

RAZVOJ HALAL BIZNISA U EU ZA SLJEDEĆE DESETLJEĆE

Aldin Dugonjić

Centar za certificiranje halal kvalitete

Zagreb, Hrvatska

aldin.dugonjic@gmail.com

Suad Bećirović

Univerzitet u Novom Pazaru, Departman za ekonomske nauke,

Novi Pazar, Srbija

s.becirovic@uninp.edu.rs

Apstrakt

U izvješću koje je pripremio Bonafide Research pod nazivom „Perspektiva tržišta halal hrane i pića u Europi do 2027.“, između ostalog se navodi kako je tržište halal hrane i pića poraslo za 29 milijardi američkih dolara u razdoblju od 2016. do 2021. godine. Također, u izvješću se predviđa da će halal tržište rasti po godišnjoj stopi od 6% do 7% do 2027. godine uzrokovano rastom broja muslimana koji živi u zemljama EU. Iako se tržište užurbano razvija, primjetno je nekoliko izazova u razvoju halal tržišta koje u ovome radu analiziramo poput: regulacije, tj. standardizacije tržišta, adekvatnog visokog obrazovanja, udruženja halal industrije te umrežavanja dionika na tržištu. Rezultati ove studije pokazuju da postoji još mnogo izazova u ovim oblastima. Da bi se halal tržište adekvatno razvijalo, i da bi zemlje EU povećale svoju konkurentsku prednost u oblasti halal poslovanja, neophodno je uraditi još mnogo reformi.

Gljučne riječi: halal, tržište, izazovi, regulacija, industrija.

DEVELOPMENT OF HALAL BUSINESS IN THE EU FOR THE NEXT DECADE

Abstract

A report prepared by Bonafide Research titled “Halal Food and Beverage Market Outlook in Europe 2027” states, among other things, that the halal food and beverage market has grown by US\$29 billion between 2016 and 2021. The report also predicts that the halal market will grow at an annual rate of 6% to 7% until 2027, driven by the increase in the number of Muslims living in EU countries. Although the market is rapidly developing, several challenges are noticeable in the development of the halal market, which we analyse in this paper, such as: regulation, i.e. market standardization, adequate higher education, halal industry associations, and networking of market stakeholders. The results of this study show that there are still many challenges in these areas. In order for the halal market to develop adequately, and for EU countries to increase their competitive advantage in the field of halal business, it is necessary to carry out many more reforms.

Key word: halal, market, challenges, regulation, industry.

JEL codes: L66, L15

UVOD

Halal tržište užurbano se razvija kako zbog rasta broja muslimana tako i veće zainteresiranosti nemuslimana za halal proizvode i usluge. Najveći udio na tržištu

zauzima hrana i piće dok ostali dio otpada na financije, farmaceutsku i kozmetičku industriju, te turizam. Prema analizi IMARC grupe, trenutna vrijednost globalnog tržišta halal hrane za 2022. procjenjuje se na 2.221,3 milijardi američkih dolara. [1] Industrija hrane i pića u EU zapošljava 4,6 milijuna ljudi, ostvaruje promet od 1.121 milijardi eura. Ova industrija zapravo predstavlja jednu od najvećih prema izvješću Food Drink Europe Data & Trends 2022. (2) U 50% država članica Europske unije industrija hrane i pića je najveći poslodavac, dok oko 60% izvoza hrane i pića iz EU-a namijenjeno je jedinstvenom tržištu dok je istodobno EU najveći izvoznik hrane i pića u svijetu s izvozom izvan EU-a koji doseže 156 milijardi eura i trgovinskim suficitom od 73 milijarde eura. [2]

Uzevši u obzir gore navedeno mnogi proizvođači za svoje određene proizvode posjeduju halal certifikat kako bi zadovoljili potrebe potrošača unutar EU gdje prema procjenama Pew istraživačkog centra živi preko 25 milijuna muslimana, te pojačali izvozu konkurentnost.

Ne smije se ni zanemariti sve veći broj migracija uslijed dolaska stranih radnika. U 2022. godini u Hrvatskoj je izdan do sada najveći broj radnih dozvola – čak 124.121. Analizirajući po zemljama, najviše je izdano osobama iz Bosne i Hercegovine, Srbije, Nepala i Sjeverne Makedonije. [3]

U izvješću koje je pripremio Bonafide Research pod nazivom – Perspektiva tržišta halal hrane i pića u Europi do 2027., između ostalog se navodi kako je tržište halal hrane i pića poraslo za 29 milijardi američkih dolara u razdoblju od 2016. do 2021. godine. Također u izvješću se predviđa da će halal tržište rasti po godišnjoj stopi od 6% do 7% do 2027. godine.

Halal meso, perad i proizvodi od morskih plodova najtraženiji su proizvodi, ali i proizvodi u obliku pekara, slastica i drugih proizvoda imaju najbržu stopu rasta s nešto manje od 8% godišnje.

Ključni proizvođači na tržištu su Nestle SA, Ferrero International SA, KQF Foods, JAB Holding Company i Tahira Foods, dok najveća prodaja halal proizvoda se odvija u maloprodajnim lancima kao što su Tesco, Sainsbury's, Marks & Spencer i Waitrose koji prodaju halal hranu, uključujući meso, slastice, kruh, žitarice i grickalice. [4]

Iako je halal tržište jedno od najbrže rastućih tržišta u EU, primjetno je nekoliko izazova koje možemo klasificirati u četiri kategorije: regulacija, obrazovanje, udruživanje i umrežavanje. Ova četiri segmenta su analizirana u ovom radu koristeći sekundarne podatke, kao i prethodna istraživanja autora.

REGULACIJA HALAL TRŽIŠTA - EU HALAL STANDARD

Halal certificiranje provodi se već nekoliko desetljeća, što je rezultiralo povećanjem broja halal proizvoda i usluga na tržištu

Tijekom proteklog desetljeća došlo je do značajnog napretka u razvoju nacionalnih i međunarodnih halal standarda za razne industrije, uključujući hranu, turizam, kozmetiku i financije. Slično tome, uloženi su naponi da se uspostave standardi za halal akreditacijska tijela i procese certifikacije. Priznavanje različitih halal standarda u cijelom svijetu postiže se akreditacijom halal certifikacijskih tijela (HCB) u raznim zemljama. [5]

Vodeća halal tržišta poput Saudijske Arabije, Ujedinjenih Arapskih Emirata, Turske, Indonezije i Malezije uspostavila su svoja nacionalna akreditacija ili tijela za verifikaciju halal certifikacijskih tijela. Pa tako danas imamo Halal Center – Saudi Food and Drug Authority (SFDA), Emirates International Accreditation Center (EIAC), JAKIM iz Malezije, BPJPH iz Indonezije, MUIS iz Singapura te HAK iz Turske. [6]

Da bi poduzeće sa tržišta EU mogli izvoziti svoje proizvode na gore navedena tržišta halal certifikacijsko tijelo prolazi kroz zahtjevan proces akreditacije ili priznavanja halal certifikata na svakom pojedinačnom tržištu što zahtjeva izvjesne ljudske, logističke te financijske resurse, što povećava cijenu certificiranja te u konačnici i samu cijenu proizvoda.

Unatoč raznim naporima da se standardiziraju procesi halal certificiranja i harmoniziraju halal standardi, u čemu značajnu pozitivnu ulogu ima SMIIC (The Standards and Metrology Institute for Islamic Countries), nisu dobiveni željeni rezultate.

Za rješavanje ovog problema, treba se ugledati na priznate međunarodne standarde poput ISO standarda i djelovanja Međunarodnog akreditacijskog foruma i Sporazuma o multilateralnom priznavanju. Naime akreditacijska tijela koja su članovi Međunarodnog akreditacijskog foruma (IAF) međusobno priznaju akreditacije i potvrde koje izdaju certifikacijska/registracijska tijela akreditirana od strane članova IAF-a na osnovu međusobnog dogovora o priznavanju (Multilateral Recognition Arrangement – MLA).

U zemljama Europske unije halal tržište nije regulirano na što ukazuju sljedeće činjenice: [7]

1. U Austriji, Belgiji, Španjolskoj i Hrvatskoj islam je priznat kao ravnopravna religija, dok u ostalim zemljama članicama nije.
2. Islamske zajednice u EU su organizirane po nacionalnoj osnovi odnosno zemlji odakle vjernici potiču. Stoga se postavlja pitanje islamskog autoriteta u pojedinim zemljama i tumačenja vjerskih propisa, a za potrebe halal standardizacije obavezno je tumačenje halala te ujedno i prihvaćanje standarda od strane vjernika.
3. Halal kao standard službeno je registriran samo u Austriji (ONR 142000 *Halal* food — Requirements for the food chain) i Hrvatskoj (*HRN BAS 1049:2010* Halal hrana - Zahtjevi i mjere) pri zavodima za normizaciju. Europski odbor za normizaciju (CEN) je 2010. godine pokrenuo projekat izrade standarda za halal hranu. Na žalost, isti je bio bezuspješan.
4. Svatko tko želi može se baviti halal certificiranjem i osnovati ustanovu za halal certificiranje bez postojanja jasnih kriterija, pa tako u zemljama članicama se ne može utvrditi broj isti koji se bave izdavanjem halal certifikata. Stoga se često događaju slučajevi da se halal certifikat izda za nešto u osnovni nije halal ili halal znak pojavi na proizvodima na kojima su jasno deklarirani sastojci koji nisu halal.
5. Samoinicijativno isticanje halala – u mnogim dućanima, mesnicama ili restoranima u zemljama članicama ističe se oznaka halal ili riječ halal u namjeri privlačenja potrošača. Međutim, kod većine postupak certificiranja nije izvršen te isti nisu nositelji validnog halal certifikata.

Da je potrebna regulacija halal tržišta EU ukazuje i činjenica uvoza proizvoda iz OIC zemalja među kojima su mnogi od njih halal certificirani, a za koju zapravo ne postoji nikakva verifikacija (akreditacija) u smislu dodatne zaštite potrošača kao što je to u slučaju izvoza halal proizvoda na tržišta OIC zemalja. Uzmimo, na primjer, vrijednost uvoza iz Turske u Europsku Uniju u 2022. godini koji je iznosio 103 milijarde dolara. [8]

U Europskoj uniji u kojoj su mnoge sfere života detaljno regulirane, pitanje halal tržišta nije regulirano. Uzimajući u obzir gore navedeno, ukazuje se potreba za institucionalnom izradom i registracijom standarda za proizvode, certificiranje i akreditaciju u suradnji sa Institutom za standardizaciju i mjeriteljstvo za OIC zemlje (SMIIC).

VISOKO OBRAZOVANJE

Da bi se jedan koncept poslovanje uspješno razvijao, neophodno je upoznati taj koncept, pa ga poslije dalje razvijati. Koncept života prema islamskim pravilima postoji već 1400 godina. Kada pitamo prosječnog muslimana o „halalu“ (dozvoljenom) i „haramu“ (zabranjenom) u većini slučajeva se dobija odgovor da su alkohol i svinjsko meso zabranjene i da se ne smije konzumirati hrana i piće sa ovim sastojcima. Čak i većini muslimana, nisu poznati detaljnije odredbe, jer pitanje životnog stila prema islamskim normama tiče se i drugih sfera života. Razlog za ovo stanje jeste u tome što u zajednici muslimana u EU možemo pronaći vrhunske stručnjake iz različitih oblasti, ali oni tokom svog školovanja nisu mogli naučiti pravila, koja se tiču halal proizvoda. Tako, kada govorimo o obrazovanju, neophodno je da se muslimani upoznaju sa konceptom halala, pa i nemuslimani, zato što ova druga kategorija je aktivno uključena kod ponude halal proizvoda, pa je neophodno poznavati osnovna pravila vezano sa ovim.

Analizom ponude studijskih programa na nivou osnovnih, master i doktorskih studija, uočili smo da postoji trend ponude master studija u islamskim financijama. Postoji nekoliko univerziteta u Velikoj Britaniji koji nude master studije iz oblasti islamskih financija, što je u skladu sa ciljem ove zemlje da postane čvorište za islamske financije u Europi. Također, u drugim europskim zemljama poput Švicarske i Bosne i Hercegovine postoje master studije iz islamskih financija. Ali, u zemljama EU nismo pronašli studijske programe iz oblasti halal poslovanje.

Mislimo da postoji velika potreba sa takvim programima. Da bi se riješio ovaj problem, predlažemo da se prvo uvodi predmet „Halal certificiranje“ na osnovnim i master studijama. Srednjoročni cilj bi trebao biti razvoj studijskog programa na nivou master studija, koji bi sadržao predmet islamsko pravo, upravljanje tehnološkim procesima, menadžment kvaliteta, islamske financije i slične predmete.

ASOCIJACIJA HALAL INDUSTRIJE

Da bi se postigli ciljeve od opće koristi, neophodno je imati udruženje koje će lobirati za određene interese kod zastupnika u parlamentima na svim nivoima. To pravilo važi na nacionalnom nivou, tj. Na nivou države, pa i na supranacionalnom nivou, tj. kod

institucija Europske Unije. Svjesni smo da se unutar Europske Unije pojedine interesne grupe uspješno lobiraju protiv određenih odredbi koje se odnose na halal poslovanje, prije svega sa aspekta klanja životinja prema halal i košer pravilima. Zato je neophodno široj javnosti, a posebno donosiocima odluka, objasniti da su halal pravila i u skladu sa naučnim standardima i da ne štete niti ljudima, niti životinjama ili prirodi. Da bi se postigao ovaj cilj, neophodno je formirati asocijaciju/udruženje halal industrije na nivou zemalja EU kao nevladina, neprofitna organizacija radi postizanja ovih ciljeva. Na žalost, prema dostupnim informacijama, nismo uspjeli pronaći takvo udruženje na nivou EU.

Ciljevi asocijacije bi trebali biti usmjereni prema:

- Stvaranje prihvatljivih uvjeta za razvoj halal tržišta u EU.
- Zaštiti potrošača i proizvođača Halal proizvoda
- Suočavanju i opovrgavanju dezinformacija.
- Promociji EU halal industrije na međunarodnoj pozornici kroz sudjelovanje na sajmovima i konferencijama.
- Privlačenju poslovnih ulaganja
- Lobiranju i zastupanju interesa prema institucijama EU.

Jedan od dobrih primjera u zemlja u regiji je osnivanje Udruženja halal industrije pri Privrednoj komori Federacije Bosne i Hercegovine je osnovao 2015. godine. Udruženje broji preko 50 članova čiji je cilj zastupanje interesa članica u uređenju halal tržišta te otvaranju novih. [9]

POSLOVNO UMREŽAVANJE

Umrežavanje je proces povezivanja i izgradnje odnosa. Iako postoji više vrsta umrežavanja, a u zadnjih nekoliko godina sve više onlajn, ovdje ćemo se fokusirati na organizaciju poslovnih događaja u Europskoj uniji.

Da se halal tržište izuzetno razvija potvrđuje i organizacija Anuga Halal Market koji će se održati u sklopu vodećeg svjetskog sajama hrane i pića Anuga od 7. do 11. listopada 2023. [10] Osim organizacije Halal Business Forumu u Zagrebu, Hrvatska koji prema službenoj internet stranici organizatora predstavlja najsnažniju interaktivnu halal poslovnu platformu u Europskoj uniji, ne postoji značajani poslovni događaj koji isključivo okuplja halal industriju. [11] Jedan od pokušaja je bila organizacija Halal Expo Europe u Eindhovenu u Nizozemskoj čije se zadnje izdanje održalo u 2017. godine. [12]

Treba također izdvojiti i poslovni događaj u zemljama Jugoistočne Europe povezanih uz halal industriju Sarajevo halal sajam koji je ove godine održan po treći puta u organizaciji Bosna Bank International d.d. Sarajevo i Agencije za certificiranje halal kvalitete, pod pokroviteljstvom Rijasetu Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini i uz strateško partnerstvo sa Ministarstvom privrede Kantona Sarajevo, ugostio je 56 kompanija – izlagača iz 12 zemalja širom svijeta, odražavajući veliki interes i podršku poslovnih zajednica iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Srbije, Albanije, Velike Britanije, Saudijske Arabije, Sjedinjenih Američkih Država, Turske, Indonezije, Malezije, Jordana i Libije. [13]

ZAKLJUČAK

Halal način života postoji već duže od 1400 godina. Ovaj koncept je poznat u Europi već duže od 1300 godina, dolaskom muslimana na Iberijski poluotok. Međutim, moderni način života i industrijalizacija proizvodnje, koji je vrlo izražen u zemljama EU, vode do novih izazova koje treba rješavati.

Prema svim mjerljivim parametrima halal tržište se intenzivno razvija. Sve veći broj muslimana živi u zemljama Europske unije. Veliki broj potrošača halal proizvoda je ispod 30 godina, sa značajnim rastom ličnih prihoda. Velike multinacionalne kompanije su prepoznale ovaj trend, pa nude sve veći broj proizvoda sa oznakom „halal“.

Iako je Europska unija veliki izvoznik halal proizvoda, na halal se i dalje gleda nešto što je „egzotično“, što je samo potrebno za prodaju proizvoda u neke zemlje sa muslimanskom većinom. Zaboravlja se na „svoje“ muslimane. Ali, halal poslovanje nudi veliki potencijal različite branše unutar Europske ekonomije. Da se ovaj segment ekonomije razvijao u pravome smjeru, neophodno je izraditi i registrirati jedinstveni standard za proizvode, što bi dovelo do stvarne standardizacije procesa certificiranja i akreditacije. Trenutni sistem dozvoljava prevelik broj zloupotreba, pa se može naći oznaka „halal“ na proizvodima, koji jasno sadrže zabranjene materije u sebi. Da bi se znanje o halalu proširilo, neophodno je uspostaviti predmete i studijske programe na univerzitetima. Na ovaj način bi se i akademija više uključila u problematiku i razvijali bi se nova rješenja iz ove oblasti. Neophodno je i formirati udruženja potrošača i poslodavaca, koji bi donosiocima odluka ukazali na potrebu postojanja halal proizvoda. Ovo se može postići kroz organizaciju događaja namijenjenih halal industriji.

BIBLIOGRAFIJA

1. IMARC Group (n.d.). Halal Food Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2023-2028. <https://www.imarcgroup.com/halal-food-market>.
2. <https://www.fooddrinkeurope.eu/wp-content/uploads/2023/01/FoodDrinkEurope-Data-Trends-2022-digital.pdf>
3. <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/rekordan-broj-stranih-dozvola-u-2022-najvise-iz-zemalja-u-okruzenju-i-nepalaca-148385>
4. <https://www.giiresearch.com/report/bon1123871-europe-halal-food-beverage-market-outlook.html>
5. Abdallah, A., (2021): Has the Lack of a Unified Halal Standard Led to a Rise in Organised Crime in the Halal Certification Sector?, *Forensic. Sci.* 1(3) 181–193.:<https://www.mdpi.com/2673-6756/1/3/16>.
6. Dugonjić, A. Mešić E. (2023): Halal accreditation requirements from the perspective of halal certification bodies, *JOURNAL OF HALAL QUALITY AND CERTIFICATION* br. 1., 2023., str. 108. Online izdanje <https://congress.halal.ba/#journal> ISSN 2831-1477.
7. Dugonjić, A. (2019): Halal standard po mjeri čovjeka, *Islamska zajednica u Hrvatskoj*, Zagreb, Republika Hrvatska: str. 73-77.

8. <https://www.statista.com/statistics/1045891/share-of-exports-to-the-eu-in-total-export-trade-of-turkey/>
9. <https://www.halal.ba/index.php/ba/vijesti/vijesti-1/vijesti-3/item/302-udru%C5%BEenje-halal-industrije>
10. <https://www.anuga.com/events/events-on-site/anuga-halal-market/>
11. <https://halal.hr/otvorene-prijave-za-3-halal-business-forum>
12. <https://www.halalexpoeeurope.com/>
13. Bosna Bank International, Sarajevo Halal Fair, Postsajamski izvještaj, Kolovoz, 2023. Sarajevo.
14. Plojović, S., Bećirović, S., Plojović, S., & Ujkanović, E. (2017). Izazovi u kontroli i sprovođenja Halal standarda. *Ekonomski izazovi*, 6 (12), 12-18. <https://doi.org/10.5937/EkoIzazov1712012P>
15. Aniqoh, Nur Aini Fitriya & Hanastiana, Metta. (2020). Halal Food Industry: Challenges and Opportunities in Europe. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*. 2. 43. 10.21580/jdmhi.2020.2.1.5799.
16. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6718994/>
17. <https://www.giiresearch.com/report/bon1123871-europe-halal-food-beverage-market-outlook.html>
18. <https://ukrhalal.org/en/members-of-the-association/>
19. <https://www.anuga.com/events/events-on-site/anuga-halal-market/>

RESUME

The halal market is rapidly developing due to both the growing number of Muslims and the greater interest of non-Muslims in halal products and services. The largest share of the market is occupied by food and beverages, while the rest is accounted for by finance, the pharmaceutical and cosmetic industry, and tourism. According to analysis by IMARC Group, the current value of the global halal food market in 2022 is estimated at 2,221.3 billion US dollars. Although the halal market is one of the fastest growing markets in the EU, there are several challenges that can be classified into four categories: regulation, education, association and networking. These four segments are analysed in this paper titled "Development of the halal business in the EU in the next decade" using secondary data, as well as the authors' previous research. According to all measurable parameters, the halal market is developing intensively in the European Union. An increasing number of Muslims live in the countries of the European Union. A large number of consumers of halal products are under 30 years old, with significant growth in personal income. Large multinational companies have recognized this trend, so they offer an increasing number of products with the "halal" label.

Although the European Union is a major exporter of halal products, halal is still seen as something "exotic" and only necessary for selling products to some Muslim-majority countries. But the Muslims from EU countries are often ignored. Halal business offers a great potential of a different branch within the European economy. If this segment of the economy was to develop in the right direction, it is necessary to create and register a unique standard for products, which would lead to real standardization of the certification and accreditation process. The current system allows too many abuses, so you can find the label "halal" on products that clearly

contain prohibited substances. In order to spread knowledge about halal, it is necessary to establish subjects and study programs at universities. In this way, the academy would become more involved in the issue and new solutions would be developed in this area. It is also necessary to form associations of consumers and producers, which would point out the need for halal products to decision makers. This can also be achieved through the organization of events aimed at the halal industry.