



مدیر دفتر تحقیقات و توسعه تجارت اقیانوسیه:

## بازار حلال فراگیر می‌شود

محسن دانش مدیرکل دفتر تحقیقات و توسعه تجارت اقیانوسیه و رئیس هیئت مدیره مؤسسه «الرسول» است که در استرالیا و نیوزیلند و فیجی ثبت شده و در زمینه نظارت بر مواد غذایی حلال فعالیت می‌کند. با وی درباره محصولات غذایی حلال در دنیا گفت‌وگو کردیم. دانش با اشاره به اقبال عمومی در سراسر دنیا به محصولات حلال و بازار گسترده آن، تأکید کرد، برای در دست داشتن سهم بیشتری از این بازار باید تلاش بیشتری کرد.

وی که نماینده ICRIC (ایکریک) در منطقه اقیانوسیه جهت نظارت بر گواهی حلال در امور غذایی و خوراکی است، درباره چگونگی تشکیل بازار مشترک اسلامی و گسترش بازار حلال پژوهش‌ها و تحقیقات متعددی انجام داده است. این گفت‌وگو را بخوانید:

حرام، سبب حرام شدن غذای حلال می‌شود، حال مواردی در فرایند تولید وجود دارد که هرگز در برچسب‌ها بیان نمی‌شود. غذای حلال نه تنها باید عاری از هر گونه عنصر حرام باشد، بلکه باید از هر گونه نجاست که ممکن است در خط تولید، بسته‌بندی و انبار کردن پدید آید، پاک باشد.

■ ایده شکل‌گیری تولید و تهیه محصولات حلال نخستین بار از کی و کجا شکل گرفت؟ اولین بار بحث صدور برند حلال در کشور

محصولات غذایی تولید شده توسط صنایع غذایی بسیار پیچیده‌اند و در میان این پیچیدگی چیزی که پنهان است، اجزای ترکیبی است که در لیست عناصر ترکیبی بیان نمی‌شود. در بعضی از کشورها آیین‌نامه‌هایی وجود دارد که به تولیدکننده اجازه می‌دهد از عناصر ترکیبی، ولو به مقدار ناچیز، در محصول نهایی بدون ذکر نام آنها در لیست ترکیبی استفاده کنند. در کشور ما طبعاً تمامی تولیدات غذایی و غیر آن حلال هستند، مگر اینکه با دلایل و مستندات محکم خلاف آن ثابت شود. در صورتی که طبق احکام شریعت اسلامی ذره‌ای از مواد

■ با موج گسترده مهاجرت مسلمانان به کشورهای دیگر، از جمله کشورهای غیراسلامی مسئله تهیه غذای حلال در دهه‌های اخیر به عنوان مسئله مهمی مطرح بوده است. در عرصه بین‌المللی موضوع «حلال» تا چه میزان دارای اهمیت است؟ در داخل کشور به چه نحوی است؟

در حال حاضر حدود ۵۰۰ میلیون مسلمان در کشورهای غیراسلامی زندگی می‌کنند. برند حلال برای این افراد می‌تواند در تمامی موارد موجب اطمینان خاطر باشد و به نوعی بیانگر بروز هویت اسلامی آنان است. امروزه

مالزی مطرح شد و به اجرا درآمد و این برند جهانی نبود و طبعاً نمی‌توانست نظرات فقهی همه مذاهب اسلامی را شامل شود. اقبال روزافزون غیرمسلمانان به مصرف محصولات حلال و محدود نبودن تقاضا برای این محصولات به کشورهای OIC (۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی)، درخواست‌های زیادی برای تولیدات حلال در کشورهای اروپایی و آسیای جنوب شرقی و اقیانوسیه فراهم آورده است. بدیهی است این تقاضا می‌تواند ارقام بزرگی از تجارت حلال در این کشورها را رقم زند و موجب ایجاد صدها هزار فرصت شغلی برای مسلمانان، به وجود آمدن هزاران بنگاه اقتصادی جدید و باعث پر کردن ظرفیت‌های خالی هزاران بنگاه اقتصادی فعال، بخصوص در کشورهای اسلامی، شود.

### ■ شرکت‌ها و کشورهای غیرمسلمان تا چه میزان اصول حلال را برای تولید محصولات خود رعایت می‌کنند؟

بتازگی این گسترش در بازارهای غیرمسلمان نیز دیده می‌شود، به نحوی که کشورهایی چون چین و تایلند، حتی در شرکت‌های هواپیمایی خود و هتل‌ها به خاطر از دست ندادن این بازار و فرصت‌های موجود در آن، غذایی با آرم حلال در اختیار مسافران قرار می‌دهند. کشورهای غیراسلامی با دو انگیزه «حلال» را مورد توجه قرار می‌دهند: نخست به دلیل اقلیت‌های غیرمسلمان که در آن کشورها زندگی می‌کنند و نیازمند غذا و محصولات و خدمات حلال هستند. دوم به دلیل ورود به تولید محصولات حلال به جهت صادرات به کشورهای اسلامی.

### ■ حجم تجارت سالیانه محصولات حلال در کل دنیا چقدر است؟

قدرت اقتصادی حلال می‌تواند صدها هزار فرصت شغلی برای مسلمانان ایجاد کند، هزاران بنگاه اقتصادی را به وجود آورد و یا تقویت کند، ظرفیت‌های خالی هزاران کارخانه را پر کند، بازارهای نوینی ایجاد کند، افق‌های جدیدی را بگشاید، ابتکارات و نوآوری‌هایی را برای جایگزینی فرآورده‌های حلال به جای مشابه غیرحلال آن، رقم بزند و به همراه زبان اقتصادی، زبان فرهنگی را هم به سخن آورد و جایگاه ارزش‌های الهی و دینی را بیش از پیش تثبیت و تقویت کند. بر اساس برآورد سازمان‌های جهانی، گردش مالی سالیانه غذای مسلمانان حدود ۲۰۰۰ میلیارد دلار و همچنین گردش مالی دارو، لوازم بهداشتی و آرایشی و... حدوداً ۱۰۰۰ میلیارد دلار است که سهم بزرگی از بازار جهانی را تشکیل می‌دهد.

### بر اساس برآورد سازمان‌های جهانی، گردش مالی سالیانه غذای مسلمانان حدود ۲۰۰۰ میلیارد دلار و همچنین گردش مالی دارو، لوازم بهداشتی و آرایشی و... نیز حدوداً ۱۰۰۰ میلیارد دلار است که سهم بزرگی از بازار جهانی را تشکیل می‌دهد

چه کشورهایی در تهیه محصولات حلال فعال هستند. فقط کشورهای اسلامی؟ یا کشورهای غربی و اروپایی هم در این زمینه فعالیت دارند؟ اگر روزگاری واژه «حلال» بازار اقتصادی نداشت، امروز بازار گسترده سالیانه دو هزار میلیارد دلاری حلال، نگاه‌های همه برنامه‌ریزان اقتصادی را به خود خیره کرده است. بازار حلال امروز از مرز غذاها و نوشیدنی‌ها هم فراتر رفته و حوزه دارو، لوازم آرایشی و بهداشتی، هتلداری، کشتیرانی و نیز خدمات حلال در صنایع حمل‌ونقل و توریسم را هم پوشش داده است.

به عنوان نمونه، جمعیت مسلمان ترکیه و قابلیت بسیار بالای این کشور در تولید و صادرات مواد غذایی به کشورهای مختلف و اهمیت تجارت حلال موضوعاتی است که دولت ترکیه را به نقش داشتن در روند تجارت جهانی حلال علاقه‌مند می‌سازد. کشورهای اروپایی که بالاترین اقلیت مسلمان را در خود جای داده‌اند نیز سهم عمده‌ای از تجارت حلال را به خود اختصاص داده‌اند. انگلستان در رتبه نخست قرار دارد و فرانسه، آلمان و اسپانیا در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند. در ضمن بدیهی است قبل از بازدید کارخانجات جهت صدور برند حلال، تمامی مدارک مربوط به تأیید رعایت اصول بهداشتی و کیفیت کالا از مراجع ذیصلاح کشور مربوطه اخذ می‌شود. در عین حال، با توجه به توصیه دین مقدس اسلام به رعایت اصول بهداشتی، صدور برند حلال جهانی، موجب ارتقای کیفیت کالا خواهد شد و استانداردهای موجود غذای حلال در مجموع بررسی‌هایی در تمام مراحل (از ماده خام تا محصول نهایی) را تضمین می‌کند که شامل آماده‌سازی، پرورش، بسته‌بندی، برچسب زدن، جابه‌جایی، انتقال، توزیع، ذخیره‌سازی، پخت غذای حلال و نحوه ارائه آن طبق ضوابط شرعی می‌گردد. مقررات این استاندارد در تمامی سازمان‌ها، در «مقررات

استاندارد گواهی حلال» گنجانده شده است.

■ آیا داشتن برند حلال بر ارتقای کیفیت کالاها تأثیر می‌گذارد یا اینکه فقط از لحاظ شرعی به عنوان یک مزیت محسوب می‌شود؟ بازار حلال از حیث فراگیری، امروزه از مسلمانان هم فراتر رفته و روزبه‌روز بر مصرف‌کنندگان حلال از میان غیرمسلمانان افزوده می‌شود. کمتر کشوری هست که در بخش‌های اقتصادی خود به تولید، صدور و ورود کالاهای حلال بی‌توجه باشد و برای آن برنامه‌ریزی نکرده باشد و باید تأیید کرد که معمولاً ادیان مختلف جهانی مقرراتی برای حلیت محصولات تولیدی کارخانجات خود دارند، مثلاً در دین یهود حلال با لفظ کوشر تعریف می‌شود، ولی حکم حلال به معنی واقعی فقط در میان مسلمانان مطرح بوده و هست و همان طور که قبلاً گفتیم فقط جنبه شرعی آن در دنیا مطرح نیست، بلکه کیفیت آن مورد نظر است.

■ با توجه به اینکه ایران هم یک کشور اسلامی است و هم تنوع محصولات کشاورزی در آن بالاست، در بحث تولید محصولات حلال چه جایگاهی دارد؟ و سهم ایران در بازار جهانی تولید محصولات حلال چقدر است؟

همان‌طور که قبلاً عنوان شد، در کشورهای اسلامی، بخصوص ایران، در تمامی تولیدات و محصولات رعایت اصول شرعی صورت می‌پذیرد. با عنایت به تأیید کشورهای شرکت‌کننده در جلسات سازمان کنفرانس اسلامی در زمینه مسئولیت جهانی، ایران در مورد برند جهانی حلال و استفاده از مشترکات اعتقادی در زمینه غذای حلال بین مذاهب اسلامی در تکوین این برند می‌توان گفت کشورمان تا حدی در این امر از کشورهای دیگر عقب افتاده بود که اکنون این تأخیر را جبران کرده ولیکن تسریع در این رابطه، وضعیت ایران را در بین کشورهای اسلامی و سایر ممالک تولیدکننده اسلامی بیشتر تثبیت می‌کند، اما واقعیت بیانگر این است که متأسفانه سهم ایران در صدور محصولات حلال کمتر از یک میلیارد دلار در سال است که می‌توان با تلاش بیشتر این سهم را افزایش داد.

اگر غذای حلال توانسته است این موج عظیم را در جهان معاصر ایجاد کند، سایر شاخص‌های مسلمانی نیز می‌تواند امثال این موج آفرینی‌ها را در جهان امروز داشته باشد که این مهم به میزان همت ما بستگی دارد. در حقیقت از آنجا که برندها و استانداردها با ایجاد اعتماد می‌توانند هزینه‌های مبادلات را کاهش دهند، برند جهانی حلال می‌تواند علاوه بر ایفای این نقش، بخشی

از بازار جهانی (۲ تریلیون دلاری) حلال را نصیب کشورمان کند و با تشکیل انجمن دارندگان و مروجین گواهی حلال جهانی در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، اقدامات عملی و برنامه‌ریزی برای ترویج این برند جهانی صورت گرفته تا افق وسیعی از کشورها را تحت پوشش خود قرار دهد.

### ■ همکاری چه سازمان‌هایی در داخل کشور برای ارتقای جایگاه ایران در عرصه جهانی حلال مورد نیاز است؟

اینک در شورای حلال کشور چند وزارتخانه عضویت دارند، ولی متأسفانه نقش دولت در ترویج این برند بسیار کم‌رنگ است. این در حالی است که به عنوان مثال، در تایلد با ۱۰٪ جمعیت مسلمان، دولت پشتیبان بخش تحقیقاتی این برند جهانی است. البته فراموش نشود دوستان ما در اتاق بازرگانی ایران، بخصوص دکتر ناهوندیان، ریاست مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی و دبیر محترم اجرایی مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی (ایکریک) و دکتر عبدالحسین فخاری با برگزاری چندین نشست شورای عالی حلال جمهوری اسلامی ایران در ایجاد همدلی و همکاری بین همه نهادها (شامل وزارت امور خارجه، وزارت بازرگانی، صنایع،

جهاد کشاورزی، بهداشت، اقتصاد و دارایی، تقریب مذاهب اسلامی، مؤسسه استاندارد، نمایندگی ولی فقیه در جهاد کشاورزی آیت‌الله عالمی، سازمان توسعه و تجارت و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران) با تلاش برای ایجاد تشکلی به نام «انجمن دارندگان گواهی حلال، حامیان و مروجان» به منظور حمایت همه‌جانبه فعالان عرصه تولید و تجارت حلال توانستند سهم عظیمی را در تحول رو به رشد بازار جهانی حلال ایجاد کنند.

### ■ شما مدیرکل دفتر تحقیقات و توسعه تجارت اقیانوسیه هم هستید و گزارش‌های ماهانه‌ای در مورد وضعیت تجاری و اقلیمی بازار و در جهت توسعه تجارت خارجی ارائه می‌دهید. در پایان لطفاً توضیح بیشتری درباره فعالیت‌های خود ارائه دهید.

دفتر تحقیقات و توسعه تجارت در منطقه اقیانوسیه با هدف ارتقای سطح دانش عمومی در زمینه صنعت غذایی و تکنولوژی نوین روز دنیا در سطح ملی و بین‌المللی در یک سال اخیر، فعالیت خود را آغاز کرده و آن را تا سطح بین‌المللی ارتقاء داده است تا بتواند هر چه بیشتر پاسخگوی نیاز بازارهای اسلامی و جهانی باشد. دفتر تحقیقات و توسعه تجارت در منطقه اقیانوسیه در سال ۲۰۱۰ فعالیت خود

را در ایران آغاز کرد و این مرکز نمایندگی ICRIC (مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی، وابسته به سازمان کنفرانس اسلامی، OIC) را به عهده دارد. با توجه به اهداف عمیق و هوشمندانه‌ای که به آنها اشاره خواهم کرد، این مرکز شروع به تولید یک سری اطلاعات و آمارهای اقتصادی کشورها جهت استفاده تجاری و ارتقای سطح علمی تجار جهت سرمایه‌گذاری کرده است که اهداف تبیین شده در این راستا عبارتند از: توسعه ارتباطات داخلی و بین‌المللی مرکز و کسب اعتبار از مؤسسات معتبر جهانی، استقرار نظام تخصیص منابع مبتنی بر اولویت‌های مراکز تحقیقاتی و اقتصادی، ارتقای نقش دفتر تحقیقات و توسعه تجارت در منطقه اقیانوسیه در تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های کاربردی در زمینه ارتقای بازار جهانی حلال، شناسایی مزیت‌های نسبی، قابلیت‌ها، استعدادها و نیازهای فناوری بر مبنای آینده‌نگری و آینده‌پژوهی در بازار جهانی حلال، مطالعات و تحقیقات درباره چگونگی تشکیل بازار مشترک اسلامی و گسترش بازار، تحقیقات و پژوهش با استفاده از روش‌های نوین و روزآمد درباره شناسایی مشکلات و چالش‌ها در بازار اسلامی و بازار جهانی حلال در سال ۲۰۱۱.

## فرم اشتراک

با تشکر از بذل عنایت شما در خصوص اشتراک ماهنامه بازار بین‌الملل، نکات زیر را به استحضار می‌رساند. دوره اشتراک و وجه آن با احتساب هزینه پست در جدول زیر مشخص شده است. علاقمندان ساکن تهران می‌توانند با یک تماس تلفنی با شماره ۸۸۸۷۷۸۵۰ و تلفکس ۸۸۸۷۷۸۵۲ مشترک شوند.

دانشجویان و اعضای هیئت علمی با ارسال فتوکپی تحصیلی و کارت شناسایی خود از اشتراک با تخفیف ۵۰ درصدی استفاده خواهند نمود.

دوساله (ریال)	یکساله (ریال)	نوع اشتراک	
۳۶۰/۰۰۰	۱۸۰/۰۰۰	پست عادی	
۴۰۰/۰۰۰	۲۲۰/۰۰۰	پست سفارشی	
۱۸۰/۰۰۰	۹۰/۰۰۰	پست عادی	ویژه هیئت علمی و دانشجویان
۲۲۰/۰۰۰	۱۳۰/۰۰۰	پست سفارشی	

شناسنامه (کد اشتراک):

مشخصات دریافت کننده

نام: ..... نام خانوادگی: .....

تاریخ تولد / تاریخ تأسیس: ..... تحصیلات: .....

شغل: ..... سمت: ..... به پیوست فیش بانکی شماره: .....

به حساب جاری ۱- ۳۰۱۹۹۰ - ۲۰ - ۸۰۱ بانک سامان، شعبه آفریقا ارسال می‌شود.

مدت درخواست:  یکساله  دوساله  تعداد از هر شماره: .....

شروع از شماره: .....

نشانی: .....

تلفن: .....