جهانی حلال پس از ۷ سال سرانجام در سال ۲۰۰۵ میلادی در کیپ تاون^۱ آفریقای جنوبی موفق به تدوین، فرموله کردن، تصویب منشور و آیین نامه خود شد. این شورا خود را به عنوان یک منبع قابل اعتماد برای کسب اطلاعات استاندارد حلال می داند.

۳-۲- مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی اتاق اسلامی^۲

پیشنهاد تاسیس این مرکز در هشتمین اجلاس سران سازمان کنفرانس اسلامی^۳ در سال ۱۹۹۷ میلادی در تهران ارائه گردید و سرانجام در سال ۲۰۰۳ میلادی این توافقنامه به امضاء رسید. مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی اتاق اسلامی در راستای تحقق عملی ایده بازار مشترک اسلامی، ایجاد نشان فراگیر حلال برای همه محصولات تولیدی غذای حلال در مرحله اول و سایر محصولات حلال در مرحله دوم در جهان اسلام را مدنظر قرار داد. سرانجام در سال ۲۰۰۸ میلادی پس از ماه ها پژوهش در سابقه این تولیدات، آییننامه ها، نشان های گوناگون، نمایشگاه ها، ظرفیت تولید و حجم بازار غذای حلال اقدام به نهایی کردن آیین نامه اجرایی حلال بر اساس مشترکات فقهی مسلمین و دستورالعمل های اجرایی ارزیابی مراکز تولید کننده این محصولات نمود.

۴. لزوم استانداردسازی^۴ برند حلال

به لحاظ تاریخی اولین استانداردسازی را می توان در تمدن های باستانی بابل و مصر برای وزن و اندازه گیری یافت. شاید از نمونه های دیگر آن تقویم هجری مسلمانان باشد که بر اساس هجرت پیامبر تنظیم شده بود و یا تقویم میلادی "پاپ گرگوری" در اواخر قرن ۱۶ میلادی که امروزه استفاده می شود. به هر حال اشتیاق

انسان به فعالیتهای هماهنگ در پاسخ به نیازهای جامعه او را به این مسیر رهنمون شده که در اواخر قرن ۱۹ میلادی به تلاشهای جدی در این زمینه دست بزند. در حال حاضر نزدیک به ۳۰ نشان حلال در سراسر دنیا در حال استفاده می باشد. به منظور دستیابی به گسترش تجارت، رشد اقتصادی و توسعه محصولات، وجود استاندارد برای اطمینان در تعاملات امری ضروری برای تمام دست اندرکاران تجارت جهانی می باشد. در واقع استاندارد، زبان فراملی مشترکی را برای تجارت و کمک به برقراری ارتباط دانش، تکنولوژی و عملکرد تجاری بین موسسات داخل و خارج از کشور فراهم می کند. توسعه گسترده و رشد بازار اروپا در واقع مدیون اجرای استاندارد های اتحادیه اروپا می باشد که با حرکت ازاد و سریع کالا و خدمات در دیگر کشورهای عضو اتحادیه اروپا از وقت و هزینه اضافی کنترل مجدد ملی کاست. از تجزیه اتحادیه اروپا برای استاندارد سازی در جهان اسلامی دو نکته مهم می توان برداشت نمود؛ اول اجرای استاندارد های مشترک برای کمک به بهبود اقتصاد جمعی کشورها، دوم ترویج روابط خوب تجاری چند جانبه بین کشورها که سازمان کنفرانس اسلامی با داشتن ۵۷ عضو به راحتی می تواند از پس آن برآید.

۵- بررسی بازار محصولات حلال در دنیا

بر اساس گزارش ارائه شده توسط انجمن جهانی حلال^۱ در میهایس^۲ مالزی در سال ۲۰۰۷ از جمعیت ۷ میلیاردی جهان حدود ۲۶٪ مسلمان می باشند و این یعنی جمعیتی حدود ۱/۸ میلیارد یعنی کمی بیشتر از یک چهارم جمعیت جهان، پیش بینی ها نشان میدهد این عدد به ۲۸٪ در سال ۲۰۲۰ خواهد رسید. اما ارزش بازار جهانی صنعت حلال حدود ۲۰۰۰ میلیارد دلار می باشد که از این رقم تنها حدود ۲۸٪ آن

1 Cape Town

2 Islamic Chamber Research & Information Center (ICRIC)

3 Organization of Islamic Conference (OIC)

4 Standardization

1 World Halal Forum (WHF)

2 Mihas

یعنی ۵۶۰ میلیارد دلار به صنعت غذای حلال تعلق دارد و انتظار می رود صنعت حلال نرخ رشد ۱۰ تا ۲۰ درصدی خود را به طور سالانه آن هم برای چند سال آینده ادامه دهد.

اروپا یکی از بازارهای مهم برای محصولات حلال می باشد که بیشتر به قدرت خرید بالا متکی است تا میزان جمعیت. ارزش بازار حلال در اروپا با وجود بیش از ۵۰ میلیون نفر مسلمان ۷۷ میلیارد دلار می باشد. به عنوان مثال در انگلستان ارزش خرده فروشی گوشت حلال معادل ۴۰ میلیون پوند می باشد، نکته جالب توجه اینست که گوشت حلال حدود ۱۱ درصد از فروش گوشت را تشکیل داده در حالیکه جمعیت مسلمان این کشور حدود ۱/۷ میلیون نفر، معادل ۳ درصد جمعیت آن کشور می باشد. و یا فرانسه با بالاترین میزان جمعیت مسلمان در اروپا حدود ۴/۵ میلیون نفر، جمعیت مسلمانش ۳۵٪ درآمد خود را صرف مواد غذایی می کنند که در مقایسه با معدل معمول میزان بالاتری است. بعلاوه مصرف کنندگان هلندی بیشتر راغب به خرید محصولات حلال، بر این باورند که این محصولات دارای کیفیت^۱ بهتر و از درجه اطمینان^۲ بیشتری برخوردار است. مسئولین بندر رتردام هلند در تلاشند نشان دهند محصولات غذای حلال منحصر در انبار محصولات حلال نگهداری می شوند و اطمینان می دهند که این محصولات با محصولات غیر حلال هیچ تماسی ندارند تا از این طریق دروازه ورودی محصولات حلال به اروپا معرفی می شوند.

آسیا بزرگترین جمعیت مسلمان را نسبت به هر نقطه دیگر دارای می باشد اما این جمعیت کمترین درآمد را دارا می باشد و از این رو مصرف غذای حلال در این منطقه نسبت به سایر مناطق جهان کمتر است. برای مثال کشورهای پر جمعیت همانند هند و پاکستان مصرف کنندگان کم درآمد را دارا می باشند و در نتیجه دارای مصرف کمتر

می باشند، هر چند کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس که دارای درآمد بیشتر و به تبع آن نرخ مصرف سرانه بیشتر هستند، باید ۸۰٪ احتیاجات خود را وارد کنند و در این میان عربستان سعودی و امارات متحده عربی به عنوان مهمترین بازار وارد کننده منطقه شناخته شده اند.

ارزش بازار محصولات حلال آمریکا ۱۲ میلیارد دلار تخمین زده می شود و فروش غذای حلال در آمریکا از سال ۱۹۹۵ تاکنون ۷۰٪ رشد داشته است که تخمین رشد آن برای سالهای آتی امری دشوار به نظر می رسد. صنعت غذای حلال در فروشگاه ها و رستورانهای ایالات متحده رونق گرفته و سبک پخت به روش اسلامی در حال گسترش است. امروزه بیش از ۱۴۰ رستوران از تمام رستورانها و فروشگاه های واشنگتن خود را عرضه کننده غذای حلال معرفی می کنند.

۶. بررسی تولیدکنندگان غذای حلال در دنیا

مالزی به عنوان قطب جهانی غذای حلال در جهان شناخته شده است و همچنان پیشرو در این صنعت می باشد.

برزیل در حال حاضر یکی از بزرگترین صادرکنندگان گوشت و تجارت کشاورزی در جهان است و درصد قابل توجهی از صادرات این کشور را محصولات حلال تشکیل می دهد. به عنوان مثال نزدیک به ۳۰٪ از صادرات ۱/۱ میلیون تن محصولا گوشت بدون استخوان برزیل دارای گواهی حلال است.

مهمترین خریداران محصولات گوشتی برزیل عبارتند از: ایران، مصر و کشورهای شورای همکاری خلیج فارس شامل عربستان سعودی، امارات متحده عربی، کویت، بحرین، عمان، قطر.

فرانسه یکی از کشورهای بزرگ صادرکننده گوشت ماکیان در جهان است. در حدود ۷۵٪ صادرات گوشت منجمد این کشور را محصولات حلال تشکیل می دهد.

عمده صادرات فرانسه به کشورهای اسلامی مانند عربستان سعودی، امارات متحده عربی، کویت و یمن می باشد.

ایالات متحده امریکا سومین صادر کننده گوشت در جهان است که بیشتر از ۸۰٪ آن با گواهی حلال به کشورهای مسلمان صادر می شود.

نیوزلند چهارمین صادر کننده گوشت گاو در جهان است و نزدیک به ۴۰٪ از گوشت بدون استخوان صادراتی آن دارای گواهی حلال بوده که به بیش از ۱۲ کشور مسلمان صادر می شود.

سنگاپور نیز گامهایی را برای تبدیل شدن به قطب بازار غذایی حلال برداشته و در خاورمیانه ستادهای تبلیغاتی راه انداخته است.

تایلند با داشتن بیشترین جمعیت بودایی با برپایی آزمایشگاه ها مجهز به یک مرکز غذایی حلال تبدیل شده است.

برونئی با شرکتهای استرالیایی همکاری می کند تا نقش خود را در جهان اسلامی با تولید غذای با کیفیت و مطمئن استرالیا ترکیب کند.

چین با توجه به دسترسی به نیروی کار ارزان، یادداشت تفاهمی با کمیسیون اروپا^۱ امضاء کرده و بسیاری از کمپانی های مورد قبول این کمیسیون آماده اند هستند محصولات حلال این یک کشور پهناور آسیایی را به بازار اروپا صادر کنند.

ترکیه نیز محصولات خود رابه کشورهای اروپایی آلمان و فرانسه که دارای جمعیت مسلمان قابل توجهی هستند، صادر میکند.

۷. وضعیت صنعت حلال در ایران

سوالی که در اینجا ممکن است به ذهن خطور کند این است که، باتوجه به اینکه مردم مسلمان ایران تولید کننده این محصولات می باشند و بر اساس قوانین فقهی، اصل

بر حلال بودن است بنابراین ضرورت برند حلال در ایران چیست؟ در پاسخ باید گفت این نشان برای درج بر محصولات صادراتی است که در بازارهای مقصد به علت وجود تنوع محصولات حلال و غیر حلال، لزوم جداسازی ان محصولات احساس می شود و مصرف کننده مسلمان با دیدن نشان حلال کالای دلخواه خود را خریداری نموده و مصرف کننده غیر مسلمان از کیفیت و سلامت آن اطمینان حاصل می کند. بعلاوه برخی از کشورها برای صدور مجوز واردات نصب برچسب حلال را روی محصولات الزامی کرده اند.

ایران به عنوان یک کشور اسلامی بزرگ و شناخته شده از مزیت بالقوه ای برای موفقیت در صنعت حلال برخوردار است و جهت ورود موفقیت آمیز به این بازار، شناخت جدی و عملی آن شامل وضعیت حال و آینده بازار و شناسایی رقبای موجود و نیز تقویت توانمندی ها و برطرف کردن نقاط ضعف کشور کاملاً ضروری بوده و باید تدابیری اندیشیده شود تا بتوان سهم بیشتری از ۳۲۰ میلیون دلار با توجه به جمعیت ۵ تا ۶ درصدی کشورمان از جهان اسلام بدست آورد.

بر اساس آمار سال ۱۳۸۵ مواد غذایی حلال صادر شده از کشورمان بالغ بر ۲۶۰ میلیون دلار بوده که عمدتاً به مقصد کشورهای غیر اسلامی بوده است. در حالیکه چنانچه به کارگیری برند حلال در محصولات صادراتی ایران از جایگاه خود را پیدا کند قطعاً سهم بزرگی از این بازار عاید تولیدکنندگان ایرانی می شود.

در همین راستا در سال ۱۳۷۸ اولین نمایشگاه بین المللی غذای حلال و در سال ۱۳۸۸ دومین نمایشگاه بین المللی غذای حلال در ایران برگزار شد. همچنین همایش های متعددی در کنار این نمایشگاه ها داخل ایران برگزار گشت. بعلاوه دست اندرکاران این صنعت در نمایشگاه ها و همایش های بین المللی خارج از کشور حضور فعال داشتند و در نهایت خبر خوش اینکه استاندارد ملی غذای حلال ایران پس از دو سال رایزنی با شماره ۱۲۰۰۰ به چاپ رسید و لوگوی آن نیز توسط مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی اتاق اسلامی بنا به تقاضای اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران طراحی شد.

منابع:

www.oic.org
www.halaljournal.com
www.worldhalalforum.org
www.worldhalalcouncil.org

Archive of SID