

سوق الحلال تتحول من سوق متخصصة إلى سوق أساسية عالمية

مقدمة من طرف مركز التجارة الدولية

بينما يستمر المشهد التجاري العالمي في التطور، فإننا لا نوجه أنظارنا فقط الأنماط الجديدة في الإنتاج والتجارة ولكن نراقب ظهور ما يعد نموذجًا تجاريًا جديدًا بشكل فعال كما هو الحال مع سوق الحلال العالمية.

ظهرت هذه السوق العالمية من خلال الاعتماد على احتياجات وتفضيلات ما يقدر بـ 1.6 مليار مسلم في شتى أنحاء العالم كميدان لتجاري قوي. ويؤدي ذلك إلى منح الفرص للشركات وبالأخص في الأسواق النامية كي تستفيد من 1 تريليون دولار أمريكي هي حجم الاستثمارات في سوق قطاع الطعام الحلال. يجذب هذا القطاع بشكل متزايد انتباه واضعي السياسات والقطاع الخاص بصفته قطاعًا يملك إمكانيات نمو متزايدة.

بالنسبة لمركز التجارة الدولية، فإن قطاع الطعام الحلال يوفر فرصة جديدة لبناء قدرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهدف التنويع وامتلاك القدرة التنافسية في هذا المجال. ثمة مجالات يمكن بل سيقوم مركز التجارة الدولية بالعمل فيها وتمثل تلك المجالات كلها في مساعدة تلك المؤسسات في التعرف على سلسلة قيمة قطاع الطعام الحلال والدخول إليها والارتقاء داخلها وتقوية مؤسسات دعم التجارة والاستثمار لتكون هي الأوراق الرابحة بشكل فعلي في توفير المعلومات المتعلقة بالتجارة والأسواق. توفر سوق الغذاء الحلال فرصة كبيرة وبالأخص للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأنظمة الاقتصادية الريفية الأقل تطورًا. مع التركيز على الامتثال لقواعد الحصول على الغذاء من المزرعة إلى المائدة، تتوافر العديد من الاحتمالات لربط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلاسل الإمداد الدولية والإقليمية الموجودة في قطاع الحلال.

تضطلع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدور هام في جميع الأنظمة الاقتصادية عن طريق دعم النمو وزيادة الطلب على العمالة ورفع مستويات المعيشة بشكل عام. قد يكون دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للنساء أداة قوية لتشجيع التمكين الاقتصادي للنساء. تشير التقديرات إلى أن 500 مليون وظيفة جديدة ستكون مطلوبة بحلول عام 2030 وأن نسبة كبيرة من تلك الوظائف ستكون في الدول التي تنتمي إلى منظمة التعاون الإسلامي حيث تصل نسبة من تقل أعمارهم عن 30 سنة إلى 60% من السكان. إن دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكون بمثابة عوامل للنمو سيمثل أيضًا استجابة واضحة للأهداف العالمية للتنمية المستدامة التي حددتها الأمم المتحدة.

إن الدور الذي يلعبه مركز التجارة الدولية كجهة موفرة للمعلومات المتعلقة بالتجارة والأسواق من خلال أدوات إلكترونية تمكن أصغر المؤسسات من الوصول إلى البيانات التجارية العالمية قد يساعد في ربط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلاسل القيمة وتحسين حضورها التجاري في قطاع الطعام الحلال. في الوقت الذي يزداد التشعب وتشتد فيه المنافسة في العديد من قطاعات السوق، يوفر سوق الحلال الناشئ مجموعة جديدة من الفرص استنادًا إلى مجموعة مختلفة من القواعد الأساسية مما يمنح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - التي تتسم بالسرعة والجرأة - الفرصة للاتصال بهذه السوق الجديدة. يهدف مركز التجارة الدولية إلى مساعدة تلك المؤسسات لتكون أولى المؤسسات التي تخطو في هذا المجال.

يشتمل قطاع الطعام الحلال على مجموعة تحديات خاصة به. إن تنوع تفسير الأحكام الدينية والمعايير المختلفة وأطر العمل التنظيمية المتطورة بشكل مستمر قد تشكل بسهولة عوائق أمام المؤسسات الجديدة على هذه السوق. إن مساهمة مركز التجارة الدولية في تسليط الضوء على بعض هذه المشكلات، بما في ذلك عن طريق إدراج معايير الطعام الحلال في خريطة المعايير الخاصة بمركز التجارة الدولية وتوفير الدعم للعديد من مؤسسات دعم التجارة والاستثمار للدخول إلى السوق الحلال سيساعد في إيجاد الحلول لهذه التحديات.

يعد هذا المنشور الجديد بمثابة إضافة مفيدة إلى مجموعة آليات التدخل لدى مركز التجارة الدولية. فهو يوفر مقدمة ممتازة لأولئك الذين يتعاملون مع سوق الغذاء الحلال للمرة الأولى عن طريق تزويدهم بالمعلومات التجارية الخاصة بكبرى القطاعات الفرعية في سوق الغذاء الحلال. وفي الوقت نفسه، فإنه يهدف إلى زيادة استيعاب العديد من المشكلات المعقدة التي تظهر في هذا القطاع بشكل خاص وعند القيام بذلك فإنه يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواضعي السياسات ومؤسسات دعم التجارة والاستثمار امتلاك رؤية شاملة لمشهد السوق.

إن التزام مركز التجارة الدولية بالعمل مع أصحاب المصلحة في سوق الغذاء الحلال يعد امتدادًا طبيعيًا للأهداف والقيم القائمة الخاصة بنا ولإيماننا القوي بأن التجارة قد تكون هي قاطرة التنمية المستدامة وحاضنة مناسبة لتوفير فرص جديدة ومستويات معيشية أفضل.

أرانشا جونزاليز

المديرة التنفيذية لمركز التجارة الدولية

مقدمة من طرف البنك الإسلامي للتنمية

بسم الله الرحمن الرحيم

بادئ ذي بدء، أود أن أهنئ مركز التجارة الدولية على التزامه المستمر بتحقيق هدف تشجيع "أثر تجاري يدوم طويلاً"، وبالأخص على اهتمامه الشديد بالتجارة بين بلدان الجنوب مما يحسن القدرة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق ربط سلاسل الإمداد العالمية وعلى اهتمامه الشديد بمساعدة النساء والشباب على أن يصبحوا أصحاب مشاريع ناجحة. تتسق تلك الأهداف تمامًا مع رؤية ورسالة البنك الإسلامي للتنمية.

تشتمل بعض الأولويات الهامة في الأهداف العالمية للتنمية المستدامة التي حددتها الأمم المتحدة مؤخرًا على ما يلي: (1) القضاء على الفقر، (2) القضاء على الجوع، و(3) الصحة الجيدة نحن جميعًا نعلم أننا نحتاج إلى بناء الشراكات والإبداع والموارد الإضافية الهامة.

يعد تحسين التعاون والتحالفات الإستراتيجية على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية هي العوامل الأساسية لتنسيق الموارد المطلوبة وإحداث فرق هائل. لقد أصبح الآن واقعًا مقبولاً أن يلعب التمويل الإسلامي دورًا رئيسيًا في تحقيق الأهداف العالمية التي حددتها الأمم المتحدة.

يقدم البنك الإسلامي للتنمية بالفعل مساهمات إيجابية نحو تحقيق الأهداف العالمية للأمم المتحدة عن طريق التركيز على تنمية الزراعة المستدامة، وشركات الإنتاج الغذائي الصغيرة والمتوسطة والربط بسلاسل الإمداد العالمية.

إن التنمية والتوسع في أسواق الطعام الحلال في شتى أنحاء العالم يقدم فرصة واضحة وبالأخص داخل الدول التي تنتمي إلى منظمة التعاون الإسلامي. تصل قيمة صناعة الطعام الحلال الآن إلى أكثر من 1 تريليون دولار أمريكي سنويًا.

إن تحسين التجارة بين دول منظمة التعاون الإسلامي يحظى دائمًا بالأولوية لدى البنك الإسلامي للتنمية. يفتح قطاع الغذاء أفقًا جديدًا من احتمالات زيادة حجم التجارة داخل دول منظمة التعاون الإسلامي. إن بعض الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي بما في ذلك الدول الأعضاء في مجلس التعاون الخليجي تعد من كبرى الدول المستوردة للغذاء. من ناحية أخرى، ثمة دول أخرى أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي تعد من كبار الدول المنتجة للغذاء. من ناحية أخرى أيضًا، توجد داخل منظمة التعاون الإسلامي دول كبرى مستوردة للغذاء وبالأخص في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي. بينما تضم منظمة التعاون الإسلامي بعض الدول الأعضاء الأغنى في العالم، فإن العديد من الدول الأعضاء فيها تعاني من الفقر حيث تواجه الأزمات طويلة المدى المنبثقة من البطالة والفقر بما في ذلك سوء التغذية.

يقدم سوق الحلال الذي يشهد نموًا كبيرًا فرصة حقيقية لهذين "النوعين من الدول الغنية والفقيرة" كي يعملوا سويًا من أجل تحقيق فائدة متبادلة مستدامة عن طريق مواجهة مشكلات الأمن الغذائي في بعض الدول ومواجهة الفقر وسوء التغذية في دول أخرى.

علاوة على ذلك، يمثل ذلك سواء داخل أو خارج منظمة التعاون الإسلامي فرصة مميزة للاستفادة من حلول التمويل الإسلامي لتحقيق الصالح العام ولزيادة تدعيم قطاعات الغذاء الحلال عن طريق تطبيق الطرق التمويلية والاستثمارية المتوافقة مع الشريعة.

تحقيقًا لهذه الغاية، سيستمر البنك الإسلامي للتنمية في التعاون مع مركز التجارة الدولية للاقتراب أكثر من تحقيق أهدافنا المشتركة. اتخذ البنك الإسلامي للتنمية قرارًا بمضاعفة أنشطة إعانات التنمية من 80 مليار دولار أمريكي إلى 150 مليار دولار أمريكي خلال الخمسة عشر عامًا التالية لدعم البرامج والمشروعات التي ترسخ الأهداف العالمية التي حددتها الأمم المتحدة في أنظمة الدول الأعضاء في منظمنا.

نحن نتطلع إلى تعاون طويل المدى وقائم على النتائج مع مركز التجارة الدولية.

الدكتور أحمد محمد علي المدني
رئيس مجموعة البنك الإسلامي للتنمية

ملخص تنفيذي

من المهم جدًا لأي شخص مهتم بالظاهرة المعروفة باسم سوق الحلال العالمية أن يقرأ هذا المنشور. قد تضم الأطراف المهتمة بهذا الشأن واضعي السياسات في الحكومات الوطنية والمنظمات الدولية وكبار المسؤولين التنفيذيين في مؤسسات دعم التجارة والاستثمار الوطنية وصانعي القرارات في الشركات التي تعمل في المجالات ذات الصلة سواء كانت شركات كبيرة متعددة الجنسيات أو مؤسسات صغيرة ومتوسطة الحجم أو شركات مشروعات المقاولات أو حاضنات أعمال أو المبدعين والباحثين والأكاديميين والمحليلين الاستثماريين.

في الواقع، فإن أي شخص مهتم بالتجارة الدولية أو الأسواق الناشئة أو عادات الإنفاق المتغيرة أو تفضيلات المستهلكين أو أي جانب من جوانب الاقتصاد الإسلامي سيجد أن تنمية هذا النموذج الجديد للسوق شيئًا جديرًا بالاهتمام.

ولا يهدف هذا المنشور إلى تقديم وصف قاطع للغذاء الحلال أو الحرام أو الأشياء المسموح بها شرعًا حيث توجد منشورات أخرى تستوفي هذا الغرض. إنه بمثابة تقييم لإمكانية التجارة في سوق الغذاء الحلال والذي يوفر أفكارًا متعلقة بحجم تلك السوق وديناميكياتها والعوامل المؤثرة فيها والفروق الإقليمية والطبيعية المعقدة لسلسلة القيمة المتكاملة وأطر العمل التنظيمية المتطورة التي يجري تطويرها لهيكلة هذه السوق وتنظيمها.

الحلال هو مصطلح عربي يعني مسموح أو مقبول بها من الناحية الشرعية. وهو عكس مصطلح "الحرام" الذي يعني ممنوع أو محظور شرعًا. تحقيقًا لأغراض هذا التقرير، فإن الحلال يشير إلى المأكولات والمشروبات المسموح للمسلمين بتناولها. بشكل عام، فإن الأصل في الأطعمة كلها أنها مباحة ما لم يتم الحصول عليها من حيوانات محرمة مثل الخنازير أو الكلاب أو الضواري أو الجيفة بالإضافة إلى المأكولات والمشروبات التي تشتمل على الكحوليات والمكونات الضارة أو السامة الأخرى.

الحلال - من سوق متخصصة إلى سوق عالمية

على مدار العقدين الماضيين، تحول الغذاء الحلال من سوق متخصصة مقتصرة على العملاء المسلمين إلى ظاهرة سوقية عالمية ديناميكية مما يشير إلى أنه يلعب دورًا هامًا في التجارة العالمية في الأعوام القادمة.

ينظر بشكل تقليدي إلى الحلال على أنه يشير فقط إلى اللحوم والدواجن وبالأخص إلى طريقة الذبح. ومؤخرًا، توسع هذا المفهوم ليشمل أطعمة غير اللحوم مثل منتجات الألبان والمخبوزات والمقبلات والحلويات والوجبات الجاهزة والأغذية المعلبة والمشروبات. وبما أن الحلال يتمثل في عملية "نقل الغذاء من المزرعة إلى المائدة" مع ضرورة الامتثال لأحكام الحلال طوال سلسلة الإمداد، فإن بعض الجوانب مثل التخزين والنقل والخدمات اللوجستية تلعب كلها دورًا هامًا في الحفاظ على سلامة الغذاء الحلال وإثباتها.

في ضوء أبحاث السوق وبيانات التجارة والتحليلات والتفضيلات وعادات الإنفاق لدى 1.6 مليار مستهلك، فقد ظل سوق الغذاء الحلال لعدة سنوات منطقة مجهولة. في هذا الصدد، لا يزال سوق الحلال في بدايته ويستمر في التطور ليصبح ميدانًا للتنافس التجاري وهو بالفعل نموذجًا سوقيًا جديدًا ينتشر عبر الحدود الجغرافية والثقافية بل والدينية.

يتسم سوق الغذاء الحلال بأنه متاهة معقدة ومجزأة لا تزال المعلمات التي تحدد ملامحها تتسم بأنها متغيرة وقابلة للتوسع. ويزداد هذا التعقد بسبب المتغيرات التي تعتمد على الافتراضات والعادات والتفضيلات الثقافية والتفسيرات المختلفة للقوانين والطبيعة العالمية لسلاسل إمداد المنتجات الغذائية. لفهم نمو وتطور سوق الحلال، من المفيد أن يتم التركيز على العوامل والقوى التي تدفع هذه السوق بشكل واضح إلى الأمام. بداية من الوعي الاستهلاكي وحتى التطورات التكنولوجية، يستمر سوق الحلال بالتأثر والتحرك حسب مستويات التطور الجديدة.

قد تستفيد الأطر التنظيمية من التعاون

تنسجم الأطر التنظيمية في قطاع الحلال بأنها معقدة إلى حد ما لأنها قد تختلف من منطقة إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى. تتبع الدول ذات الأغلبية السكانية المسلمة طريقة تختلف عن تلك التي تتبعها الدول ذات الأقلية السكانية المسلمة كما تميز الأطر الإقليمية مثل رابطة جنوب شرق آسيا أو مجلس التعاون الخليجي بعملية تطور هي الأخرى. يتم أيضاً تطوير المعايير وأطر العمل في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي والتي يصل عددها إلى 57 دولة.

إن المشهد التنظيمي الكامل لسوق الحلال عالمياً يمر بحالة من التحرك والتطور. ثمة تحدي كبير ينبثق عند تطور أي إطار تنظيمي خاص بسوق الحلال ويتمثل في الارتقاء بقطاعات المأكولات والمشروبات الحلال إلى نفس مستويات الامتثال التنظيمي التي يصل إليها الأمان والجودة في القطاعات الغذائية الأساسية.

وبشكل عام يتكون إطار العمل التنظيمي من العناصر التالية:

- التعريفات والإرشادات والمعايير
- التدقيق والتوثيق
- الاعتماد

ستؤدي أي طريقة أكثر تنسيقاً تديرها جهات دولية مثل مؤسسة المواصفات والمقاييس في الدول الإسلامية إلى إفادة هذا القطاع عن طريق زيادة الشفافية والتعاون بين الجهات الوطنية المختلفة. ثمة تحدي آخر يتمثل في تزايد تصنيفات الحلال الخاصة بما في ذلك تلك التصنيفات التي يتم الإعلان عنها ذاتياً. لا تخضع تلك التصنيفات الخاصة بالضرورة إلى الفحوصات المناسبة بل وتشتمل في بعض الحالات على بيانات زائفة. ينبغي مواجهة تلك المشكلة عن طريق إنشاء مؤسسات قوية على المستوى الوطني لتوفير الإرشادات الكاملة من خلال إرشادات واضحة للتدقيق والتوثيق. يعد زيادة الشفافية والوضوح في الإطار التنظيمي أحد العوامل الأساسية لكسب ثقة جميع أصحاب المصلحة وتعزيز نمو قطاع الحلال.

دخول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى سلاسل قيمة الحلال العالمية - تحدي نقل الغذاء من المزرعة إلى المائدة

لم تتم دراسة فكرة سلسلة القيمة الحلال بشكل موسع إلا في العقد الماضي. إن إدراك أن تطبيق قيم الحلال ومعايير الامتثال الخاصة بها على جميع العناصر في إحدى سلاسل القيمة المعقدة يؤدي إلى زيادة تعقيد الطريقة المتبعة في قطاع الحلال بشكل عام.

على النقيض من النظرة التقليدية المتمثلة في أن الحلال يرتبط بصفة أساسية بطرق الذبح، أصبح من المقبول بدرجة كبيرة الآن أن يتم الحفاظ على مقومات مفهوم الحلال في جميع مراحل سلاسل الإمداد بأكملها. مع ظهور التجارة العالمية، تعد سلاسل الإمداد المعقدة الآن عنصرًا معياريًا وليس استثنائيًا. ونتيجة لذلك، تزداد أهمية المشكلات المتعلقة بسلامة الغذاء الحلال من المزرعة إلى المستهلك بشكل ملحوظ.

تزداد آليات التسويق والمراسلة وبناء العلامات التجارية في قطاع الغذاء الأساسي بشكل عام بالإضافة إلى التحديات التي يواجهها أصحاب المصلحة في قطاعي المأكولات والمشروبات الحلال. تظهر سلسلة قيمة الحلال كمسألة مثيرة للتحدي وبالأخص في حالة الأغذية المعلبة ويجب أن يراعي المصنعون ومالكي العلامات التجارية جميع جوانب المنتج بداية من المزرعة وحتى وصوله إلى المائدة. يلمس المصنعون الذي يستطيعون إثبات هذا المستوى من الالتزام نجاحًا أكثر من أولئك الذين يكتفون بالنظر إلى الحلال على أنه أمر يمكن التفكير به لاحقًا أو أمر يمكن إضافته إلى منتج موجود.

إن هذه النظرة إلى سوق الحلال وأهمية الحفاظ على سلامة سلسلة القيمة بأكملها يؤدي إلى حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على فرص هائلة لتدخل إلى هذا القطاع. وتفتح مجالات الأنشطة الجديدة توقعات جديدة سواء كانت في مجالات الزراعة والمعالجة والتصنيع أو في توفير خدمات الدعم. من خلال بعض التكيف مع العمليات والتقنيات القائمة حاليًا، تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلبية متطلبات الجودة وأن تحجز لنفسها مكانًا في سلاسل الإمداد المتزايدة بتلك الأسواق الجديدة.

أنظمة الدعم القوية - دور المؤسسات

سيتم توفير مجموعة هائلة من الفرص في ضوء التوسع المستمر لسوق الحلال من حيث الحجم ودرجة التعقيد ومع احتمالية التحول إلى سوق رئيسية وإلى أنواع أخرى من السوق المراعية للبيئة والأخلاقيات. تستطيع مؤسسات دعم التجارة والاستثمار أن تسهم مساهمة قيمة في نمو أنظمتها الاقتصادية الوطنية عن طريق تطوير الخبرة داخل سوق الحلال واستخدام تلك الخبرة لتدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة بل ومساعدة الشركات الكبرى في البحث عن لعب دوري محوري في قطاع الحلال.

يمكن أن تلعب مؤسسات الترويج التجاري دورًا كبيرًا في بناء القدرات المؤسسية المناسبة لتطوير مجال الحلال على المستوى الوطني. وحتى ينجح ذلك بشكل حقيقي، يجب أن تفكر وتتصرف مؤسسات دعم التجارة والاستثمار خارج الأنماط التقليدية للأنشطة وأن تطبق طريقة أكثر استباقية لفهم سوق الحلال والانخراط فيه. تتوافر الآن أمثلة كافية في قطاع السوق الأوسع التي يمكنها توفير الرؤى والأفكار الحديثة لتطبيقها مؤسسات دعم التجارة والاستثمار في المواقف التي تواجهها.

تمتلك المؤسسات الدولية القدرة على أن تلعب دورًا أساسيًا تزداد أهميته في سوق الحلال. من الطبيعي أن يتحكم في أغلب القوى الدافعة الحالية في جميع القطاعات الفرعية بما في ذلك تطوير إطار العمل التنظيمي بواسطة أصحاب المصالح الذين لديهم أولويات خاصة بشركاتهم أو مواطنهم أو مناطقهم الإقليمية. ونتيجة لذلك، هناك مساحة لدى أي جهة دولية كي تلعب دورًا حياديًا ومتنوعًا بشكل تام من خلال اتباع طريقة شاملة تحقق الصالح العام وبالأخص في الدول الأقل نموًا.

سوق الحلال - إحدى قوى الخير الدائمة

يعمل قطاع الحلال على إعادة العنصر الأخلاقي والروحاني إلى علاقاتنا بالغذاء والتجارة. يستمر الحلال في التطور كإحدى المعلمات التي تحدد ملامح السوق. وبما أنه يقترب من الوصول إلى طاقته الكاملة، فإنه يصبح علامة على جودة وأمان المنتجات ويمثل قوة مفيدة لصالح التجارة العالمية. حتى تحصل المنتجات والخدمات على تصنيف الحلال الحقيقي، يجب أن تعتمد على علاقات تجارية واجتماعية خالية من الاستغلال ومستدامة بيئيًا بالإضافة إلى أن تكون منصفة ومفيدة لكل من المشتري والبائع.

في هذا الشأن، يعد نمو سوق الحلال بمثابة إحدى قوى الخير الدائمة. قد يصبح نمو سوق الحلال بمثابة قوة فعالة في محاربة الفقر إذا تم السعي إلى هذا النمو مع التسليح بالمعلومات وحسن النية. يستطيع نمو سوق الحلال أن يوفر فرص العمل ويحقق التوازن الاجتماعي ويحسن نمط الحياة المعيشية لدى العديد من الأشخاص في شتى أنحاء العالم.

