

غذای حلال، چشم انداز یک فرصت

کد موضوعی: ۲۵۰

شماره مسلسل: ۱۳۷۸۹

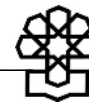
تیرماه ۱۳۹۳

دفتر: مطالعات زیربنایی

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۳.....	نگاه ریشه‌ای به مفهوم حلال و پیچیدگی‌های آن
۴.....	حوزه‌های محصولات حلال
۶.....	بررسی تطبیقی قوانین مربوط به غذاهای گروه‌ها و جوامع مختلف
۱۰.....	توجه به بعد علمی حلال
۱۲.....	برند (نشان تجاری) حلال
۱۴.....	نکات ضروری در پروسه تولید محصولات در برند حلال
۱۴.....	اهمیت توجه به امور بهداشتی
۱۴.....	لزوم نصب برچسب مناسب
۱۵.....	بسته‌بندی مواد غذایی در محیط حلال
۱۵.....	ظروف و مواد بسته‌بندی
۱۶.....	پوشش‌دهنده‌ها و روکش‌های محافظ خوراکی
۱۶.....	بازار محصولات حلال
۱۹.....	جایگاه تجارت (صادرات و واردات) در صنعت حلال
۲۰.....	علل رشد تجارت جهانی غذای حلال
۲۰.....	بازار برند حلال
۲۲.....	مرور کلی بر وضعیت صنعت مواد غذایی حلال (برند حلال) در ایران
۲۲.....	فعالیت کشورهای غیرمسلمان در زمینه تولید غذا با برند حلال
۲۵.....	ضرورت پایه‌گذاری و موانع گسترش برند حلال در ایران
۲۶.....	لزوم استانداردسازی برند حلال
۲۷.....	تدوین و تصویب استاندارد ملی ایران با موضوع غذای حلال
۲۹.....	لزوم داشتن یک نشان واحد برای وحدت تجاری و اقتصادی کشورهای اسلامی
۳۱.....	مجریان و سیاستگذاران صنعت حلال
۳۱.....	شورای جهانی حلال
۳۲.....	مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی
۳۲.....	فرآیند دریافت گواهی حلال
۳۴.....	نتایج و پیشنهادهای
۳۸.....	منابع و مأخذ



غذای حلال، چشم‌انداز یک فرصت

چکیده

غذاهای سالم و حلال دسته‌ای از تولیدات هستند که در آنها موادی که از نظر دین اسلام حرام معرفی شده‌اند، استفاده نشده و تولید و ارائه آن هم طبق قوانین اسلامی باشد. برند یا نشان تجاری حلال به‌عنوان یک استاندارد جهانی غذایی، معیاری از کیفیت غذای سالم و بهداشتی در جهان، عاملی برای توسعه مبادلات و صادرات محصولات صنایع غذایی در بین کشورهای اسلامی و غیراسلامی است. رعایت استانداردهای تولید حلال به‌ویژه برای واردات محصولات به کشورهای اسلامی و مصرف جوامع مسلمان در کشورهای غیراسلامی ضروری است، لذا در این راه وظیفه حکومت‌های کشورهای اسلامی این است که با تدوین آیین‌نامه‌ها و دستورهای شفاف، راه توسعه این نوع از تجارت را هموار کنند که در این راه، تدوین دستورالعمل‌های اختصاصی مذاهب مختلف در اسلام با توجه به تفاوت‌های موردی (برای مثال فقه شیعه در مواردی با فقه سایر مذاهب تفاوت دارد)، تأثیر بسزایی خواهد داشت.

عرضه محصولات غذایی مشروع یهودیان در کشورهای غیرمسلمان در مقایسه با محصولات غذایی حلال چندین برابر بوده که این شرایط را می‌توان با افزایش آگاهی و بیان ابعاد حلال برای غیرمسلمانان تا حدود زیادی رفع کرد تا از این طریق با احترام به اصول اعتقادی، زمینه پیشرفت تجاری آنها را نیز فراهم کرد. ضمن اشاره به این نکته که جمعیت مسلمانان جهان تا سال ۱۴۰۰ در حدود ۳۰ درصد کل جمعیت جهان خواهد رسید، غذای حلال نیز در آینده می‌تواند به سادگی ۲۰ درصد کل تجارت جهانی را در محصولات غذایی به خود اختصاص دهد. لذا ضروری است تا با برنامه‌ریزی صحیح در راستای اختصاص سهم شایسته‌ای از تجارت جهانی محصولات حلال به ایران، اقدامات لازم انجام پذیرد.

طبق آمارهای ارائه شده در گزارش، بیشترین جمعیت مسلمان، بیشترین مصرف غذای حلال و بیشترین گردش مالی در منطقه‌ای است که ایران از پتانسیل بالقوه‌ای برای ایفای نقش مهمتر در صنعت غذای حلال در این منطقه برخوردار است.

مقدمه

از آنجایی که اسلام با نگاه جامع خود تعالی، زندگی دنیوی انسانی را نیز در دستور کار خود دارد؛ لذا شماری از طرح‌ها و برنامه‌ها برای زندگی شخصی وی تدبیر شده است که مواردی چون خوردن، آشامیدن، لباس پوشیدن و غیره را دربرمی‌گیرد. غذای حلال به غذاهایی گفته می‌شود که عاری از هر جزء تشکیل‌دهنده‌ای باشد که مسلمانان از خوردن آن منع شده‌اند. نشان‌های تجاری (برند) حلال بر انواعی از کالاها و خدمات درج می‌شود که فرآیند و فرآورده تهیه آغازین و مسیر فرآوری آن بر پایه موازین شرع اسلام باشد. صنعت غذای حلال به‌عنوان یک صنعت منحصر به فرد در جهان به حساب می‌آید که تمام مراحل تولید کالا در آن براساس آموزه‌ها و ارزش‌های مذهبی صورت می‌گیرد. دین ما برای واژه‌های حلال، حرام و مکروه در حوزه صنایع غذایی معیارهایی ارائه کرده است که همگی آنها با در نظر گرفتن واقعیات طبیعی و فطری انسان وضع شده‌اند. حلال در شریعت اسلام به معنی مجاز بودن برای مصرف و کاربرد است. جامعه مسلمان جهان با واژه حلال در زندگی فردی و اجتماعی خود آشنا هستند و بازار سالانه دو هزار میلیارد دلاری محصولات حلال در جهان، نشان دلبستگی آنان به اصول و معیارهای دینی است.

در دوران قدیم بسیاری از کشورهای اسلامی مواد غذایی مورد نیاز خود را به صورت محلی و یا خرید از کشورهای اسلامی همسایه تأمین می‌کردند. با افزایش جمعیت رو به رشد کشورهای مسلمان، بازرگانان مسلمان اقدام به واردات مواد غذایی از کشورهای پیشرو در کشاورزی و دام کردند. مواد غذایی وارداتی به‌خصوص آنهایی که از غرب می‌آمدند باید براساس دستورالعمل حلال اسلامی^۱ تهیه می‌شدند. توفیق عملی زندگی مسلمان در جوامع غیرمسلمان با حفظ هویت مسلمانی و انجام تعهدات مذهبی خود، ابزاری مفید برای پذیرش تولید محصولات کشورهای غیرمسلمان در جهان اسلام شد. هنگامی که جهانی شدن به یک مسیر برای تجارت جهانی تبدیل شد، موانع یک به یک از سر راه کنار گذاشته می‌شدند، حال وقت آن بود که یک سیستم امن برای صدور کالاهای جوامع غیرمسلمان به جوامع مسلمان مورد پذیرش واقع می‌شد. به‌طور کلی اهمیت و ضرورت پایه‌گذاری صنعت حلال را می‌توان این گونه بیان کرد:

- وظیفه شرعی مبنی بر ایجاد بستر مناسب برای اجرای صحیح دستورات شرعی مرتبط با حلال و حرام در همه ابعاد زندگی،
- ضرورت حفظ سلامت جسمی، روحی، اجتماعی و همچنین سلامتی معنوی مسلمانان،
- لزوم بسترسازی جهت ترویج فرهنگ حلال در جوامع اسلامی و غیراسلامی،



- ضرورت انجام تحقیقات جامع در راستای ایجاد بستر مناسب برای امور قانونگذاری، اجرایی و قضایی موضوعات مرتبط با حلال،
- اهمیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و سیاسی تبیین حلال به‌عنوان یک استاندارد بین‌المللی شاخص و یک برند برتر کیفیت و سلامت در جهان،
- لزوم تبیین روش‌های به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین در توسعه ابعاد علمی حلال،
- بهره‌گیری از برند حلال در توسعه تجاری و اقتصادی کشورهای اسلامی،
- اهمیت ایجاد زمینه حضور فعال و مؤثر جمهوری اسلامی ایران در بعد بین‌المللی حلال.

نگاه ریشه‌ای به مفهوم حلال و پیچیدگی‌های آن

اسلام استفاده از ابزار حرام را حتی برای رسیدن به نتیجه در خور ستایش، مورد تأیید قرار نمی‌دهد. در واقع، اسلام نه تنها بر شریف بودن هدف، بلکه بر انتخاب ابزار مناسب برای نیل به هدف نیز تأکید می‌کند. قوانین اسلامی از ما می‌خواهد که حق را فقط با ابزار صحیح به‌دست آوریم. برای مثال در مورد ذبح دام، هم نیت و هم به کار گرفتن روش صحیح، از شرایط صحت ذبح هستند. اصرار در ذکر نام خداوند قبل از ذبح حیوان به معنی تأکید بر احترام به زندگی و این حقیقت است که همه چیز متعلق به خداوند متعال است. ذکر نام خداوند سبب ایجاد احساس مهربانی و شفقت بوده و از قساوت و سنگدلی جلوگیری می‌کند. همچنین این عمل سبب تقویت این نیت می‌شود که حیوان با نام خدا برای تأمین غذا و نه به‌منظور تفریح کشتار شده است.

براساس شریعت اسلام، مسلمانان از مصرف گوشت خوک، الکل، گوشت ماهیان بدون فلس و... منع شده‌اند. رعایت این نکات شرعی در مورد اشکال ساده غذایی چندان مشکل به‌نظر نمی‌رسد، اما قضیه وقتی بغرنج می‌شود که اقتضای زمان، ذائقه‌های مختلف، همچنین هدفگذاری، تعقیب و تقویت خصوصیات دارویی در برخی مواد و صنایع غذایی مدرن (اساس شکل‌گیری غذاهای عملگرا یا فراسودمند) پیچیدگی ترکیبات غذایی را افزایش می‌دهند. در برخی محصولات غذایی، ترکیباتی استفاده می‌شود که مواد اولیه آن می‌تواند حاصل فرآوری یک ماده غیرحلال باشند. محدودیت در آگاهی از کیفیت، شیمی و ساختار این ترکیبات جدید و پیچیده می‌تواند در تشخیص شرعی یا غیرشرعی بودن مصرف مواد غذایی مدرن، مشکل‌آفرین باشد.

در فرآوری فرآورده‌های غذایی، نگاه ریشه‌ای به زمینه حلال، بسیار مهم و چشمگیر است. برای نمونه در شیرهای غنی شده با چربی‌ها، ویتامین‌ها و پروتئین‌ها و یا شیرهای طعم‌دار، منبع به‌کار گرفته شده برای غنی‌سازی می‌تواند حیوان باشد که حلال بودن آن گفتگوبرانگیز است. از این شیر

برای فرآوری فرآورده‌های دیگر مانند خامه و بستنی نیز به‌کار گرفته می‌شود. در تهیه کره و کره‌ها از مونو و دی‌گلسیریدها برای جداسازی چربی و آب استفاده می‌شود که ریشه حیوانی دارند. همچنین، از آنزیم‌ها برای بهبود طعم و رنگ و بافت مواد غذایی استفاده می‌شود که ریشه آنها می‌تواند از جانداران غیرحلال باشد. همچنین، ترکیب‌های به‌کار گرفته شده برای بسته‌بندی فرآورده‌های غذایی به‌ویژه ظرف‌های بسته‌بندی خوردنی که امروزه بسیار مورد توجه واقع شده‌اند، می‌تواند گفتگوبرانگیز باشد. برای تولید اغلب پنیرها از آنزیم‌های مختلفی استفاده می‌شود. چنانچه این آنزیم‌ها از میکروارگانیسم‌ها یا حیوانات کشتار شده حلال به‌دست آمده باشند، حلال هستند، اگر آنزیم‌ها از منابع خوک تهیه شده باشند حرام و اگر از حیوانات ذبح شده غیرحلال تهیه شده باشند، سؤال‌برانگیز و مورد شک و تردید خواهند بود. بر همین اساس امولسیفایرها، ممانعت‌کننده‌های رشد کپک و دیگر افزودنی‌های غذایی که از منابع نامعلوم به‌دست آمده‌اند و در تولید محصولات شیر و تخم مرغ استفاده می‌شوند، برای مصرف مورد تردید هستند. گیاهان و سبزیجات به استثنای نوشیدنی‌های الکلی یا دیگر مواد سکرآور عموماً حلال هستند. با این حال در کارخانجات مدرن فرآوری مواد غذایی، ممکن است سبزیجات و گوشت‌ها در یک کارخانه و با تجهیزات مشترک، فرآوری شوند که این امر احتمال آلودگی متقاطع را افزایش می‌دهد. همچنین ممکن است مواد غذایی خاصی با منشأ حیوانی در فرآوری سبزیجات استفاده شود و محصولات تهیه شده را مورد شک و تردید قرار دهد. بنابراین روش‌های تولید و فرآوری مواد غذایی باید به‌دقت پایش شوند تا حلال بودن غذاهای با منشأ گیاهی، مورد شک و تردید قرار نگیرند.

اکنون علم قادر به انتقال ژن‌های ماهی، حشرات یا خوک به گونه‌های گیاهی است. این موضوع سبب تغییر در ظاهر یا مزه گیاه نخواهد شد، اما می‌تواند آن را در مقابل بیماری‌ها مقاوم‌تر نموده و یا ارزش تغذیه‌ای آن را در مقایسه با گیاهان اصلاح نشده بهبود بخشد. لذا این نکته در خصوص محصولات وارداتی به کشور حائز اهمیت بوده و باید به دقت بررسی شود.

حوزه‌های محصولات حلال

فرآورده‌های حلال، نمونه‌های زیر را دربرمی‌گیرد:

۱. غذا،
۲. دارو،
۳. فرآورده‌های بهداشتی،
۴. فرآورده‌های آرایشی و پوشاک.



فرآورده‌های غذایی حلال دربرگیرنده نمونه‌های زیر هستند:

- گوشت‌های گوناگون دام، طیور، آبزیان و مشتق‌های آنها، مانند عصاره گوشت،
 - روغن‌های گوناگون جانداران یا نباتی آمیخته با روغن جانداران و مشتق‌های آنها مانند کره و روغن ماهی،
 - شیر، فرآورده‌ها و انواع مشتق‌های آن مانند شیر خشک، انواع پنیر،
 - انواع تخم پرندگان و آبزیان و مشتق‌های آن،
 - پسماندهای حیوانی و مشتق‌های آن،
 - فرآورده‌های تخمیری الکلی و مشتق‌های آن مانند (انواع مشروب‌های غیرالکلی) مخمرها،
 - انواع فرآورده‌های افزودنی، نگهدارنده، طعم‌دهنده، قوام‌دهنده و مانند آن با پایه انسانی، جانداران و الکلی مانند ژلاتین، مایه پنیر، آلبومین، ترکیب‌های آنزیمی، مکمل‌های پروتئینی، دارویی و یا دیگر فرآورده‌های همانند.
- امروزه علاوه بر صنایع غذایی بخش صنایع دارویی، آرایشی - بهداشتی، خدمات حلال (خدمات بانکداری و بیمه و سرمایه‌گذاری، حمل‌ونقل، گردشگری، هتلداری، تفریحات، ورزش، امور هنری، امور رسانه‌ای و...) نیز در گستره تجارت حلال قرار گرفته‌اند.
- بر این اساس، کلیه غذاهای پاک و تمیز برای مصرف مسلمانان مجاز است، غیر از گروه‌های غذایی زیر و همچنین هر محصولی که از آنان مشتق شده و یا به آنها آلوده شده باشد، برای مثال:
- مردار یا حیوان مرده،
 - خون جاری و منعقد شده،
 - خوک و کلیه محصولات فرعی به‌دست آمده از آن،
 - حیواناتی که به‌صورت شرعی ذبح نشده باشند (ذبح با نام غیرخدا، ممانعت از خروج کامل خون از بدن و ...)،
 - همه انواع مواد سکرآور و موادی که انسان را از حالت طبیعی خارج می‌کند، شامل الکل و مواد مخدر،
 - حیوانات گوشتخوار دارای دندان نیش، نظیر شیرها، سگ‌ها، گرگ‌ها یا ببرها،
 - پرندگان دارای چنگال‌های تیز (پرندگان شکاری)، نظیر باز، عقاب، جغد و کرکس،
 - حیوانات خشکی‌زی نظیر قورباغه و مار.

بررسی تطبیقی قوانین مربوط به غذاهای گروه‌ها و جوامع مختلف

غذا به‌عنوان مهمترین عامل برای تعامل و ارتباط بین گروه‌های مختلف قومی، اجتماعی و مذهبی در نظر گرفته می‌شود. برای همه انسان‌ها، غذایی که می‌خورند، حائز اهمیت است. مسلمانان می‌خواهند از حلال بودن غذای خود مطمئن باشند. برای یهودیان کوشر^۱ و برای هندوها، بودایی‌ها و گروه‌های خاص دیگر بنا بر باورهایشان، گیاهی بودن منشأ غذا مهم است که باید‌ها و نباید‌ها در تمامی آنها بسیار مفصل بوده و نقاط تشابه و تفاوت دارند. تنوع قومی و مذهبی در آمریکا و اروپا صنایع را ترغیب کرده است تا برای گروه‌ها و جوامع مختلف نظیر چینی، ژاپنی، ایتالیایی، هندی، مکزیکی، معتقدین به ظهور مجدد مسیح، افراد گیاه‌خوار، یهودی و مسلمان به تولید مواد غذایی مناسب اقدام نمایند.

۱. عنوان مجاز بودن مصرف غذا برای یهودیان (مشابه اصطلاح اسلامی حلال برای مسلمانان).

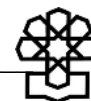


جدول ۱. خلاصه مقایسه دستورالعمل‌های مربوط به غذای کوشر، حلال و گیاهخواران

گیاه‌خواری	حلال	کوشر	شرح
مصدق ندارد	ممنوع	ممنوع	گوشت خوک، خوک و حیوانات گوشتخوار
مصدق ندارد	کشته شده توسط یک مسلمان بالغ	کشته شدن توسط یک یهودی آموزش دیده	نشخوارکنندگان و طیور
مصدق ندارد	بردن نام خدا پیش از کشتن هر حیوان	پیش از ورود به محوطه کشتار؛ نه برای تک تک حیوانات	خواندن دعا / بردن نام خدا
مصدق ندارد	مرجح	الزامی	کشتن با دست
مصدق ندارد	می‌توان آن را در مورد طیور و زیرنظارت اعمال نمود (برخی مراجع نسبت به حیواناتی چون گاو و گوسفند جواز استفاده داده‌اند	مجاز نیست	کشتن با ابزارهای مکانیکی
مصدق ندارد	بیهوش کردن مجاز است	برخی اوقات مجاز است	شوک دادن پیش از کشتن
مصدق ندارد	شوک دادن بدوی مجاز است	مجاز	شوک دادن پس از کشتن
مصدق ندارد	بجز چند مورد مشخص، استفاده سایر اجزا مجاز می‌باشد (طبق برخی فقها چهارده جزء حیوانات حلال گوشت خوردنش حرام است)؛ نمک زدن لازم نیست	تنها از قسمت‌های جلویی بدن حیوان استفاده می‌شود؛ شستن و نمک زدن گوشت، لازم است	سایر محدودیت‌ها در مورد گوشت
مصدق ندارد	ممنوع	ممنوع	خون همه حیوانات
مصدق ندارد	برخی فقهای مسلمان، تمام ماهی‌ها را قبول دارند؛ برخی فقها مانند فقهای شیعه، تنها ماهیان فلس‌دار را قبول دارند	تنها ماهیان فلس‌دار	ماهی‌ها
پذیرفته نشده	میزان پذیرش، متفاوت است (برخی آبریان مانند میگو مجاز است)	مجاز نیست	غذاهای دریایی
پذیرفته شده	پذیرفته شده	پذیرفته شده	آنزیم‌های میکروبی

گیاه‌خواری	حلال	کوشر	شرح
پذیرفته شده	پذیرفته شده	پذیرفته شده	آنزیم‌های مشتق از بیوتکنولوژی
برخی اوقات، پذیرفته شده	برخی اوقات، پذیرفته شده (مثلاً در مورد حیوان حلال‌گوشت که ذبح شرعی شده)،	تنها حیوانات کشته شده به شیوه کوشر	آنزیم‌های حیوانی
برخی اوقات، پذیرفته شده	پذیرفته نشده	پذیرفته شده (در این خصوص احتمال وجود دارد)	آنزیم گرفته شده از خوک
مصادق ندارد	از حیوانات کشته شده به شیوه حلال	از حیوانات کشته شده به شیوه کوشر	ژلاتین گاو
مصادق ندارد	تمام ماهی‌های حلال گوشت	تنها ماهی‌های کوشر	ژلاتین ماهی
مصادق ندارد	غیرمجاز (برخی مراجع معتقدند اگر مصادق استحاله باشد مصرف آن اشکالی ندارد)	علمای یهود ارتدکس آزاداندیش، آن را مجاز می‌دانند	ژلاتین خوک
بدون محدودیت	تولید شده با آنزیم‌های حلال	تولید شده با آنزیم‌های کوشر	محصولات لبنی، آب پنیر
بدون محدودیت	بدون محدودیت	باید توسط یک یهودی اضافه شود	افزون میکروب کشته شده به پنیر
پذیرفته شده	غیرمجاز	مجاز	الکل
مصادق ندارد	مصادق ندارد	غیرمجاز	مخلوط شدن گوشت و شیر
محصولات جانبی آنها پذیرفته شده است	ملخ و محصولات جانبی آن، پذیرفته شده است	ملخ، پذیرفته شده است؛ محصولات جانبی آن، پذیرفته نیستند	حشرات و محصولات جانبی آنها
همگی پذیرفته شده	مسکرات و الکل، مجاز نیستند	همگی مجاز	مواد گیاهی
شستشو کامل	شستشو کامل؛ مدتی بلااستفاده ماندن، لازم نیست	تمیز کردن؛ مدتی بلااستفاده ماندن، لازم است؛ کوشر کردن/پاکیزه‌سازی مذهبی	بهداشت تجهیزات
اعمال قواعد یکسان در تمام سال	اعمال قواعد یکسان در تمام سال	اعمال محدودیت‌های بیشتر در طی روز عید فصح	مناسبت‌های خاص

مأخذ: تولید غذای حلال، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۸.



یازده اصل پذیرفته شده در اسلام در خصوص موارد مجاز (حلال) و غیرمجاز یا ممنوع شده (حرام) به‌عنوان راهنمای مسلمانان عبارتند از:

۱. اصل اساسی آن است که هر آنچه خداوند آفریده حلال است، جز چند مورد استثنا که از آن منع شده است. از قبیل خوک، خون، گوشت حیواناتی که به روشی جز روش شرعی ذبح شده باشند، آنچه که در راه غیر خدا اهدا شده یا قربانی شده باشد، الکل و مواد سکرآور.

۲. حلال یا حرام کردن فقط در اختیار خداوند است. هیچ انسانی هر قدر هم که متدین یا قدرتمند باشد نمی‌تواند دست به تغییر حکم آنها بزند.

۳. حرام کردن آنچه حلال شده است و حلال نمودن آنچه حرام گشته است مشابه آن است که انسان را شریک خداوند قرار دهیم. این بزرگ‌ترین گناه است که باعث می‌شود انسان از دایره اسلام خارج شده و مرتد گردد.

۴. حکمت اصلی برای ممنوعیت و حرام بودن چیزی در اسلام، ناپاکی و مضر بودن آن است. مسلمان الزامی ندارد که بپرسد چرا و چگونه چیزی را که خداوند حرام کرده است ناپاک یا مضر است، ممکن است دلایل این امر مشخص و یا نامشخص باشد. از نگاه علمی برخی از دلایل روشن را می‌توان ذیلاً بیان کرد:

۵. آنچه حلال شده کافی است و آنچه ممنوع است، زائد است. خدا تنها چیزهایی را منع کرده است که غیرضروری و قابل چشم‌پوشی هستند و در مقابل، جایگزین‌های بهتری را عرضه کرده است.

۶. هر چیزی موجب «ممنوع شدن» می‌شود، فی‌نفسه ممنوع است. اگر چیزی ممنوع باشد، هر چیزی که منجر به آن می‌شود نیز ممنوع است.

۷. حلال جلوه دادن آنچه که حرام شده است نیز حرام است. مصرف مواد ممنوع براساس دلایل ناموجه، برای مثال نوشیدن الکل به دلایل فرضی و غیرواقعی پزشکی حرام است.

۸. نیت و هدف خوب، نمی‌تواند آنچه را که غیرقانونی است قابل قبول کند. هرگاه اعمال جایز فرد مؤمن با نیت خوب همراه باشد، عمل وی عبادت محسوب می‌گردد.

در مورد حرام، هر چقدر نیت خوب و عمل شریف باشد، حرام باقی خواهد ماند. اسلام استفاده از ابزار حرام را برای رسیدن به هدف والا و ستودنی تصدیق نمی‌کند. در واقع اسلام تأکید می‌کند که نه تنها هدف باید شریف و محترم باشد، بلکه ابزار مورد استفاده برای نیل به هدف نیز باید مناسب و مجاز باشد. قوانین اسلامی از ما می‌خواهند که کار درست را از طریق وسیله صحیح انجام دهیم.

۹. از آنچه مورد شک و تردید است، بهتر است اجتناب کرد. یک منطقه خاکستری بین آنچه صراحتاً قانونی است با آنچه به وضوح غیرقانونی می‌باشد وجود دارد. این ناحیه، منطقه مشکوک

است. اسلام اجتناب از موارد مشکوک را از دینداری می‌داند. بین این دو، مواردی وجود دارد که مردم از حلال یا حرام بودن آنها آگاهی ندارند. کسی که برای حفظ دین خود و انجام وظیفه از این موارد اجتناب می‌کند، در امان است، در حالی که چنانچه شخصی از موارد مشکوک اجتناب نکند ممکن است مرتکب عمل حرام شود.

۱۰. موارد حرام، برای همه به‌طور یکسان ممنوع است. قوانین اسلام، جهان‌شمول هستند و آنها را می‌توان در مورد تمام نژادها، فرقه‌ها و جنس‌ها به‌کار برد، هیچ رفتار متفاوت و ممتاز یا هیچ طبقه برتری وجود ندارد. بنابراین، مسئله رفتار ترجیحی عینیت پیدا نمی‌کند. این اصل، نه تنها در میان مسلمانان، بلکه بین مسلمانان و غیرمسلمانان نیز صدق می‌کند.

۱۱. در زمان اضطرار موارد استثنا نیز وجود دارد. تعداد موارد ممنوع شده در اسلام بسیار محدود است، اما بر رعایت آن قویاً تأکید شده است. در عین حال، اسلام نسبت به مقتضیات حیات، قدر و اهمیت زندگی، ظرفیت و توانایی انسان در مواجهه با شرایط سخت، بی‌اعتنا نیست. به مسلمانان اجازه داده شده است که در شرایط ضرورت و اضطرار، بتوانند به قدر کفایت که از شرایط اضطرار و ضرورت خارج شده و حیات خود را نجات دهند، از غذاهای حرام مصرف کنند.

توجه به بعد علمی حلال

روش‌های مدرن تشخیص خلط، تهیه فرآورده‌های جایگزین مواد حرام و ... همچنین در بعد کلان باید شرکت‌های فعال در زمینه فعالیت‌های بنیادین علمی حلال را در زمره شرکت‌های دانش‌بنیان لحاظ کرده و تسهیلاتی را برای آنها تعریف نمود. بعد علمی حلال از ماهیت چندرشته‌ای برخوردار بوده و در این راستا برای توسعه علوم مختلف حلال باید رشته تحصیلی را در مقاطع مختلف دانشگاه تعریف کرد.

از نگاه علمی، بررسی‌ها و پژوهش‌های چشمگیری روی فرآورده‌های حلال انجام شده است. برای مثال، بررسی‌های پژوهشگران سازمان پژوهش‌های فرآورده‌های حلال با به‌کارگیری ابزار ریزبین مانند طیف‌نگار جرمی و طیف‌نگار مادون قرمز، روی فرآورده‌های آرایشی، دارویی، غذایی و پوشاک انجام داده است و این ابزار، ترکیب‌هایی با ریشه جاندار را مانند خوک را شناسایی و در حافظه دستگاه اندوخته کرده است. هر فرآورده‌ای که دارای این ترکیب‌ها باشد با به‌کارگیری این دستگاه‌ها و نرم‌افزار مورد نظر، به‌طور کامل شناسایی می‌شود و نشان غیرحلال بر آن زده شده و به فروشنده برگشت داده می‌شود و این روند توسط دولت مالزی پیگیری می‌شود. با ارزیابی دستورهای بزرگ برای ذبح حلال و سنجش آنها با دلایل علمی، گمان می‌رود که پس از ذبح، به اندازه زیادی از خون فرستاده شده به وسیله قلب، با شتاب از محل برش خارج می‌شود و فشار



خون با شتاب افت می‌کند، سپس مغز از مهمترین منبع اکسیژن و گلوکز خود محروم شده و در پایان آنوکسی ایجاد می‌شود. فشار مایع مغزی، نخاعی به دلیل قطع شدن سیاهرگ‌های مربوط، پایین می‌آید که حتی با شتاب از کاهش فشار خون است و این روند منجر به تشنج بزرگ و بیهوشی با شتاب می‌شود. به دلیل بی‌بهره شدن مغز از خون در اثر خونریزی زیاد، ضربان قلب جاندار با شتاب زیاد افزایش می‌یابد تا جریان خون به مغز و دیگر اعضای بدن افزایش یابد. انقباض‌های زیاد ماهیچه‌ای و تشنج آغاز می‌شود (که واکنش‌های زیستی خودکار هستند) تا خون به قسمت‌های بالایی به‌ویژه مغز فرستاده شود. این انقباض‌های زیاد و پر شتاب ماهیچه‌ای و تشنج‌ها، دردناک نیستند. در پایان، مقدار زیادی از خون به دلیل انقباض‌های زیاد ماهیچه‌ای و فشار ناشی از آن، از بدن حیوان خارج می‌شود که این روند در پایان منجر به تهی شدن اندازه زیادی از خون از لابه‌لای ماهیچه‌ها می‌شود که در سنجش با ذبح غیرحلال که این شرایط را ندارد عامل ریشه‌ای چگونگی بهتر بهداشتی و زیستی گوشت جاندارها با ذبح حلال می‌شود. از سوی دیگر، چون مرکز ریشه‌ای حس درد، مغز است، با بریده شدن رگ‌های بزرگ گردن و تهی شدن زیاد، خون از بدن حیوان و کم خونی پرشتاب مغز، بی‌گمان در چند ثانیه پیوند سامانه عصبی مغز و بدن جاندار بریده می‌شود. بنابراین، جاندار احساس درد نمی‌کند و حرکات انقباضی و انبساطی متناوب و ممتد ماهیچه‌ها که منجر به تهی شدن زیاد خون می‌شود، ناشی از واکنش‌های نخاعی است و ارتباطی به مغز ندارد. چاپ نوشتارهای گوناگونی در زمینه فرآورده‌های حلال و روش‌های شناسایی آنها نشان از اهمیت و نگاه تیزبین مردم به این زمینه دارد. همچنین، برخی از کشورهای غیرمسلمان مانند ژاپن، آلمان، آمریکا اقدام به راه‌اندازی انجمن‌های حلال نموده‌اند.

از نظر احکام شرعی، اساس ممنوعیت استفاده از محصولات غذایی غیرحلال صرفاً و اکیداً بر اساس دستور قرآن کریم و روایات معصومین (ع) است. با این حال برخی از دانشمندان براساس دانسته‌های علمی خود سعی در توجیه و توضیح برخی از این ممنوعیت‌ها دارند که در ذیل آورده شده است:

- مردار و حیوانات مرده برای مصرف انسان نامناسب هستند، زیرا روند فساد، سبب تولید مواد شیمیایی می‌شود که برای انسان مضر است.

- خونی که از بدن خارج می‌شود حاوی باکتری‌های مضر، محصولات حاصل از متابولیسم و توکسین‌هاست.

- خوک به‌عنوان ناقل، جهت ورود کرم‌های بیماری‌زا به بدن انسان، ایفای نقش می‌کند. عفونت ناشی از انگل‌های تریشینلا اسپیرالیس و تنیاسولیوم چندان غیرمعمول نیست. همچنین اذعان می‌شود که ترکیب اسیدهای چرب مربوط به چربی خوک، با چربی بدن و سیستم‌های بیوشیمیایی

بدن انسان ناسازگار است.

- مواد سکرآور برای سیستم عصبی مضر است و بر روی عقل و قوه تشخیص انسان تأثیر می‌گذارد. در بسیاری موارد این مواد منجر به بروز مشکلات اجتماعی و خانوادگی شده و حتی سبب تهدید زندگی فرد می‌شود.

احکام الهی مبتنی بر واقعیات تکوینی و طبیعی وضع شده‌اند و به بیان اندیشمندان اسلامی «تشریح خداوند از تکوین خداوند تبعیت می‌کند». با دانسته‌های علمی نمی‌توان احکام الهی را تغییر داد، زیرا علم تدریجاً توسعه می‌یابد و آنچه را که امروز صحیح می‌داند ممکن است در آینده رد شود و بالعکس. با این حال نباید چنین به نظر آید که احکام الهی، پایه عقلی و علمی نداشته است. به نظر سازمان حلال جهانی، مزایای این نوع غذاها را که به آثار طبیعی و وضعی مصرف غذای حلال برمی‌گردد، در ده سرفصل می‌توان تشریح کرد:

۱. کیفیت برتر (به لحاظ اضافه داشتن استاندارد حلال علاوه بر استانداردهای تولیدی و بهداشتی)،
۲. سلامتی و بهداشت (به لحاظ عاری بودن از هر نوع نجاست و آلودگی)،
۳. پاک (زیرا از طیبیات و مواد پاک تهیه شده است)،
۴. آرامش بخشی (زیرا واجد روح معنویت است)،
۵. شفا (زیرا بهترین دارو برای تقویت انسان و غذای سالم است)،
۶. نشاط بخشی (زیرا غذای سالم و پاک، موجب رشد و نشاط می‌شود)،
۷. برکت (این غذا به لحاظ انطباق با شرع موجب برکت است)،
۸. رضایت الهی (چون منطبق با رضایت خداست، اثر وضعی و تکوینی پیدا می‌کند)،
۹. رشد معنوی (غذای حلال، روح انسان را جلا می‌بخشد و میل به خطا را در او کمتر می‌کند)،
۱۰. فاقد عوارض (مثل غذاهای حرام، عوارض سوئی بر آن مترتب نیست).

برند (نشان تجاری) حلال

دلایل مختلفی وجود دارد که می‌توان بر نشان حلال هم، به‌عنوان یک شاخه از علم برندینگ تمرکز کرد. اول از همه مفهوم حلال می‌تواند به مفهومی فراتر از محصولی که فقط سالم و پاک است، اطلاق شود. امروز حلال، در اذهان غربیان، مفهومی کاملاً مشخص نیست. دوم اینکه، این کار به کمپانی‌ها کمک می‌کند با اضافه کردن ارزش افزوده به محصولات، از طریق اضافه کردن عنوان حلال، بازارهای جدیدی را بگشایند. خوب است بدانیم مشتریان حلال نمی‌توانند به محصولات حلال در هرجایی دسترسی پیدا کنند و فقط برخی مکان‌ها این خدمات را ارائه می‌دهند. برای مثال در ایالات متحده ۹۰



هزار محصول کوشر (غذای مشروع یهودیان) عرضه می‌شود که ارزشی بالغ بر ۱۰۰ میلیارد دلار دارد. اما در مقایسه تنها ۱۰۰۰ محصول حلال در همین بازار عرضه می‌شود. این شرایط را می‌توان با افزایش آگاهی و بیان ابعاد حلال برای غیرمسلمانان تا حدود زیادی رفع کرد و جای پای قوی در این راه برای مسلمانان باز کرد تا باعث احترام به اصول و آموزه‌های اسلامی شود.

با تفسیر اعتماد مشتری به‌عنوان یک استراتژی بازاریابی، یک شرکت می‌تواند مشتریان خودش را حفظ کند و همچنین مشتریان جدیدتری بگیرد. برای مثال، با افزایش آگاهی نسبت به نشان حلال در میان مسیحیان و مسلمانان، اعتماد به نشان حلال، می‌تواند درخواست برای این برند را افزایش دهد، چون با افزایش مطبوع و مورد ستایش بودن در میان غیرمسلمانان، احساس نیاز مشتریان افزایش پیدا می‌کند. به‌علاوه، در بازار به شدت رقابتی امروز، اعتماد برندی یک مزیت رقابتی بزرگ شمرده می‌شود که تأثیر زیادی بر رفتار درونی مشتریان دارد. همچنین، اعتماد می‌تواند نیت خرید مشتری را تقویت کند و بر رفتار خرید بلندمدت مشتری اثر بگذارد. در نهایت، اعتماد یک بخش اصلی است که بر ارتباط آینده برند (نشان) و مشتری تأثیرگذار است، چون تضمینی است برای مشتری که می‌تواند ارزش را از برند بگیرد، اما فقدان اعتماد تأثیر منفی بر این ارتباط می‌گذارد. بنابراین ضروری است که یک برند توسط مشتری هم قابل اعتماد و اتکا به‌نظر برسد.

در بسیاری موارد، فهرست کردن کلیه افزودنی‌های اصلی و فرعی در برچسب محصول، عملی نیست. وجود گواهی و تأییدیه حلال برای این محصولات و نیز علامت مناسب حلال می‌تواند منجر به رفع شبهه برای مصرف‌کنندگان شود. با درج علامت مخصوص حلال بر محصولات غذایی، مسلمانان هنگام خرید نیاز ندارند که فهرست افزودنی‌های مجاز و دارای کد در اروپا و علائم عجیب و غریب مواد شیمیایی در ایالات متحده را به خاطر بسپارند.

بهتر است که همیشه جایگزینی برای آنچه که حرام است تهیه شود. بهتر آن است که از طریق فناوری زیستی جایگزین‌های مناسبی برای افزودنی‌های حرام تولید کرد. برای مثال، تا اواسط دهه ۱۹۸۰ میلادی، پپسین خوک در تولید بعضی از انواع پنیرها استفاده می‌شد. با تولید کیموزین به روش GM استفاده از پپسین به‌عنوان جایگزین رنت گوساله کاملاً منتفی شد. این موضوع مزیتی بزرگ برای فناوری زیستی در حیطه غذاهای حلال به شمار می‌رود.

نکات ضروری در پروسه تولید محصولات در برند حلال

اهمیت توجه به امور بهداشتی

در تولید محصولات حلال، حذف کلیه منابع آلودگی احتمالی ضروری است. این مهم از طریق برنامه‌ریزی مناسب برای تولید و نیز تمیز و پاک کردن کامل خط تولید و تجهیزات امکانپذیر است. برای محصولات غیرگوشتی، تمیزکردن تجهیزات و مشاهده عدم حضور آلودگی کفایت می‌کند. شرکت‌های تولیدی باید با افزودنی‌های حرام، مشابه مواد حساسیت‌زا برخورد کنند و آنها را جزء برنامه کنترل مواد حساسیت‌زا قرار دهند. مواد شیمیایی مورد استفاده برای شستشو به‌خصوص صابون‌ها مورد پایش قرار گیرند. همچنین از استفاده مواد پاک‌کننده با منشأ چربی حیوانی اجتناب شود.

لزوم نصب برچسب مناسب

معمولاً در برچسب، منشأ افزودنی‌های غذایی درج نمی‌شود. مخفی نگاه داشتن افزودنی‌هایی نظیر موادی که به فرآوری کمک می‌کنند، عوامل ضدکلوخه شدن، حامل‌ها و افزودنی‌های جزئی با منشأ مختلف، باعث بروز مشکل جدی برای مصرف‌کننده‌های مسلمان می‌شود. برای مثال از استئارات کلسیم یا منیزیم بدون ذکر منشأ استئارات در تولید آب نبات و آدامس استفاده می‌شود. برخی از تولیدکنندگان اروپایی در محصولات خود تا میزان ۵ درصد چربی حیوانی یا گیاهی استفاده می‌کنند و با این حال اجازه دارند که در برچسب محصول خود عنوان شکلات خالص را ذکر کنند از طریق برچسب مناسب، مصرف‌کننده قادر خواهد بود تا محصولات مختلف را مورد مقایسه قرار داده، از محصولاتی که برای وی حساسیت‌زا هستند اجتناب کند و همچنین افزودنی‌های غذایی محصول را از نظر وضعیت حلال، حرام یا مشکوک مورد ملاحظه قرار دهد. برای مثال وجود چربی خوک در برچسب محصول به منزله حرام بودن آن است به همین صورت، درج نام ژلاتین در برچسب محصول، به معنی مشکوک بودن محصول است، زیرا در بسیاری موارد منشأ ژلاتین در برچسب ذکر نمی‌شود. البته گاهی تولیدکننده، منشأ ژلاتین را به صورت منشأ گاوی یا ماهی ذکر می‌کند. اگر محصول حاوی ژلاتین، توسط یک سازمان معتبر به‌عنوان محصول حلال تأیید شده باشد مصرف‌کنندگان مسلمان می‌توانند بدون تردید و دودلی محصول را خریداری و مصرف نمایند. از نظر سازمان غذا و دارو (FDA) نیازی به درج منشأ ژلاتین در برچسب محصول نیست. وقتی که منشأ ژلاتین مشخص نباشد این ماده ممکن است از منابع حلال یا حرام تهیه شده باشد و لذا مورد



شک و تردید قرار می‌گیرد. مسلمانان از مصرف محصولات غذایی حاوی ژلاتین خودداری می‌کنند مگر آنکه حلال بودن محصول تأیید شده باشد. منابع معمول ژلاتین پوست خوک، پوست گاو، استخوان گاو و در مقیاس کمتر پوست ماهی است. برای تهیه محصولات غذایی حلال، از ژلاتین گاوهای کشتار شده به روش اسلامی و یا از ژلاتین ماهی استفاده می‌شود.

بسته‌بندی مواد غذایی در محیط حلال

در آمریکای شمالی، محصولات غذایی حلال عموماً با همان تجهیزاتی تولید می‌شوند که محصولات غیرحلال نیز تولید می‌گردند. اکثر پرسنل و کارکنان تولید، غیرمسلمان بوده و با موضوع حلال آشنایی ندارند. تولیدکنندگان می‌توانند برای طراحی روش‌های استاندارد مراحل کار که در ذیل آورده شده است و تطابق آنها با شرایط و ملزومات تولید حلال، با مؤسسات مشاوره‌ای حلال همکاری نمایند:

- نگهداری محصولات حلال در اتاق مجزا،
- برنامه‌ریزی تولید برای جلوگیری از آلودگی متقاطع،
- عدم جابجایی کارکنان از بخش غیرحلال به بخش بسته‌بندی محصولات حلال،
- مشخص نمودن بخشی مناسب جهت علامتگذاری برای شناسایی تولید حلال،
- اطمینان از اینکه کارکنان به همراه خود مواد غذایی به داخل بخش تولید نیاورند،
- شستشوی دست‌ها قبل از ورود به بخش تجهیزات و غیره.

ظروف و مواد بسته‌بندی

بعضی از مواد بسته‌بندی از نظر حلال بودن مورد تردید قرار دارند. در بسیاری موارد ممکن است برای تولید کیسه‌های پلاستیکی و ظروف از استئارات‌های با منشأ حیوانی و گیاهی استفاده شود. موم‌ها و پوشش‌های به کار رفته برای ظروف و صفحات پلاستیکی، کاغذی و پلی‌استیرنی ممکن است از چربی‌های حیوانی پس از اعمال حرارت شدید که برای خنثی کردن این ترکیبات حیوانی کافی می‌باشد استفاده شوند. قوطی‌های فلزی کنسروها می‌توانند به چربی حیوانی آلوده شوند. در مراحل شکل‌دهی، لوله کردن و برش ورقه‌های استیل جهت ساخت ظروف فلزی نیاز به استفاده از روغن است. این روغن‌ها ممکن است دارای منشأ حیوانی باشند. مخازن فولادی که از آنها اغلب استفاده مجدد می‌شود ممکن است برای حمل و انتقال مواد غذایی حاوی گوشت یا چربی خوک استفاده شوند. باقیمانده‌های این مواد که تمیز کردن آنها نیز مشکل است می‌تواند سبب آلوده شدن محصولات حلال شود.

پوشش‌دهنده‌ها و روکش‌های محافظ خوراکی

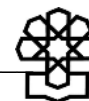
اگرچه استفاده از روکش‌های خوراکی در محصولات غذایی موضوع جدیدی به‌نظر می‌رسد، اما در واقع استفاده از این مواد در صنایع غذایی به سال‌ها قبل باز می‌گردد. طی قرن شانزدهم میلادی در انگلیس، لاردینگ یا پوشش دادن محصولات غذایی به وسیله چربی، برای جلوگیری از کاهش رطوبت مواد غذایی انجام می‌شد. در حال حاضر روکش‌ها و پوشش‌های خوراکی کاربرد زیادی دارند که می‌توان به پوشش سوسیس‌ها، پوشش‌های شکلاتی آجیل و میوه‌ها و پوشش مومی برای میوه‌ها و سبزیجات اشاره کرد. لذا انتخاب مواد مناسب برای محصولات ذکر شده، دارای اهمیت بالایی است.

بازار محصولات حلال

نشان جهانی حلال، گامی عملی در فعال‌تر کردن بازارهای اسلامی و حرکتی در مسیر حمایت از تولیدکنندگان محصولات حلال است. درج نشان حلال بر روی محصولات تولیدی، نشان امنیت و معنویت برای مصرف‌کننده مسلمان در هر نقطه جهان است تا با آسودگی خاطر از کالای مورد نظر استفاده کند. این امر درخصوص مصرف‌کنندگان غیرمسلمان هم دارای جایگاه بالا و نشان از درجه کیفیت در طی فرآیند تولید است. نشان‌ها با ایجاد اعتماد، هزینه‌های مبادلات را کاهش داده و به این ترتیب سرعت چرخش کالا و خدمات در بازار افزایش می‌یابد. با گسترش روز افزون پدیده جهانی شدن، توجه و علاقه زیادی به بازار مصرف در کشورهای اسلامی جلب شده است. به‌خصوص آنکه بازار مصرف در کشورهای اسلامی از جمله بازارهایی محسوب می‌شود که دارای رشد بسیار سریعی طی ده سال گذشته بوده است. صنعت غذایی دارای برند حلال شامل محصولاتی است که در مقیاس جهانی تولید می‌شود و تنها برای مصرف مسلمانان معین نشده است. اهمیتی که این موضوع می‌تواند در تسریع توسعه اقتصادی کشورهای اسلامی ایفا نماید باید به دقت مورد توجه قرار گرفته و در این زمینه سیاستگذاری‌های تجاری شایسته و بایسته انجام پذیرد.

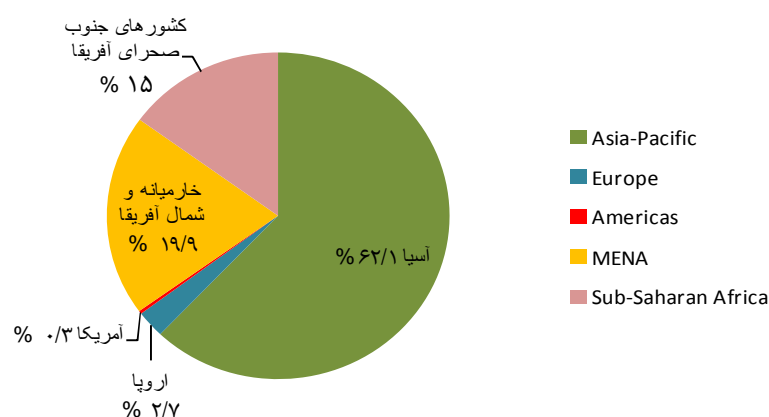
مفهوم ارزش بازار یعنی ظرفیت بالقوه بازار و امکانی که برای فروش محصول است و در واقع قسمت اعظم این ارزش در کشورهای مسلمان است که غذای حلال بدون وجود برند نیز مفهوم دارد و به‌طور کلی مفهوم برند حلال برای ورود کالا به بازار کشورهای مسلمان از کشورهای غیراسلامی و همچنین صدور کالا و یا در اختیار داشتن کالای حلال برای مسلمانان در کشورهای غیراسلامی ضروری است.

بازار محصولات حلال، بازار رو به رشدی بوده که از پتانسیل‌های بالقوه بسیار بالایی نیز برخوردار است. ارائه آمار دقیق از گردش مالی جهانی حلال، بسیار مشکل و اعداد و ارقام مختلفی در این زمینه ذکر



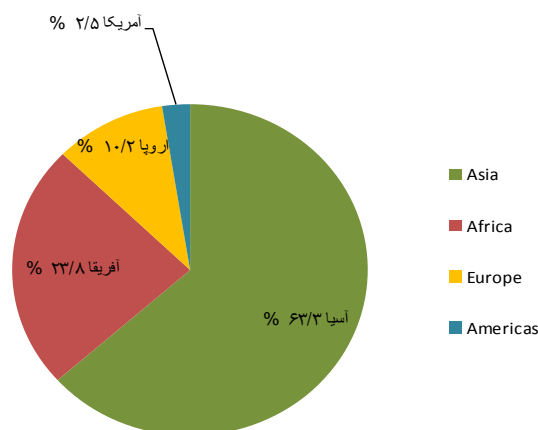
شده است. ارائه آمار در این گزارش در راستای ملموس نشان دادن رشد و توسعه صنعت غذای حلال در جهان است تا بدین ترتیب لزوم توجه به این صنعت مد نظر مسئولین قرار گیرد. لذا در یک سیر منطقی می‌توان به میزان جمعیت مسلمانان در مناطق مختلف، میزان مصرف غذای حلال در مناطق متفاوت و یا وضعیت بازار جهانی غذای حلال (پتانسیل بالقوه) اشاره کرد. این بررسی نشان می‌دهد که بیشترین جمعیت مسلمان، بیشترین مصرف غذای حلال و بیشترین گردش مالی در منطقه‌ای است که ایران از پتانسیل بالقوه‌ای برای ایفای نقش مهمتری در صنعت غذای حلال در این منطقه برخوردار بوده و برآوردها حاکی از آن است که تا سال ۲۰۲۵، ۲۰ درصد ارزش کل محصولات غذایی در سرتاسر جهان را محصولات حلال تشکیل خواهند داد. لذا ضروری است تا با برنامه‌ریزی صحیح در راستای اختصاص سهم شایسته‌ای از تجارت جهانی محصولات حلال به ایران، اقدامات لازم انجام پذیرد.

نمودار ۱. جمعیت مسلمان جهان



Source: Islamic Trade and Development, published by the Islamic Chamber Research & Information Center (ICRIC), Oct, 2013.

نمودار ۲. میزان کل مصرف غذای حلال



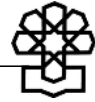
Source: Ibid.

حدود ۱/۸ میلیارد مسلمان (یک‌چهارم جمعیت جهان) و ۲ میلیارد مصرف‌کننده حلال در جهان وجود دارد. این به معنی آن است که از هر چهار نفر در جهان یک نفر غذای حلال مصرف می‌کند. تفاوت ۲۰۰ میلیون نفری بین تعداد مسلمانان جهان و مصرف‌کنندگان محصولات غذایی حلال، مربوط به افراد غیرمسلمان در کشورهای اسلامی نظیر اندونزی و بنگلادش است. در این کشورها اکثر مواد غذایی حلال بوده و غیرمسلمانان نیز از همین غذاها استفاده می‌کنند. در این مناطق حتی مصرف‌کنندگان غیرمسلمان پی‌برده‌اند که علامت حلال بر روی محصول نشانه کیفیت و سلامت آن محصول است و با وجود گرانی ۲۰-۳۰ درصدی آنها نسبت به دیگر فرآورده‌ها ترجیح می‌دهند برای حفظ سلامت خود و خانواده‌شان این فرآورده‌ها را خریداری کنند. جمعیت مسلمانان در جهان که ۲۰ درصد جمعیت جهان را شامل می‌شود، تقاضای قابل توجهی برای کالاهایی که براساس ارزش‌های اسلامی تولید شده باشند را شکل می‌دهد و بر این اساس است که کشورهای غیراسلامی نیز با درک درستی از مزایای ورود به تجارت غذای حلال، تلاش می‌کنند که سهمی را در این بازار بزرگ داشته باشند. با نگاهی به اعداد و ارقام این تجارت میلیاردی، پتانسیل شگفت‌انگیز تجارت غذا و محصولات حلال آشکار می‌شود. این تجارت ابزاری برای ایجاد بازار مشترک اسلامی و همبستگی کشورهای اسلامی و اعضای سازمان کنفرانس اسلامی است.

آسیا بزرگ‌ترین جمعیت مسلمان را نسبت به هر نقطه دیگر به خود اختصاص داده است، اما این جمعیت کمترین درآمد را دارا هستند و از این رو مصرف غذای حلال در این منطقه نسبت به سایر مناطق جهان کمتر است. برای مثال کشورهای پرجمعیت همانند هند و پاکستان مصرف‌کنندگان کم درآمد را دارند و در نتیجه دارای مصرف کمتر می‌باشند، هر چند کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس که دارای درآمد بیشتر و به تبع آن نرخ مصرف سرانه بیشتر هستند، باید ۸۰ درصد احتیاجات خود را وارد کنند. در این میان عربستان سعودی و امارات متحده عربی به‌عنوان مهمترین بازار واردکننده منطقه شناخته شده‌اند.

بر پایه آمارهای اعلام شده در چند سال اخیر، تنها گردش پولی غذای حلال جهان نزدیک به ۵۶۰ میلیارد دلار اعلام شد که این مبلغ با توجه به رشد فزاینده آن در سال ۲۰۲۰ به ۸۵۰ میلیارد دلار خواهد رسید. نکته چشمگیر این آمار تنها درباره فرآورده‌های غذایی است و اگر سایر فرآورده‌های آرایشی، دارویی و پوشاک نیز به آن افزوده شود، سهم بزرگی از اقتصاد جهانی را سرازیر کشورهای اسلامی که بسیار به آن نیاز دارند، خواهد کرد.

اما ارزش بازار جهانی صنعت حلال به‌طور کلی حدود ۲۰۰۰ میلیارد دلار است که از این رقم فقط حدود ۲۸ درصد آن یعنی ۵۶۰ میلیارد دلار به صنعت غذای حلال تعلق داشته و انتظار می‌رود



صنعت حلال نرخ رشد ۱۰ تا ۲۰ درصدی خود را به‌طور سالانه، آن هم برای چند سال آینده ادامه دهد. توقع افزایش جمعیت و درآمد مصرف‌کنندگان محصولات حلال، میزان این درصد را افزایش خواهد داد. به‌علاوه ضمن اشاره به این نکته که جمعیت مسلمانان جهان تا سال ۱۴۰۰ به حدود ۳۰ درصد کل جمعیت جهان خواهد رسید، غذای حلال نیز در آینده به سادگی ۲۰ درصد کل تجارت جهانی را در محصولات غذایی به خود اختصاص خواهد داد که برای کشورهایی که به دنبال حضور در بازارهای پررونق هستند، بسیار تشویق‌کننده است. با رشد سریع غذای حلال که اخیراً ۱۲ درصد تجارت جهانی محصولات غذایی کشاورزی محسوب می‌شود، فرصت‌های رشد را از طریق صنعت غذایی کشاورزی به‌وجود آورده است. با توجه به این بازار بالقوه گسترده نه تنها کشورهای اسلامی چون مالزی و ترکیه، بلکه تعداد قابل توجهی از کشورهای غیراسلامی نیز برای در اختیار گرفتن سهمی در این بازار، تلاش می‌کنند.

جایگاه تجارت (صادرات و واردات) در صنعت حلال

امروزه بازرگانی فرآورده‌های حلال به‌ویژه غذای حلال به‌عنوان یکی از برنامه‌های سودمند اقتصادی مورد توجه بیشتر کشورهای مسلمان و حتی غیرمسلمان قرار گرفته است. در چنین شرایطی که کشورهای مسلمان به‌عنوان بازار هدف این نوع بازرگانی، مورد نظر غیرمسلمانان نیز قرار گرفته‌اند، قدرت اقتصادی فرآورده‌های حلال با ایجاد فرصت‌های شغلی برای مسلمانان، می‌تواند بازارهای نوینی را ایجاد کند و نوآوری‌هایی را برای جایگزینی فرآورده‌های حلال به جای همانند غیرحلال آن ایجاد کند. تقاضا برای محصولات و غذاهای حلال در جهان در حال افزایش است و از دلایل آن افزایش سطح آگاهی مسلمانان برای تقاضای محصولات و غذاهای حلال است. در گذشته بسیاری از کشورهای اسلامی مواد غذایی مورد نیاز خود را از منابع داخلی و یا به واسطه واردات از دیگر کشورهای اسلامی تأمین می‌کردند. به هر حال افزایش جمعیت تأمین مواد غذایی را مشکل ساخته و اکنون کشورهای اسلامی مواد غذایی را از کشورهایی که از نظر کشاورزی پیشرفته هستند تأمین می‌کنند. با گسترش بازارهای جهانی، شرکت‌های مبتکر در زمینه تولید مواد غذایی برای رسیدن به مرز رقابت در بازار فروش، به جستجوی بازارهای جدید و مناسب برای عرضه محصولات خود پرداخته‌اند. مزایای تجارت با کشورهایی که اکثریت جمعیت آنها مسلمان هستند برای شرکت‌های غربی روشن است. حتی در مورد کشورهایی نظیر سنگاپور و آفریقای جنوبی که جمعیت مسلمانان در اقلیت هستند نیز تجارت محصولات حلال، تجارت خوبی محسوب می‌شود.

علل رشد تجارت جهانی غذای حلال

- رشد جمعیت مسلمانان،
- بازارهای عمده برای غذای حلال،
- افزایش درآمد در بازارهای اصلی غذای حلال،
- افزایش تقاضا برای تنوع بیشتر غذا در بازار،
- ظهور بازارهای غذا به‌عنوان حلال، جدا از یافتن نیازمندی‌های بازار حلال، تقاضا را برای محصولات حلال خالص تقویت می‌کند.

در یک دیدگاه کلان، برقراری صنعت حلال در کشورهای اسلامی می‌تواند:

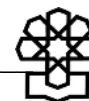
- گواهی بر اهمیت این موضوع شرعی در کل دنیای اسلام و نقطه آغازینی بر اهتمام کشورهای اسلامی در اجرایی ساختن فرامین شرعی در زمینه حلال و حرام باشد.
- تصویب استانداردهای واحد و همکاری‌های شایسته میان این کشورها در زمینه محصولات و خدمات مختلف حلال می‌تواند به‌عنوان نماد برجسته‌ای از وحدت اسلامی و تقریب مذاهب اسلامی تلقی شود.

- بستر دستیابی به توسعه پایدار مبتنی بر ارزش‌های اسلامی را در کنار سایر عوامل در این کشورها فراهم نماید.

- از دیدگاه همگرایی تجاری، صنعت حلال می‌تواند با تسریع و تسهیل روند شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی، زمینه همگرایی میان بخش‌های بازرگانی، اقتصادی و تجاری کشورهای اسلامی را فراهم کند.

بازار برند حلال

کشور مالزی از سال ۲۰۰۶، در زمینه صنعت غذای حلال و بازار جهانی آن سرمایه‌گذاری فراوانی کرده است و تلاش دارد تا با برگزاری اجلاس‌های سالانه در این خصوص خود را به‌عنوان بزرگ‌ترین کشور تولیدکننده غذای حلال در جهان مطرح کند و این در حالی است که تنها ۵۵ درصد جمعیت این کشور را مسلمانان تشکیل می‌دهند. در این کشور فرآورده‌های حلال با نشان ویژه تهیه و به بازارهای جهانی ارائه می‌شوند و با بهای مناسبی که شاید ۳۰ درصد بالاتر از بهای اجناس همانند باشد، در بازار کشورهای اروپایی که نزدیک به ۵۰ میلیون مسلمان دارند، به فروش می‌رسد. به همین منظور، سازمان پژوهش‌های فرآورده‌های حلال در دانشگاه پوترای مالزی با کارشناسان کارآزموده در این زمینه آغاز به‌کار کردند تا با ارائه رهنمودهای علمی بر پایه دستور کار سیاسی-



اقتصادی، بازارهای جهانی فرآورده‌های حلال را نصیب خود کند. برگزاری همه ساله هفته حلال در مالزی و برپایی نمایشگاه کالاها و صنایع غذایی حلال با حضور نمایندگانی از بیش از ۴۰ کشور جهان از جمله این تلاش‌هاست. مالزی نمایشگاه‌های حلال خود را با هدف گسترش جهانی تأثیر حلال و تسهیل مبادلات بین‌المللی با حضور فعالان این صنعت برگزار می‌کند و به‌طور معمول تعدادی از کشورهای غیراسلامی نظیر چین، ژاپن، استرالیا، روسیه و برخی از کشورهای اروپایی نیز در این نمایشگاه‌ها حضوری فعال دارند.

مالزی، تایلند، سنگاپور، فیلیپین، برونئی، چین و هند گام‌هایی جهت بهره‌برداری از بازار جهانی حلال برداشته‌اند. صنعت غذای سنگاپور نیز اقداماتی را به منظور قطب حلال شدن انجام داده است، از آن جمله تبلیغ اقدامات در خاورمیانه است. تایلند نیز حرکتی را آغاز کرده است که مرکز حلال آن کشور به‌عنوان عالی‌ترین مرکز آزمایش و علوم شناخته شده است. گزارش‌های ثبت شده حاکی از آن است که استرالیا دارای محصولات غذایی با کیفیت و سالم است. برونئی نیز به‌منظور ترکیب نقش خود در کشورهای مسلمان با شرکت‌های استرالیایی همکاری می‌کند. صنعت غذایی حلال چین نیز در حال رشد است و نقش خود را در بازارهای جهانی، توسعه می‌دهد. در حال حاضر کلید برتری صنعت حلال چین، دسترسی به کارگران ارزان است. چین اخیراً تفاهمنامه‌ای را با کمیته اروپایی به امضا رسانده است و پیش از این، کمیته اروپایی نیز شرکت‌های متعددی را مورد تأیید قرار داده بود که آماده صدور محصولات حلال به بازارهای اروپایی بودند. صادرکنندگان هندی در تلاش برای دستیابی به گواهی‌های HACCP و ISO و همچنین گواهی حلال هستند. مادامی که آسیا به دلیل وسعت آن به‌عنوان بزرگ‌ترین منطقه مسلمان، بازار سود است این نکته باید ذکر شود که فعالان در این عرصه گام‌هایی را برای کسب رتبه اول در تولید و اعطای گواهی برداشته‌اند. تلاش آنها تا به امروز فراتر از محدوده منطقه‌ای خود توسعه یافته است و آنها مطمئناً فعالان اصلی در عرصه بازار جهانی حلال خواهند بود. از جنبه مثبت آن، به‌عنوان بازارهایی با توانایی‌های محدود کشاورزی، در تلاش برای کسب جایگاه مرکزیت شدن در صنعت حلال و همچنین اعطاکنده گواهی در سطح بین‌المللی می‌باشند. آنها یقیناً در جستجوی ورودی‌هایی برای مواجهه با نیازهای یک صنعت روبه‌رشد هستند. کشورهای خاورمیانه، به‌خصوص اعضای شورای همکاری کشورهای عربی در شورای همکاری خلیج فارس (GCC)، دارای درآمد بالا و در نتیجه میزان مصرف سالانه بالایی را نیز دارا هستند. به‌علاوه، این منطقه باید ۸۰ درصد نیازهای غذایی خود را وارد کند. عربستان سعودی و امارات متحده عربی به‌عنوان مهمترین بازارهای واردکننده در منطقه شناخته شده‌اند. ترکیه با وجود اینکه خود بازار بزرگی است، پیشتر تأمین آذوقه در اروپا خصوصاً کشورهای اتحادیه اروپا، با جمعیت بزرگ مسلمان همچون فرانسه و آلمان است. اخیراً مصر به‌عنوان مهمترین بازار برای غذای حلال در آفریقای شمالی محسوب می‌شود.

مرور کلی بر وضعیت صنعت مواد غذایی حلال (برند حلال) در ایران

بررسی‌ها نشان می‌دهد که روند صادرات فرآورده‌های غذایی حلال به بازارهای جهانی در مقایسه با روند تولید آن، رشد نسبتاً بالایی را تجربه کرده است. آنچه مسلم است بیش از ۹۰ درصد از تولیدات صنایع غذایی کشور صرف مصرف داخلی می‌شود و فقط بخش ناچیزی به بازار جهانی صادر می‌گردد. البته برای کشورهای منطقه، نسبت مذکور، همانند ایران کمتر از ۱۰ درصد است. در سال ۱۳۷۸ اولین نمایشگاه بین‌المللی غذای حلال و در سال ۱۳۸۸ دومین نمایشگاه بین‌المللی غذای حلال در ایران برگزار شد. همچنین همایش‌های متعددی در کنار این نمایشگاه‌ها داخل ایران برگزار شد. به‌علاوه دست‌اندرکاران این صنعت در نمایشگاه‌ها و همایش‌های بین‌المللی خارج از کشور حضور فعال داشتند و در نهایت 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 اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی بنا به تقاضای اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی ایران طراحی شد. به گفته مسئولین کشاورزی ایران، گردش مالی بازرگانی غذای دارای برند حلال در سال ۲۰۰۶ در جهان اسلام نزدیک به ۱۵۰ میلیارد دلار اعلام شده، در حالی که سهم ایران از این فروش با وجود دارا بودن ۴-۵ درصد جمعیت جهان اسلام تنها ۳۲۰ میلیون دلار بوده است. لذا چنانچه به‌کارگیری برند حلال در محصولات صادراتی ایران، جایگاه خود را پیدا کند، قطعاً سهم بزرگی از این بازار عاید تولیدکنندگان ایرانی می‌شود.

فعالیت کشورهای غیرمسلمان در زمینه تولید غذا با برند حلال

در زمینه حلال نکته تأسفبار آن است که کشورهای غیرمسلمان در زمینه‌های مختلف مرتبط بر حلال مذکور در ذیل، نقش بعضاً فعال‌تری نسبت به کشورهای اسلامی ایفا کرده‌اند که در این میان به کشورهای همچون استرالیا، آمریکا، انگلیس، برزیل و هند می‌تواند اشاره کرد.

- در زمینه‌های علمی و تحقیقاتی مرتبط با حلال: در این رابطه برای مثال می‌توان به فعالیت

اتحادیه اروپا در رابطه با تدوین استاندارد حلال اشاره کرد.

- در زمینه‌های اجرایی: در این خصوص می‌توان به این مسئله اشاره داشت که متأسفانه، ۳۴

درصد گواهی‌های حلال در سرتاسر دنیا توسط کانادا صادر می‌شود.

- در زمینه تجارت محصولات حلال: در این زمینه باید توجه داشت که شرکت‌های چندملیتی و

غربی همچنین Nestle, McDonald, KFC, Tesco, Aussie Bee, and New Zeala بیشترین



استفاده را از بازار رو به رشد حلال به خود اختصاص داده‌اند.

بعد از مالزی، کشورهای ترکیه، تایلند، چین، فیلیپین، فرانسه و انگلیس و به تازگی آمریکا به این گروه پیوسته‌اند. شرکت نستله فرانسه یکی از بزرگترین شرکت‌های فرآوری فرآورده‌های غذایی، نیز وارد این میدان شده است و بر پایه داده‌های به‌دست آمده، ۸۵ کارخانه از ۴۵۶ کارخانه جهانی این شرکت دارای شناسنامه غذای حلال هستند و در سال ۲۰۰۸ نزدیک به ۵ درصد درآمد سالانه شرکت، یعنی نزدیک ۵/۳۳ میلیارد دلار، فروش فرآورده‌های غذایی حلال داشته است و برای آینده نیز برنامه گسترده‌ای برای به‌دست آوردن این بازار پر برکت دارد. در انگلستان نیز فروشگاه‌های زنجیره‌ای Sainsbury's وارد این زمینه شده است و گوشت حلال تهیه می‌کنند.

در میان افزایش تقاضای مسلمانان و غیرمسلمانان برای غذای حلال، عرضه غذای حلال در سراسر اروپا به یک روند عادی و در حال رشد تبدیل شده به طوری که تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای که غذای مطابق با موازین شرعی ارائه می‌دهند افزایش یافته است. «فریت ون دیجک» معاون اجرایی رئیس شرکت نستله به‌عنوان بزرگترین گروه غذایی جهان اظهار کرده است که محصولات غذایی نستله که با مهر حلال ارائه می‌شوند، نه تنها در فروشگاه‌های خاص، بلکه در بسیاری از فروشگاه‌های مدرن اروپا عرضه می‌شوند. نستله اخیراً فروش محصولات گوشتی و غذای منجمد حلال را در فرانسه آغاز کرده است. ون دیجک یادآور شد که فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشهوری چون «تسکو در بریتانیا» و «کارفور» در فرانسه محصولات حلال متنوعی را عرضه می‌کنند. پودر شیر، غذاهای آماده، ادویه و سس جزء محبوب‌ترین محصولات غذایی حلال در اروپا محسوب می‌شوند. با این تفاسیر آیا جای تأمل برای کشورهای اسلامی نیست؟

اروپا یکی از بازارهای مهم برای محصولات حلال است که براساس قدرت خرید بالا استوار است تا میزان جمعیت. ارزش بازار حلال در اروپا با وجود بیش از ۵۰ میلیون نفر مسلمان، ۷۷-۷۰ میلیارد دلار است. برای مثال در انگلیس، ارزش خرده‌فروشی گوشت حلال، معادل ۴۰ میلیون پوند است. در حالی که جمعیت مسلمانان کشور معادل ۳ درصد جمعیت آن کشور می‌باشد و یا فرانسه با بالاترین میزان جمعیت مسلمان در اروپا (حدود ۴/۵ میلیون نفر) که این جمعیت حدود ۳۵ درصد درآمد خود را صرف مواد غذایی می‌کند که در مقایسه با معدل معمول میزان بالاتری است. مطالعات نشان داده است فرانسه از جمله بزرگترین بازار محصولات حلال در میان کشورهای غیرمسلمان است. ارزش بازار فرانسه برای محصولات حلال حدود ۱۳ میلیارد دلار تخمین زده شده است. به‌علاوه مصرف‌کنندگان هلندی راغب به خرید محصولات حلال، بر این باورند که این محصولات دارای کیفیت^۱ بهتر و از درجه اطمینان^۱ بیشتری برخوردار است. بندر رتردام در تلاش است این مکان

را دروازه ورود حلال به بازار اروپا معرفی کند. این بندر بر آن است که نشان دهد محصولات غذای حلال منحصراً در انبار محصولات حلال نگهداری می‌شوند و اطمینان می‌دهد که این محصولات با محصولات غیرحلال هیچ تماسی ندارند. فروش غذای حلال در آمریکا از سال ۱۹۹۵ تاکنون ۷۰ درصد رشد داشته است. صنعت غذای حلال در فروشگاه‌ها 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 فروشگاه‌های واشنگتن، خود را عرضه‌کننده غذای حلال معرفی می‌کنند. استرالیا یکی از تهیه‌کنندگان اصلی محصولات حلال با صدور به بیشتر از ۷۰ کشور است. برتری قابل رقابت محصولات حلال استرالیا در ریشه بازارهای حلال جهانی، اعتبار آن به‌عنوان یک تولیدکننده سالم محصولات غذایی عاری از هرگونه آلودگی و بیماری است. 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 می‌دهد. برای مثال نزدیک به ۳۰ درصد از صادرات محصولات 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 و قطر. فرانسه یکی از کشورهای بزرگ صادرکننده گوشت ماکیان در جهان است. در حدود ۷۵ درصد صادرات گوشت منجمد این کشور را محصولات حلال تشکیل می‌دهد. عمده صادرات فرانسه به کشورهای اسلامی مانند عربستان سعودی، امارات متحده عربی، کویت و یمن است. ایالات متحده آمریکا هم صادرکننده گوشت در جهان است که بیشتر از ۸۰ درصد آن با گواهی حلال به کشورهای مسلمان صادر می‌شود. نزدیک به ۴۰ درصد از گوشت بدون استخوان صادراتی نیوزلند هم دارای گواهی حلال بوده که به بیش از ۱۲ کشور مسلمان صادر می‌شود. این آمار نشان‌دهنده حجم صادرات این گونه کشورها به کشورهای اسلامی است. تایلند با داشتن بیشترین جمعیت بودایی، با برپایی آزمایشگاه‌های مجهز، به یک مرکز غذایی حلال تبدیل شده است. برونتی با شرکت‌های استرالیایی همکاری می‌کند تا نقش خود را در جهان اسلام با تولید غذای با کیفیت و مطمئن استرالیا ترکیب کند. چین با توجه به دسترسی به نیروی کار ارزان، یادداشت تفاهمی با کمیسیون اروپا امضا کرده و بسیاری از کمپانی‌های مورد قبول این کمیسیون آماده‌اند که محصولات حلال این کشور پهناور آسیایی را به بازار اروپا صادر کنند. ترکیه نیز محصولات خود را به کشورهای اروپایی آلمان و فرانسه که دارای جمعیت مسلمان قابل توجهی هستند، صادر می‌کند.



ضرورت پایه‌گذاری و موانع گسترش برند حلال در ایران

به‌طور قطع می‌توان ادعا کرد که ایران اسلامی با توجه به تنوع غذاهای حلال در آن، می‌تواند از دیگر کشورها برای حضور در این بازار سبقت بگیرد و لازمه آن حضور مؤثر در نمایشگاه‌هایی است که هدف آنها شناساندن بازار حلال به دیگر کشورهاست. با وجود حضور هر ساله شرکت‌های تولیدکننده ایرانی در نمایشگاه محصولات حلال مالزی، این شرکت‌ها باید با رفع نواقص موجود، مانند عرضه محصولات باکیفیت، بسته‌بندی‌های مناسب و ارتباط‌گیری با تجار و بازرگانانی که در این نمایشگاه‌ها حضور می‌یابند، بتوانند جایگاه درخور در این بازار کسب کنند.

هر ساله شاهد حضور تعداد محدودی از محصولات غذایی و صنایع حلال ایران در این نمایشگاه هستیم و به‌نظر می‌رسد از همه ظرفیت‌های موجود در محصولات غذایی حلال ایران برای معرفی کالاهای ایرانی در این نمایشگاه‌ها به‌طور بهینه استفاده نمی‌شود. عرضه کالاهای خاص به ویژه خرما و زعفران، توانایی این را ندارد که ظرفیت‌های موجود در محصولات حلال ایران را به درستی به کشورهای شرکت‌کننده در این نمایشگاه معرفی کند.

سؤالی که در اینجا ممکن است به ذهن خطور کند این است که با توجه به اینکه مردم مسلمان ایران تولیدکننده این محصولات هستند و براساس 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 به‌علت وجود تنوع محصولات حلال و غیرحلال، لزوم جداسازی آن محصولات احساس می‌شود و مصرف‌کننده مسلمان با دیدن نشان حلال کالای دلخواه خود را خریداری نموده و مصرف‌کننده غیرمسلمان از کیفیت و سلامت آن اطمینان حاصل می‌کند. به‌علاوه برخی از کشورها برای صدور مجوز واردات نصب برچسب حلال را روی محصولات الزامی کرده‌اند.

ایران به‌عنوان یک کشور اسلامی بزرگ و شناخته شده از مزیت بالقوه‌ای برای موقعیت در صنعت حلال برخوردار است و برای ورود موفقیت‌آمیز به این بازار، شناخت جدی و عملی آن، شامل وضعیت حال و آینده بازار و شناسایی رقبای موجود و نیز تقویت توانمندی‌ها 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 ۴ تا ۵ درصدی کشورمان از جهان اسلام به‌دست آورد. در این مسیر مهمترین موانع گسترش برند حلال در ایران عبارتند از:

- برداشت موسع از مفهوم بازار اسلامی، این نکته باید مورد توجه قرار گیرد که به‌دلیل اقتصاد جهانی شده، برداشت رایج از مفهوم بازار اسلامی (بدین معنی که آنچه در بازار مسلمین یافت می‌شود،

حلال است)، دیگر مصداق ندارد. زیرا محصولات موجود در بازار کشورهای اسلامی از سرتاسر دنیا به این کشورها وارد شده‌اند و از طرفی دیگری محصولاتی هم که در کشورهای اسلامی تولید می‌شوند، الزاماً تمام مواد اولیه آن در داخل کشورهای اسلامی تولید نشده است. لذا توجه به این مهم نیز ضروری است که نباید مفهوم بازار اسلامی ابزاری برای سوءاستفاده قرار گیرد.

- عدم فرهنگ‌سازی صحیح در زمینه استفاده از محصولات حلال،
- نبود زیربنای علمی و عدم انجام پژوهش‌های مختلف با ماهیت‌های متفاوت بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای در زمینه حلال،
- خلأهای قانونی در زمینه‌های مختلف از جمله ابعاد اجرایی و تجاری حلال،
- نبود یک طرح جامع حلال برای سیاستگذاری کلان در زمینه مزبور،
- نبود یک نقشه راه جامع، برای ساماندهی فعالیت‌های نهادهای مختلف بخش خصوصی و دولتی در زمینه حلال،
- نبود استانداردهای لازم در زمینه محصولات و خدمات مختلف حلال،
- وجود مراکز غیرقانونی صدور گواهی حلال، نبود یک برنامه کامل برای بررسی میزان اعتبار گواهی‌های حلال صادر شده و همچنین نبود یک متولی مشخص و واحد برای ساماندهی صدور گواهی حلال.

لزوم استانداردسازی^۱ برند حلال

در حال حاضر ده‌ها نشان حلال در سراسر دنیا در حال استفاده هستند. به‌منظور دستیابی به گسترش تجارت، رشد اقتصادی و توسعه محصولات، وجود استاندارد برای اطمینان در تمایلات، امری ضروری برای تمام دست‌اندرکاران تجارت جهانی است. در واقع استاندارد، زبان فرا ملی مشترکی را برای تجارت و کمک برقراری ارتباط دانش، تکنولوژی و عملکرد تجاری بین مؤسسات داخل و خارج از کشور فراهم می‌کند. توسعه گسترده و رشد بازار اروپا در واقع مدیون اجرای استانداردهای اتحادیه اروپاست که با حرکت آزاد و سریع کالا و خدمات در دیگر کشورهای عضو اتحادیه اروپا از وقت و هزینه اضافی کنترل مجدد ملی کاست. از اقدامات اتحادیه اروپا برای استانداردسازی در جهان اسلام، دو نکته مهم می‌توان برداشت نمود؛ اول اجرای استانداردهای مشترک برای کمک به بهبود اقتصاد جمعی کشورها، دوم ترویج روابط خوب تجاری چندجانبه بین کشورها که سازمان کنفرانس اسلامی با داشتن ۵۷ عضو، به راحتی می‌تواند از پس آن برآید.



تدوین و تصویب استاندارد ملی ایران با موضوع غذای حلال

گردآوری و اجرای استاندارد ترکیب‌های نخستین و فرآورده‌های حلال مانند غذا و فرآورده‌های دارویی و آرایشی و نیز پوشاک حلال، به‌منظور در نظر گرفتن سلامت همه و رعایت انطباق روش فرآوری و عرضه فرآورده‌های با آیین‌نامه‌های شرع، محرز است. در همین راستا، در سازمان ملی استاندارد، استاندارد ملی ایران با موضوع غذای حلال - راهنمای عمومی به شماره ۱۲۰۰۰ ISIRI برای گنجاندن آیین‌نامه‌های شرعی در استاندارد فرآورده‌های غذایی، گردآوری و در سال ۱۳۸۸ تصویب شد. استاندارد غذای حلال - راهنمای همگانی دارای ۱۱ بند است که بندهای اجرایی آن به تناسب موضوع از بند «۵» آغاز می‌شود. این بندها دربرگیرنده موارد زیر است:

۱. هدف،
۲. دامنه کاربرد،
۳. مراجع الزامی،
۴. واژه‌ها و تعاریف،
۵. ویژگی‌ها،
۶. شرایط ذبح و شکار شرعی،
۷. فرآیند اجرایی ذبح دام،
۸. فرآیند اجرایی ذبح پرندگان،
۹. شرایط فرآوری، انبارش، بسته‌بندی و عرضه،
۱۰. شناسایی و توانایی ردیابی،
۱۱. نشانه‌گذاری.

همچنین، این استاندارد دارای ۴ پیوست است که دربرگیرنده موارد زیر است:

- پیوست الف) جانداران حرام گوشت (الزامی)،
- پیوست ب) مکان (ذبح داده‌ها)،
- پیوست پ) ملاحظات اسلامی حقوقی / رفاه جانداران، (داده‌ها)،
- پیوست ت) واژه‌نامه (داده‌ها).

بند «۵» - ویژگی‌ها

در این بند استاندارد به ویژگی‌های همگانی ترکیب‌های نخستین، فرآورده‌های غذای حلال و ویژگی‌های افزودنی‌ها اشاره شده است. در این بند استاندارد، تمرکز بر فرآورده‌ها و اجزای آن است که نباید از اجزای غیرحلال فرآوری شده و با فرآورده‌های مستی‌آور فرآوری شوند.

بند «۶» - شرایط ذبح و شکار شرعی

در بند مذکور، شرایط ذبح و شکار شرعی، مطابق احکام و آیین‌نامه‌های شرع مبین اسلام بیان شده است و بر لزوم نظارت شرعی بر رعایت این شرایط تأکید شده است.

بند «۷» - فرآیند اجرایی ذبح دام

در این بند استاندارد همه گام‌های انجام ذبح شرعی، دربرگیرنده بررسی سلامت جانداران پیش از عمل ذبح، تمیز کردن و شستشوی جانداران، جلوگیری از مخلوط شدن جانداران گوناگون، هدایت جانداران به میدان ذبح، بازرسی بهداشتی سلامت لاشه، شستشوی لاشه و نشانگذاری لاشه توضیح داده شده است.

بند «۸» فرآیند اجرایی ذبح پرندگان

در این بند، استاندارد همه گام‌های اجرایی ذبح پرندگان دربرگیرنده دریافت پرندگان در کشتارگاه و انتقال برای ذبح، بررسی سلامت جانداران پیش از فرآیند ذبح، ذبح پرندگان، پرکنی و بازرسی پس از کشتار گفته شده است.

بند «۹» - شرایط فرآوری، انبارش، بسته‌بندی و عرضه

در این بند استاندارد، همه شرایط فرآوری، انبارش، بسته‌بندی و عرضه ترکیب‌های نخستین و فرآورده‌های غذایی حلال که باید مورد توجه قرار گیرد، گفته شده است. این موارد به‌طور کلی دربرگیرنده پاک بودن شرعی ابزار و دستگاه‌ها، جدا بودن خطوط فرآوری فرآورده‌های حلال و غیرحلال، رعایت شرایط پاک بودن شرعی در حمل‌ونقل و انبارش و ... می‌باشد.

بند «۱۰» - شناسایی و توانایی ردیابی

ترکیب‌های نخستین و فرآورده‌های غذایی حلال، باید با روش‌های مناسبی، در همه گام‌های فرآیند فرآوری، شناسایی و ردیابی شوند. همچنین، چگونگی غذای حلال باید با توجه به شرایط، پایش، اندازه‌گیری و شناسایی شود. در جایی که توانایی ردیابی یک الزام است، فرآورده باید مهار و شناسه بی‌همتای فرآورده، ثبت شود.

بند «۱۱» - نشانه‌گذاری

در نشانه‌گذاری ترکیب‌های نخستین و فرآورده‌های غذایی حلال، افزون بر رعایت ویژگی‌های شرایط منطبق با استاندارد ویژه هر فرآورده، نوشتن نشانه حلال به‌همراه داده‌های لازم براساس آیین‌نامه‌های مراجع صلاحیت‌دار و قانونی، بر روی بسته‌بندی‌های نخستین و گام‌های دیگر الزامی است.



لزوم داشتن یک نشان واحد برای وحدت تجاری و اقتصادی کشورهای اسلامی

وقتی که یک محصول گواهی حلال را دریافت کرد، به طور طبیعی نماد یا نشانی روی بسته‌بندی چاپ می‌شود. برای مثال انجمن غذا و تغذیه اسلامی آمریکا نشان M هلالی شکل را که معرف «مناسب برای مسلمانان» است را استفاده می‌کند. نمادهای عمومی مانند کلمه «حلال» در عربی درون یک دایره، توسط بعضی شرکت‌ها، با تأیید و امضای یک سازمان یا بدون آن به کار برده می‌شوند. لوگو یک محصول اگر معرف یک سازمان گواهی حلال مشهور و قابل اطمینان باشد، توسط مصرف‌کنندگان مسلمان بهتر مورد پذیرش قرار می‌گیرد. نشان جهانی حلال گامی عملی در فعال‌تر کردن بازارهای اسلامی و حرکتی در مسیر حمایت از تولیدکنندگان محصولات حلال است. نشان حلال شبیه کاری است که "CE" اکنون در اروپا انجام می‌دهد. CE درجه‌ای از مرغوبیت را که بالاتر از حداقل استانداردهای بین‌المللی است، ارائه می‌کند، اما در انحصار یک تولیدکننده خاص نیست.

در این میان، سازمان کنفرانس اسلامی با عضویت ۵۷ کشور پویا در حال برنامه‌ریزی برای تهیه یک نشان استاندارد یکسان برای کشورهای اسلامی، جهت گذاشتن روی فرآورده‌های خود است تا بتوانند با همکاری یکدیگر این بازار مهم را در دست خود نگه دارند. در حالی که میزان آگاهی از این صنعت رو به افزایش است، خود کلمه «حلال» نیز توانسته در صنعت غذایی جهانی به عنوان مارک معتبری شناخته شود که یکی از دلایل آن، اعتقاد مشترک مسلمانان تمام جهان است که دارای باورهای مشترک بوده و به مبانی یکسانی در این زمینه معتقد هستند که این باعث گسترش بیشتر این صنعت در عرصه جهانی شده است. اکنون، در عصر جهانی شدن، توسعه این معیار استاندارد حلال در همه جوانب زندگی که توسط مراکز کنترل استاندارد تضمین می‌شود یک التزام است که همه محصولات با نشانی ویژه جهت تضمین آرامش خیال مصرف‌کنندگان در عرصه جهانی عرضه می‌شود و تمام تولیدکنندگان متعهد به پذیرش این سیستم کنترل هستند. شرکت‌کنندگان در مجمع جهانی حلال امیدوار هستند که استاندارد و سیستم بر چسب مشترکی برای تمام محصولات حلال اتخاذ شود.

شکل ۱. تنوع نشان‌های تجاری (لوگو) حلال در کشورها و مناطق مختلف



Source: http://www.halalzertifikat.de/englisch/worldwide/halal_certification_bodies.htm



مجریان و سیاستگذاران صنعت حلال

بانک توسعه اسلامی اتاق اسلامی، مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی اتاق اسلامی (ICRIC) و دیگر مؤسسات سازمان کنفرانس اسلامی، عمده‌ترین سیاستگذاران این تجارت هستند. در ایران نیز در برای حمایت از صادرات محصولات حلال و حضور در بازار جهانی، با هدف تشکیل بازار مشترک اسلامی و به‌منظور سیاستگذاری هماهنگی همه نهادهای مرتبط با «حلال» و پشتیبانی از همه تولیدکنندگان این محصولات شورای عالی حلال جمهوری اسلامی ایران، متشکل از نمایندگان وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی تشکیل شد.

دبیرخانه این شورا در اتاق بازرگانی و رئیس اتاق، رئیس دبیرخانه شورای عالی حلال است.

بخشی از فعالیت‌های دبیرخانه حلال شورای عالی حلال جمهوری اسلامی ایران:

- رصد کردن اخبار حلال در جهان، پیگیری و اطلاع‌رسانی از طریق نمایندگی‌های ایران در کشورهای دیگر،

- پیگیری استاندارد حلال سازمان همکاری‌های اسلامی،

- حمایت از انجمن تولید و توسعه و ترویج محصولات حلال،

- ایجاد کنسرسیوم صادراتی حلال،

- پیگیری عضویت ایران در اسمیک.

تخصیص برند حلال برای محصولات، هزینه‌ها را کاهش و سبب افزایش مبادلات می‌شود از این رو سازمان کنفرانس اسلامی، مطالعه و تحقیق بر روی این موضوع را با هدف رفع نیاز جهان اسلام، آغاز کرده است. مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی اتاق اسلامی (ICRIC) نیز به‌منظور ایجاد سیستم نظارتی بر روی محصولات حلال که شامل غذای حلال نیز می‌شود، فعالیت‌های اجرایی را در این زمینه آغاز کرده است. مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی مایل است تا نشان حلال را همانند توسعه سیستم خاص حلال به کمک تولیدکنندگان حلال در کشورهای مسلمان به ثبت برساند.

امروزه، مسئله سلامت غذا از مسئولیت‌های سازمان‌ها و نهادهای دولتی مثل سازمان خواروبار و کشاورزی ملل متحد FAO و سازمان بهداشت جهانی WHO است.

شورای جهانی حلال

این شورا در جاکارتا (اندونزی) در سال ۱۹۹۹ به‌منظور استانداردسازی گواهینامه حلال و فرآیند صدور اعتباردهی در میان سازمان‌های عضو، به نمایندگی از کشورهای و ملیت‌های مختلف تأسیس شد؛ اما به‌عنوان یک مرجع جهانی در کوالالامپور مالزی دوباره به ثبت رسید. این سازمان در اصل

از چند کشور مالزی، اندونزی، ایالات متحده 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 آیین‌نامه خود شد. این شورا خود را به‌عنوان یک منبع قابل اعتماد برای کسب اطلاعات استاندارد حلال می‌داند.

مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی^۲

پیشنهاد تأسیس 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 امضا رسید. این مرکز 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 مد نظر قرار داد.

فرآیند دریافت گواهی حلال

گواهی غذای حلال شامل آزمایش مراحل تولید غذا، از آماده‌سازی، ذبح و ترکیبات به کار برده شده، پاکیزگی، فرآیند تولید تا حمل‌ونقل و توزیع کالا را دربرمی‌گیرد. مفهوم غذای حلال حقیقتاً از زمان کاشت تا زمان مصرف غذا و همچنین مغذی بودن و اینکه باید به روش کاملاً بهداشتی و پاکیزه تهیه شده باشند را دربرمی‌گیرد. مرحله تدارک و بسته‌بندی نیز ضرورتاً باید به همین نحو تهیه شده باشند. محصولات حلال از محصولات غیرحلال باید جدا شوند و جداگانه ذخیره شوند یا در طول مدت حمل‌ونقل و توزیع به‌منظور جلوگیری از تماس این دو، باید به‌صورت جداگانه نگهداری شوند. هر فرد مسلمانی، سازمان اسلامی یا مؤسسه اسلامی ممکن است گواهی حلال را صادر نماید، اما پذیرش این گواهی به کشور واردکننده یا جامعه مسلمان استفاده‌کننده از چنین گواهی بستگی دارد. با این حال باید میان «صلاحیت» صدور گواهی و «صدور گواهی توسط مؤسسات مختلف در سرتاسر جهان» تمایز قائل گردید. بسیاری از مؤسسات مزبور به اصطلاح خود اعتباربخش بوده و از صلاحیت‌های حقوقی، فنی و علمی لازم جهت صدور گواهی حلال برخوردار نیستند. برخی از مهمترین مراجع صدور گواهی حلال در جهان عبارتند از:

1. Cape Town
2. Islamic Chamber Research & Information Center (ICRIC)
3. Organization of Islamic Conference (OIC)



– JAKIM مالزی،^۱ MUI مجلس علمای اندونزی،^۲ MUIS سنگاپور،^۳ MWL مجمع جهانی مسلمانان عربستان سعودی.^۴

- مراحل گام به گام برای اخذ گواهی حلال به قرار ذیل است:
- تکمیل تقاضانامه در فرم‌های سازمان گواهی‌کننده و یا در اینترنت،
- بررسی اطلاعات توسط سازمان گواهی‌کننده به‌خصوص از نظر نوع محصول و اجزای آن،
- بازرسی و تأیید امکانات شرکت تولیدکننده محصول که شامل بازرسی تجهیزات تولید، بازرسی از اجزای تشکیل‌دهنده محصول، مراحل تمیز کردن و شستشو تجهیزات و خط تولید، وضعیت بهداشتی و آلودگی متقاطع است،
- در مورد کشتارگاه، بازرسی شامل بخش نگهداری حیوانات، روش گیج کردن دام، نحوه کشتار، چگونگی برخورد با حیوان قبل و پس از کشتار و غیره است،
- تعیین هزینه‌ها و امضای قرارداد،
- پرداخت هزینه‌ها و مخارج،
- صدور گواهی حلال.

با دریافت این گواهی مخاطب قادر به برقراری پیوند با بیش از یک‌چهارم جمعیت دنیا از راه به‌دست آوردن جایگاه بی‌همتای صادرات، با درخواست‌کنندگان غذای حلال، در سراسر دنیا خواهد بود. با توجه به بالا بودن جمعیت مسلمانان جهان، ارزش مالی این بازار بسیار بالا و چشمگیر خواهد بود. گواهی حلال با انجام آیین‌نامه‌های بسیار ریزین در زمینه رعایت پایه‌های بهداشتی فردی، پشتیبان رعایت سامانه‌های ایمنی و برقراری سلامت فرآورده به‌ویژه در زمینه فرآورده‌های غذایی خواهد بود.

دریافت نشان حلال از مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی به‌شرح زیر است:

الف) ارتباط با مرکز از طریق ارسال نامه تقاضای رسمی با سربرگ شرکت،

ب) ارسال مدارک شامل موارد زیر:

۱. نام دقیق شرکت یا کارخانه،

۲. آدرس دقیق کارخانه و دفتر مرکزی،

۳. نام محصولات یا خدمات تولیدی که باید نشان حلال برای آنها صادر شود با ذکر شماره

پروانه ساخت،

1. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Malaysia
2. Majelis Ulama Indonesia (MUI), Indonesia
3. Majlis Ugama Islam Singapura (MUIS), Singapore
4. Muslim World League (MWL), Saudi Arabia

۴. نام مدیرعامل، تلفن مستقیم دفتر، تلفن همراه و فکس،
۵. معرفی شخص هماهنگ‌کننده برای انجام امور و تلفن تماس مستقیم وی و همچنین شماره فکس،
۶. تلفن و فکس دفتر مرکزی و کارخانه،
۷. تعیین اندازه شرکت برحسب تعداد پرسنل: کوچک (۰ تا ۴۹) متوسط (۵۰ تا ۲۴۹) بزرگ (بیش از ۲۵۰).
۸. کپی پروانه بهره‌برداری،
۹. کپی پروانه ساخت محصولات،
۱۰. کپی برگه استاندارد پروانه بهداشت - ISO - HACCO.
۱۱. ارسال ترکیبات اصلی محصولات و منابع تهیه هر یک از آنها، عنوان افزودنی‌ها، فرآیند تولید هر بخش، منابع آب مورد استفاده و مدارک مربوطه، نام هر یک از محصولات و تناژ تولید.
- ج) هماهنگی برای بازدید کارشناسان حلال،
- د) دریافت نشان و گواهی حلال پس از طی تشریفات قانونی.

نتایج و پیشنهادات

صنعت حلال به دسته گسترده‌ای از فعالیت‌ها شامل صنایع غذایی، دارویی، بهداشتی، آرایشی و ... اطلاق می‌شود. مصرف غذای حلال به دلیل عاری بودن از هر نوع آلودگی و نجاست و انطباق با شرع، آثار طبیعی و وضعی چون سلامتی و بهداشت، برکت، رشد معنوی و ... دارد. اقتضای زمان، ذائقه‌های مختلف، همچنین هدف‌گذاری، تعقیب و تقویت خصوصیات دارویی در برخی مواد و صنایع غذایی مدرن (اساس شکل‌گیری غذاهای عملگرا یا فراسودمند) پیچیدگی ترکیبات غذایی را افزایش می‌دهند. در برخی محصولات غذایی، ترکیباتی استفاده می‌شود که مواد اولیه آن می‌تواند حاصل فرآوری یک ماده غیرحلال باشند. محدودیت در آگاهی از کیفیت، شیمی و ساختار این ترکیبات جدید و پیچیده می‌تواند در تشخیص شرعی یا غیرشرعی بودن مصرف مواد غذایی مدرن، مشکل‌آفرین باشد.

در فرآوری فرآورده‌های غذایی، نگاه ریشه‌ای به زمینه حلال، بسیار مهم و چشمگیر است. نکات ضروری از قبیل توجه به امور بهداشتی، برچسب‌زنی مناسب، تأکید بر بسته‌بندی مواد غذایی در محیط حلال و با ظروف و مواد مناسب در پروسه تولید محصولات در برند حلال دارای اهمیت است.

در خصوص غذاهای گروه‌ها و جوامع مختلفی چون یهودیان، اهل کتاب بودن دلیلی بر مشابه



بودن دستورالعمل‌های غذایی مجاز نمی‌باشد و یا بسیاری از مصرف‌کنندگان غذاهای حلال ممکن است فکر کنند از آنجا که منشأ فرآورده‌های گیاهی گیاهان هستند، حلال هستند در حالی که تمامی جوامع و مذاهب دارای شباهت‌ها و تفاوت‌هایی در این زمینه هستند.

نشان جهانی حلال، گامی عملی در فعال‌تر کردن بازارهای اسلامی و حرکتی در مسیر حمایت از تولیدکنندگان محصولات حلال است.

درج نشان حلال بر روی محصولات تولیدی، نشان امنیت و معنویت برای مصرف‌کننده مسلمان در هر نقطه جهان است تا با آسودگی خاطر از کالای مورد نظر استفاده کند. این امر درخصوص مصرف‌کنندگان غیرمسلمان هم دارای جایگاه بالا و نشان از درجه کیفیت در طی فرآیند تولید است. نشان‌ها با ایجاد اعتماد، هزینه‌های مبادلات را کاهش داده و به این ترتیب سرعت چرخش کالا و خدمات در بازار افزایش می‌یابد. با گسترش روز افزون پدیده جهانی شدن، توجه و علاقه زیادی به بازار مصرف در کشورهای اسلامی جلب شده است. به خصوص آنکه بازار مصرف در کشورهای اسلامی از جمله بازارهایی محسوب می‌شود که دارای رشد بسیار سریعی طی ده سال گذشته بوده است.

بانک توسعه اسلامی اتاق اسلامی، مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی (ICRIC) و دیگر مؤسسات سازمان کنفرانس اسلامی، عمده‌ترین سیاستگذاران این تجارت هستند. در این میان، سازمان کنفرانس اسلامی با عضویت ۵۷ کشور پویا در حال برنامه‌ریزی برای تهیه یک نشان استاندارد یکسان برای کشورهای اسلامی، برای گذاشتن روی فرآورده‌های خود می‌باشد تا بتوانند با همکاری یکدیگر این بازار مهم را در دست خود نگه دارند.

توسعه گسترده و رشد بازار اروپا در واقع مدیون اجرای استانداردهای اتحادیه اروپاست که با حرکت آزاد و سریع کالا و خدمات در دیگر کشورهای عضو اتحادیه اروپا از وقت و هزینه اضافی کنترل مجدد ملی کاسته است.

در سازمان ملی استاندارد، استاندارد ملی ایران با موضوع غذای حلال، برای گنجاندن آیین‌نامه‌های شرعی در استاندارد فرآورده‌های غذایی، گردآوری و در سال ۱۳۸۸ تصویب شده است.

با دریافت گواهی حلال، مخاطب قادر به برقراری پیوند با بیش از یک‌چهارم جمعیت دنیا از راه به‌دست آوردن جایگاه بی‌همتای صادرات، با درخواست‌کنندگان غذای حلال، در سراسر دنیا خواهد بود.

حدود ۱/۸ میلیارد مسلمان (یک‌چهارم جمعیت جهان) و ۲ میلیارد مصرف‌کننده حلال در جهان وجود دارد. تفاوت ۲۰۰ میلیون نفری بین تعداد مسلمانان جهان و مصرف‌کنندگان محصولات غذایی حلال، مربوط به افراد غیرمسلمان در کشورهای اسلامی است. لذا با توجه به بالا بودن جمعیت

مسلمانان جهان، ارزش مالی این بازار بسیار بالا و چشمگیر خواهد بود.

ارزش بازار جهانی صنعت حلال (اعم از غذای حلال، دارو، مواد آرایشی و بهداشتی و...) به‌طور کلی حدود ۲۰۰۰ میلیارد دلار است که از این رقم تنها حدود ۲۸ درصد آن یعنی ۵۶۰ میلیارد دلار به صنعت غذای حلال تعلق داشته و انتظار می‌رود صنعت حلال نرخ رشد ۱۰ تا ۲۰ درصدی خود را به‌طور سالانه، آن هم برای چند سال آینده ادامه دهد.

گردش مالی بازرگانی غذای دارای برند حلال در سال ۲۰۰۶ در جهان اسلام نزدیک به ۱۵۰ میلیارد دلار اعلام شده، در حالی که سهم ایران از این فروش با وجود دارا بودن ۴-۵ درصد جمعیت جهان اسلام تنها ۳۲۰ میلیون دلار بوده است. لذا چنانچه به‌کارگیری برند حلال در محصولات صادراتی ایران، جایگاه خود را پیدا کند، قطعاً سهم بزرگی از این بازار عاید تولیدکنندگان ایرانی می‌شود.

با رشد سریع غذای حلال که اخیراً ۱۲ درصد تجارت جهانی محصولات غذایی کشاورزی محسوب می‌شود، فرصت‌های رشد را از طریق صنعت غذای کشاورزی به‌وجود آورده است. با توجه به این بازار بالقوه گسترده نه تنها کشورهای اسلامی، بلکه تعداد قابل توجهی از کشورهای غیراسلامی نیز برای در اختیار گرفتن سهمی در این بازار، تلاش می‌کنند. لذا ضروری است تا با برنامه‌ریزی صحیح در راستای اختصاص سهم شایسته‌ای از تجارت جهانی محصولات حلال به ایران، اقدامات لازم انجام پذیرد.

با توجه به گستردگی صنایع غذای حلال، عمده موانع پیش روی عبارتند از: نداشتن متولی مشخص در بخش صنایع غذای حلال، ناتوانی در مدیریت و سازماندهی صنایع غذای حلال، نبود تأییدیه استانداردهای لازم برای تعیین کیفیت صنایع غذای حلال، عدم برنامه‌ریزی‌های مدون درخصوص صادرات غذای حلال، استاندارد نبودن محصولات غذای حلال با بازارهای جهانی، عدم کارآیی شبکه خدمات بازاریابی، نبود قوانین مدون در زمینه غذای حلال و نبود استراتژی مصوب و برنامه بلندمدت کشاورزی هم از مشکلات عمده کشاورزی کشور و بالتبع صادرات محصولات کشاورزی که فاقد منطق حمایت از محیط زیست و منابع آب کشور است. لذا پیشنهادهای ذیل می‌تواند نوید پیشرفت در زمینه صنعت غذای حلال باشد:

- توجه به بعد علمی - پژوهشی حلال

این مسئله از سه دیدگاه قابل ارزیابی است، اول آنکه در راستای تبیین حلیت از دیدگاه فقهی نیاز به آزمایشگاه‌های تخصصی حلال و همچنین سیستم‌های کنترل حلیت مبتنی بر دانش و تکنولوژی



مدرن بوده و دوم لزوم اتخاذ رویکرد مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان به موضوع حلال است که این مسئله به نوبه خود اهمیت حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه حلال را خاطر نشان می‌سازد. سوم، مسئله تعریف، تبیین و اجرای استاندارد حلال است که مسلماً نیازمند یک عقبه علمی - پژوهشی در زمینه مزبور است.

- توجه به فرهنگ‌سازی در زمینه حلال

در این زمینه باید از امکانات سازمان‌ها و نهادهای مختلف از جمله: صدا و سیما، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همچنین از پتانسیل‌های فضای مجازی و رسانه‌های شنیداری و دیداری برای توسعه فرهنگ استفاده از محصولات حلال، استفاده کرد.

- توجه به رفع خلأهای قانونی

- تهیه پیش‌نویس قوانین لازم، در چارچوب انجام تحقیقات جامع در قالب تهیه طرح جامع حلال،
- توجه به ابعاد تشویقی برای تولید، ترویج، توسعه و تجاری محصولات حلال در قوانین،
- اتخاذ رویکرد مبتنی بر تهیه قوانین امری و نه صرفاً تکمیلی یا تفسیری.
برای مثال یکی از موارد مهمی که در زمینه رفع خلأهای قانونی می‌توان بدان اشاره داشت، مسئله قانونمند شدن صدور گواهی حلال و ممانعت از عملکرد مؤسساتی است که بدون ضابطه مشخص و به صورت غیرقانونی به صدور گواهی حلال می‌پردازند.

- توجه به بعد تجاری حلال

اهمیتی که این موضوع می‌تواند در تسریع توسعه اقتصادی کشورهای اسلامی ایفا نماید باید به دقت مورد توجه قرار گرفته و در این زمینه سیاست‌گذاری‌های تجاری شایسته و بایسته انجام پذیرد. بازار محصولات حلال، بازار رو به رشد بوده که از پتانسیل‌های بالقوه بسیار بالایی نیز برخوردار است. لذا ضروری است تا با برنامه‌ریزی صحیح در راستای اختصاص سهم شایسته‌ای از تجارت جهانی محصولات حلال به ایران، اقدامات لازم انجام پذیرد. در این رابطه، می‌توان با اعمال یک سیستم تشویقی برای توسعه و ترویج تجارت حلال، زیرساخت‌های لازم جهت حصول این مهم را فراهم آورد. نکته حائز اهمیت اینکه نباید مفهوم بازار اسلامی ابزاری برای سوءاستفاده قرار گیرد، زیرا محصولات موجود در بازار کشورهای اسلامی از سرتاسر دنیا به این کشورها

وارد شده‌اند و از طرفی دیگر محصولاتی هم که در کشورهای اسلامی تولید شوند، الزاماً تمام مواد اولیه آن در داخل کشورهای اسلامی تولید نشده است. لذا به برداشت رایج از مفهوم سوق اسلامی در این امر نمی‌توان تکیه کرد. مفهوم ارزش بازار یعنی ظرفیت بالقوه بازار و امکانی که برای فروش محصول است و قسمت اعظم این ارزش در کشورهای مسلمان است که غذای حلال بدون وجود برند نیز مفهوم دارد و مفهوم برند حلال برای ورود کالا به بازار کشورهای مسلمان از کشورهای غیراسلامی و همچنین صدور کالا و یا در اختیار داشتن کالای حلال برای مسلمانان در کشورهای غیراسلامی ضروری است.

منابع و مآخذ

۱. ریاض، بیان، ن. و محمد، م، چودری. تولید غذای حلال، ترجمه سعید خانزادی. چاپ اول، زمستان ۱۳۸۸.
۲. طباطبایی، سید محمود و دیگران. بازرگانی فرآورده‌های حلال، نشر تخصصی نشاء علم، سال دوم، ش ۲، خرداد ۱۳۹۱.
۳. بازار غذای حلال در جهان و جایگاه ایران. مجله تخصصی دانش غذا و کشاورزی. سال دهم، ش ۹۲، فروردین ۱۳۹۱.
۴. نیک منش، علیرضا. بررسی اهمیت جایگاه غذای سالم و حلال جهت اجرای اهداف تعیین شده در سند چشم‌انداز بیست‌ساله، مقالات پژوهشی سایت مؤسسه جهانی حلال.
۵. نوروزی، فائزه. برند حلال، سازمان توسعه تجارت ایران، دفتر توسعه صادرات کالا، معاونت کمک‌های تجاری.
۶. حیدری والا، حامد. غذای حلال، ماهنامه تخصصی دام و کشت و صنعت، ش ۱۱۱.
۷. تولید غذای حلال، ترجمه بیتا نوری، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۸.
۸. برزویی، مهدی و مریم، عسگری، شخصیت برند حلال و تأثیر آن بر نیت خریدار، دانشگاه تکنولوژی مارا مالزی.
۹. طبری، فاطمه. بررسی فرآیند و نشان‌های گواهی حلال، مقالات پژوهشی سایت مؤسسه جهانی حلال.
۱۰. استاندارد ملی ایران، ش ۱۲۰۰۰، ۱۳۸۸.
۱۱. سایت حلال جهانی <http://halal.blogpa.com>
12. Islamic Trade and Development. published by the Islamic Chamber Research & Information Center (ICRIC), Oct, 2013.
13. Sungkarb, R. (2007). "Importance and the Role of Market Intelligence in Penetrating Gobaral Halal Food Markets", Livestock Asia 2007 Exhibition & Seminar Halal Hub Session.
14. The World Halal Forum 2007 Conference Malaysia.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۳۷۸۹

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: غذای حلال، چشم‌انداز یک فرصت

نام دفتر: مطالعات زیربنایی (گروه کشاورزی)

تهیه و تدوین: تکتم طالبی

مدیر مطالعه: حسین صفایی

ناظران علمی: محسن صمدی، محمدرضا محمدخانی

اظهار نظرکننده داخل مرکز: رسول آقا داداشی (دفتر مطالعات حقوقی)

اظهار نظرکنندگان خارج از مرکز: کارشناسان محترم مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق

اسلامی (ICRIC)

متقاضی: معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. تجارت

۲. حلال

۳. غذا

۴. کشاورزی

۵. نشان تجاری (برند)



تاریخ انتشار: ۱۳۹۳/۴/۲۹