



"İQTİSADI İSLAHATLAR" elmi-analitik jurnal

AZƏRBAYCANDA İSTEHLAKÇILARIN HALAL SƏNAYE MƏHSULLARINA MÜNASİBƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ



№ 2(11)-2024
səh. 123-139

Nigar ƏLƏSGƏROVA
İqtisadiyyat Nazirliyi İqtisadi Elmi Tədqiqat İnstitutu
baş elmi işçi

DOI: <http://doi.org/10.30546/2790-2196.2.11.2025.1023>



AZƏRBAYCANDA İSTEHLAKÇILARIN HALAL SƏNAYE MƏHSULLARINA MÜNASİBƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Nigar ƏLƏSGƏROVA

İqtisadiyyat Nazirliyi İqtisadi Elmi Tədqiqat İnstitutu

baş elmi işçi

XÜLASƏ

Halal sənaye, dünyanın hər yerində müsəlman istehlakçıların yaratdığı tələbə əsasən sürətlə böyüyən bir bazara çevrilmişdir. Müsəlman əhalinin artım proqnozları da bu sahələrə tələbatın artacağını deməyə imkan verir. Məqalədə perspektivli sahə hesab olunan halal sənayenin mahiyyəti şərh edilmiş, beynəlxalq hesabatların məlumatlarından istifadə edilərək artım tempi, ölkələrin halal məhsullar bazarında mövqeyi təhlil olunmuşdur. Tədqiqat zamanı Azərbaycanda istehlakçıların halal sənaye/halal sertifikatlı məhsullara münasibəti qiymətləndirilmişdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün sorğu keçirilmiş və əldə olunan nəticələr deməyə imkan verir ki, respondentlər ölkədə halal sənaye sahələrinin inkişafını dəstəkləyirlər. Lakin halal sənaye barədə respondentlərin məlumatlılıq səviyyələri və halal sertifikatlara inamları yüksək deyil.

Açar sözlər: halal sənaye, halal qida, müsəlman əhali, halal sertifikatlar, sorğu

JEL kodu: L60, L59, L69, L80

GİRİŞ

İqtisadiyyatın inkişaf edən və gələcək üçün perspektivli hesab olunan sahələrindən biri sertifikatlaşdırılmış halal məhsullar bazarı və ya halal sənayedir. Bu, istehlakçıların sayının artması ilə birlikdə inkişaf edən bir ekosistemdir. Hazırda dünyada istər müsəlman, istərsə də, qeyri-müsəlman əhali arasında islam maliyyəsinə başqa, digər halal sənaye məhsullarına, xüsusilə halal qida məhsullarına tələbat artmaqdadır. Çünki bu məhsullar öz faydalılığı, təhlükəsizliyi və insan orqanizmi üçün zərərsiz olması ilə həm müsəlman, həm də qeyri-müsəlman müştəriləri özünə cəlb edir.

Beynəlxalq qurumların verdiyi proqnozlara görə, 2010-2050-ci illərdə dünya əhalisi 35% artımla 9,3 milyard nəfərə çatacaqdır. Qeyd edək ki, bu dövrdə müsəlmanların artım tempi 73% olacağı və 2,8 milyard nəfərə çatacağı proqnozlaşdırılır [6]. Bu proqnozlar gələcək dövrlərdə halal məhsullara olan tələbatın daha da artacağını deməyə əsas verir.

Bu tədqiqatın məqsədi də Azərbaycanda halal sənaye sahələrinin inkişaf imkanlarını və istehlakçıların bu sahəyə olan münasibətini öyrənməkdir. Qeyd edək ki, islam iqtisadiyyatının araşdırılması həm Qərbdə, həm də Şərqi tədqiqatçıların diqqət mərkəzindədir. XX əsrin ikinci yarısında bir çox tədqiqatçıların əsas diqqəti islam iqtisadi modelinin nəzəri konsepsiyasının

öyrənilməsinə yönəlsə də, son dövrlər tədqiqat işləri əsasən islam maliyyəsi və alətlərinin mahiyyəti, islam bankları ilə kommersiya banklarının fərqi, faiz məsələləri, tə kafül, islam maliyyəsinin inkişaf səviyyəsinin təhlili kimi bir sıra məsələlərin araşdırılmasına yönəldilibdir.

Həmçinin Azərbaycanda da, say etibarilə az olsa da, aparılan araşdırmalar daha çox islam maliyyə sistemi, islam banklarının fəaliyyətinə həsr olunub. Lakin hazırkı dövrdə xarici tədqiqatçılar öz işlərində islam maliyyəsi ilə yanaşı, digər halal sənaye sahələrinin mahiyyəti, iş prinsipi, inkişafı və s. məsələlərin araşdırılmasına da yer veriblər. Bu məqalədə isə halal sənayenin mahiyyətini açmağa, inkişaf tendensiyasını öyrənməyə, həmçinin sorğu əsasında ölkə istehlakçılarının bu sahəyə münasibətini qiymətləndirməyə çalışılmışdır.

GLOBAL HALAL SƏNAYENİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİ

Halal termini mənaca icazə verilən, şəriət prinsiplərinə uyğun deməkdir. Bu nöqtəyi nəzərdən Halal sənaye dedikdə - məhsul və xidmətlərin istehsalı və bölgüsünün bütün mərhələlərində şəriət prinsiplərinə əməl olunması başa düşülür [13].

Malayziyanın 2011 və 2012-ci il Ticarət Təsviri (Halal Tərif) Əmrinə əsasən, halal qida və ya məhsul aşağıdakı kimi müəyyən edilmişdir:

- tərkibində şəriət qanunları ilə müsəlmanlar tərəfindən istehlak edilməsi qadağan edilən heyvan əti və hissələri olmamalıdır. Məhsulun tərkibinə heyvan əti daxil olarsa, şəriət qanunlarına və fətveyə əsasən kəsilməlidir;
- islam şəriətinə və fətvasına görə məhsulun tərkibində heç bir murdar/nəcis olmamalıdır;
- tərkibində spirtli içkilər olmamalıdır;
- zəhərli və sağlamlıq üçün təhlükəli olmamalıdır;
- şəriətlə qadağan olunmuş məhsul və tara ilə təmasda olmamalıdır [7].

Bu gün Halal sənayeyə tək qida məhsulları deyil, insan həyatının müxtəlif aspektlərini əhatə edən digər sektorlar da daxildir. Halal sənaye dedikdə, buraya - islam maliyyəsi ilə yanaşı, halal qida məhsulları və içkilər, əczaçılıq, kosmetika, turizm, moda, media, əyləncə və s. aiddir.

- Halal qida - halal sənaye sahələri arasında islam maliyyəsidən sonra əsas yeri tutur. Halal qida dedikdə, islami qida standartlarına cavab verən qidalar nəzərdə tutulur. Başqa sözlə, halal qidaların tərkibində müsəlmanlar üçün qadağan edilmiş heç bir əlavə olmamalıdır;
- Halal turizm - yeni turizm anlayışı olub, ümrə və həcc ziyarətini nəzərdə tutmur. Halal turizm əsasən islami inanlı insanları hədəf alır. Lakin ədalətli qiymət, təhlükəsizlik, gigiyena və s. kimi bir çox səbəblərə görə müsəlmanlarla yanaşı, qeyri-müsəlmanlar üçün də cəlbəedici ola bilər. Halal turizm bir anlayış olaraq turizm nəzəriyyəsi və praktikasında "şəriət turizmi", "müsəlman dostu turizmi" kimi müxtəlif ad və mənalarla istifadə edilmişdir. Halal turizmin komponentləri ənənəvi turizmin komponentlərinə analoji olsa da, burada şəriət prinsiplərinə əməl olunması tələb olunur [6];
- Halal kosmetika - tərkibində donuz, leş, qan, insan bədən üzvləri, caiz olmayan heyvanlar, sürünənlər və böcəklərdən əldə edilən maddələr olmamalıdır. Caiz kosmetik

maddələrin halal sayılması üçün həmin heyvanlar İslam şəriətinə əsasən kəsilməlidir. Halal kosmetik məhsulların hazırlanması, emalı, istehsalı, saxlanması və daşınmasında, texniki xidmətdə gigiyena və təmiz şərait hər zaman təmin edilməlidir [2];

- Halal ərzaqlıq - islam dinində icazə verilən mənbələrdən: heyvanlardan, bitkilərdən, üzvi və ya qeyri-üzvi maddələrdən şəriət prinsiplərinə uyğun istehsal və ekstraksiya üsulu ilə əldə edilən dərman məhsullarıdır. Halal ərzaqlıq məhsulları tərkibində haram əlavələr ehtiva etməməklə yanaşı, həm də, İslam qanunlarına görə təmiz (yəni, standart proses və prosedurlara əsaslanaraq istehsal olunan) hesab edilməlidir [8];
- Moda - qlobal moda sənayesinin İslam qanunları ilə idarə olunan bir qoludur. Bu moda sənayesi müsəlmanların həyat tərzini olub, böyüməyə davam edən bir sahədir. Halal və ya təvazökar moda geyimdə şəriət prinsiplərinə əməl olunan və halal yaşayış tərzinə çevrilən geyim formasıdır. Moda məhsullarının halallığı istifadə olunan xammalın, istehsal və saxlama proseslərinin halallığından, haram və natəmiz materiallarla qarışdırılmamasından asılı olmaqla yanaşı, paylanma prosesinin ədalət prinsipinə uyğun olmasının da təmin edilməsidir [4];
- Media və əyləncə - islam mədəniyyəti, dəyərləri və həyat tərzini əsas diqqət mərkəzində olan məsələlərdir. Yəni halal media və əyləncə dedikdə daha çox islami mövzulara, islam mədəniyyəti, dəyərləri və müsəlmanların həyat tərzinə uyğun filmlər, televiziya şouları, mini seriallar və onlayn kontent nəzərdə tutulur [14].

Hazırda dünyada istər müsəlman, istərsə də qeyri-müsəlman əhali arasında halal sənaye məhsullarına, xüsusilə qida məhsullarına tələbat artmaqdadır. "State of the Global Islamic Economy Global-2023/24" hesabatında təqdim olunan məlumatlara əsasən, 2022-ci ildə 2 milyard müsəlman halal sənaye məhsullarına 2.29 trilyon ABŞ dolları ekvivalenti vəsait xərcləyib. Hesabata əsasən müsəlman istehlakçıların xərclərinin 2027-ci ilə qədər 3,1 trilyon ABŞ dollarına çatacağı proqnozlaşdırılır [1].

Aşağıdakı cədvəl 1-də 2022-ci ildə halal sənaye məhsullarına xərclənən vəsait və proqnozlar barədə məlumatlar əks olunub.

Cədvəl 1. Halal sənaye məhsullarına xərclənən vəsait

Göstəricilər	2022-ci il	Artım tempi, %-lə	2027-ci ilə dair proqnoz
Halal qida	1.4 trln.ABŞ dolları	9.6	1,89 trln.ABŞ dolları
Turizm	133 mlrd. ABŞ dolları	17	174 mlrd. ABŞ dolları
Kosmetika	84 mlrd. ABŞ dolları	14.3	129 mlrd. ABŞ dolları
Media/əyləncə	247 mlrd. ABŞ dolları	6.4	344 mlrd. ABŞ dolları
Ərzaqlıq	108 mlrd. ABŞ dolları	7.8	142 mlrd. ABŞ dolları
Moda	318 mlrd. ABŞ dolları	8.4	428 mlrd. ABŞ dolları

Mənbə: State of the Global Islamic Economy Global-2023/24

Sözgedən hesabatə əsasən, 2021-ci illə müqayisədə 2022-ci ildə halal sənaye məhsullarının xarici ticarət dövriyyəsində qida və moda artım nümayiş etdirən

kateqoriyalardan olub. Belə ki, halal qida sektorunda 1,77%, moda sektorunda isə 11,97% artım qeydə alınmışdır. 2021-ci ildəki 40,25% artımdan sonra (vaksin tələbatına görə), 2022-ci ildə ərzaqlıq məhsullarının həcmində -30,92% azalma müşahidə olunmuşdu. Həmçinin kosmetika sektorunda da 3,25% azalma qeydə alınmışdır [1].

2022-ci ildə İslam Əməkdaşlıq Təşkilatının (İsƏT) əsas ixracatçılar və idxalçıları barədə göstəricilər aşağıdakı Cədvəl 2-də verilmişdir:

Cədvəl 2. İsƏT əsas ixracatçıları və idxalçıları

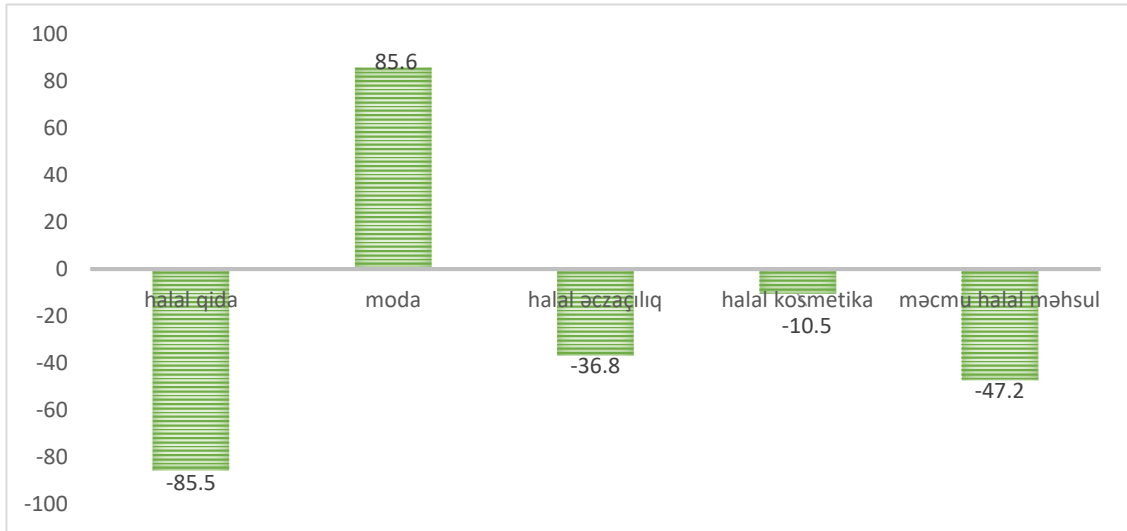
İxracatçılar (İsƏT dövlətlərinə)	Milyard ABŞ Dolları	İsƏT-in aparıcı idxalçıları	Milyard ABŞ Dolları
Çin	31.81	BƏƏ	32.21
Hindistan	26.37	Səudiyyə Ərəbistanı	31.69
Brazilya	20.85	Türkiyə	31.45
ABŞ	20.76	İndoneziya	30.29
Türkiyə	16.34	Malayziya	28.99
Rusiya	15.21	Misir	21.05
Fransa	15.02	İraq	13.68
İndoneziya	13.38	Əlcəzair	12.56
Argentina	12.49	Morokko	11.89
Avstraliya	11.13	Banqladeş	9.0

Mənbə: State of the Global Islamic Economy Global-2023/24

Ümumilikdə İsƏT ölkələrində idxal 2021-ci ildəki 370 milyard ABŞ dolları həcmindən 2,91% azalaraq 359 milyard ABŞ dolları olmuşdur. Bu azalmanın səbəblərindən artan inflyasiya, əmtəə qiymətlərinə geosiyasi münaqişələr və s.-ni qeyd etmək olar. Lakin proqnozlar müsbətdir. Belə ki, İsƏT ölkələrinin halal məhsul idxalının illik 7,6% artım tempi ilə 2027-ci ildə 492,4 milyard ABŞ dollarına çatacağı proqnozlaşdırılır [1].

İslam iqtisadiyyatı sektorları üzrə 2022-ci ilin ticarət balansı aşağıdakı qrafikdə verişmişdir:

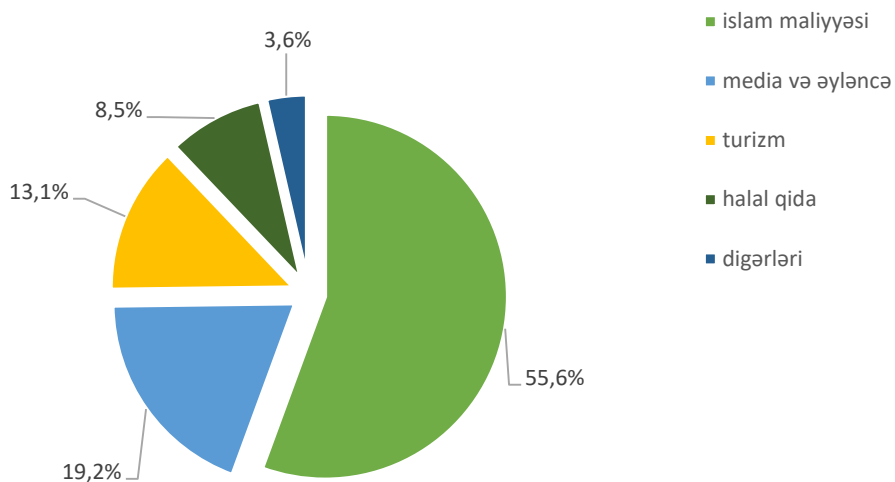
Qrafik 1. İSƏT-in İslam iqtisadiyyatı sektorları üzrə ticarət balansı (İdxal çıxılmaqla)



Mənbə: State of the Global Islamic Economy Global-2023/24

Halal sənaye sektorlarına 2022/23-cü illərdə yönəldilmiş investisiyaların 55,6%-i İslam maliyyəsinin, 19,2%-i isə media və əyləncə sektorunun payına düşür (Qrafik 2).

Qrafik 2. Halal sənaye sektorları üzrə investisiya qoyuluşları



Mənbə: State of the Global Islamic Economy Global-2023/24

Tədqiq edilən dövrdə halal qida, moda və əczaçılıq sektorları üzrə investisiya sövdələşmələrinin məcmu dəyərində azalma, digər sahələrdə isə artım tempi müşahidə olunmuşdur (Cədvəl 3).

Cədvəl 3. Halal sənaye sektori üzrə açıqlanan investisiya sövdələşmələrinin dəyəri, ABŞ dolları ilə

	2021/22	2022/23
halal qida	3.96 milyard	2.2 milyard
islam maliyyəsi	2.19 milyard	14.4 milyard
halal turizm	7.8 milyon	3.4 milyard
moda	1.5 milyard	129 milyon
halal əczaçılıq	1.1 milyard	702 milyon
halal kosmetika	90 milyon	99 milyon
media və əyləncə	2.4 milyard	4.98 milyard

Mənbə: State of the Global Islamic Economy Global-2023/24

Həmçinin "State of the Global Islamic Economy Global-2023/24" hesabatına əsasən həm qlobal islam iqtisadi indikatoruna (GIEI) görə, həm də, ayrı-ayrı sektorlar üzrə ölkələrin sıralanmasına görə aşağıdakı kimidir (cədvəl 4).

Cədvəl 4. Qlobal islam iqtisadi indikatoruna görə ölkələrin sıralanması

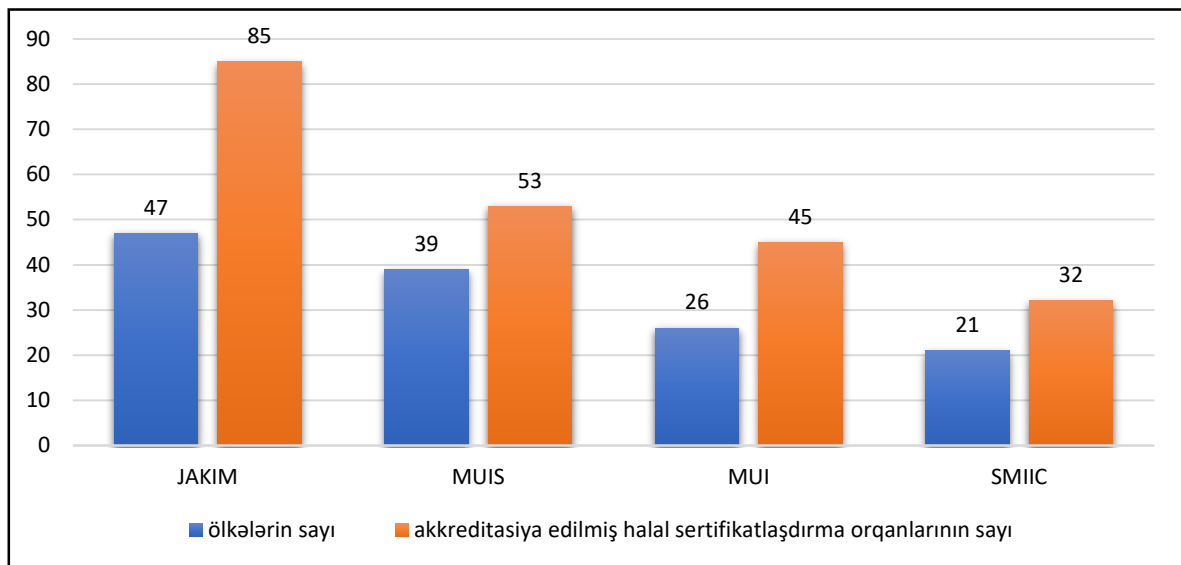
Ölkələr	GIEI	İslam maliyyəsi	Halal qida	Turizm	Moda	Media və əyləncə	Əczaçılıq və kosmetika
Malayziya	193.2	408.7	128.0	99.4	73.6	74.4	73.9
Səudiyyə Ərəbistanı	93.6	194.9	48.5	99.7	34.3	37.5	34.3
İndoneziya	80.1	93.2	94.4	60.7	66.3	52.4	58.6
BƏƏ	79.8	115.7	59.2	136.2	51.3	44.5	41.3
Bəhreyn	75.0	125.1	55.0	88.1	33.4	49.6	38.5
İran	74.6	159.8	41.2	65.7	20.5	24.2	33.1
Türkiyə	74.0	46.1	85.1	161.8	86.2	46.0	52.6
Sinqapur	62.7	52.2	67.7	50.3	64.3	72.6	79.9
Küveyt	60.2	123.6	42.2	28.7	20.0	26.8	29.2
Qətər	57.1	74.4	49.7	60.4	37.4	63.3	37.2
İordaniya	52.2	65.6	49.4	88.3	22.1	26.3	39.9
Oman	50.0	78.7	48.3	48.0	20.1	24.4	26.3
Pakistan	47.5	69.6	51.4	38.4	27.5	17.2	28.6
Cənubi Afrika	44.7	51.1	53.8	25.3	32.4	31.9	43.2
Birləşmiş Krallıq	44.7	46.0	43.7	28.1	47.7	54.4	48.2

Mənbə: State of the Global Islamic Economy Global-2023/24

Cədvəldən göründüyü kimi, Malayziya GIEI üzrə birinci sırada gəlir və ardıcıl 10-cu ildir ki, bu birinciliyi qoruyub saxlayır. Malayziyanın öndə olduğu sektorlar – islam maliyyəsi, halal qida, media və əyləncədir. Malayziyadan sonra Səudiyyə Ərəbistanı, İndoneziya və BƏƏ gəlir. 2022-ci ildə İndoneziya yüksələrək 3-ci pillədə qərarlaşıb. İlk 15-liyə yeni daxil olanlar arasında Cənubi Afrika, çıxanların arasında isə Qazaxıstan var. Türkiyə isə ötən dövrlə müqayisədə iki pillə geriləyərək 7-ci yerdə qərarlaşıb [1].

Halal sənayedə aktual məsələlərdən biri də standartlaşdırma problemidir. Bu gün dünyada vahid halal standartı yoxdur. Hazırda "Standards and Metrology Institute for Islamic Countries" (SMIIC), Malayziya (JAKIM), İndoneziya (MUI) və Sinqapur (MUIS) standartları əsas halal standartlardan sayılırlar.

Qrafik 3. Halal standartlarının qlobal tanınması



Mənbə: Halal Standards Globally: A Comparative study of unities and diversities among the most popular halal standards globally

Qeyd olunan halal standartların qlobal aləmdə tanınması, müxtəlif ölkələrdə halal sertifikatlaşdırma orqanlarının akkreditasiyası ilə müəyyən edilir. Statistika əsasında, 2020-ci ildə JAKIM akkreditasiyası 47 müxtəlif ölkədə maksimum sayda olmaqla, 85 halal sertifikatlaşdırma orqanları tərəfindən alınıb. Sinqapur və İndoneziya isə müvafiq olaraq 2-ci və 3-cü yerdə qərarlaşıblar. SMIIC standartı isə bu sıralamada sonuncu sırada yer almışdır [3].

AZƏRBAYCANIN HALAL MƏHSULLAR BAZARINDA MÖVCUD VƏZİYYƏT

İnkişaf etmiş halal sənaye sahələri dedikdə, islam maliyyəsi, halal qida, turizm, əcazılıq, kosmetika, moda, media və əyləncə kimi sektorlar nəzərdə tutulur. İslam maliyyəsi istisna olmaqla, bu sahələr Azərbaycan üçün yeni deyil və ölkədə bu sahədə iş aparılır. Sadəcə bu sektorlarda fəaliyyət şəriət prinsipləri ilə deyil, ənənəvi qaydada idarə olunur.

Azərbaycanda hazırkı dövrdə bəzi qida məhsullarına halal sertifikat nişanları verilsə də, halal və ya halal olmayan məhsul istehsalının ayrıca statistikasi, uçotu aparılmır. Bu səbəbdən

də, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən, ölkəmizdə sözügedən halal sənaye sahələrinə alternativ sahələrin inkişaf dinamikasını əks etdirən göstəricilər aşağıdakı cədvəldə əks olunmuşdur.

Cədvəl 5. Sənaye məhsulunun (işlərin, xidmətlərin) dəyəri, müvafiq illərin cari qiymətləri ilə, milyon manat

	2019	2020	2021	2022	2023
Qida məhsulları istehsalı	3584.8	3884.3	4495.6	4890.9	4547.6
İçki istehsalı	433.1	427.6	490.9	563.0	703.1
Geyim istehsalı	111.7	112.8	130.0	162.3	125.2
Toxuculuq sənayesi	304.3	240.9	369.5	388.6	372.3
Dəri və dəri məmulatları, ayaqqabı istehsalı	21.8	25.8	22.3	25.3	24.8
Əczaçılıq məhsulları istehsalı	3.5	7.2	10.4	16.4	21.1
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin həcmi	3704.9	1386.7	1939.7	3878.8	5002,2*
Qəbul edilmiş turistlərin sayı (nəfər)	30950.0	2304.0	1848.0	9493.0	11232.0
Göndərilmiş turistlərin sayı (nəfər)	68557.0	5901.0	14476.0	22308.0	39113.0

Mənbə: DSK

Halal məhsullar bazarından danışan zaman standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma məsələləri əsas diqqət yetirilən məqamlardır. Azərbaycanda İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Xidmətinin tabeliyində olan Azərbaycan Standartlaşdırma İnstitutu tərəfindən qəbul olunmuş halal standartlar aşağıdakılardır.

Cədvəl 6. Azərbaycanda qəbul olunmuş halal standartlar

Standartın işarəsi və nömrəsi	Standartın adı
AZS 372-2012	Halal ət məhsullarının istehsalı, daşınması, saxlanması və satışı üzrə ümumi tələblər
AZS 386-2012	Halal termininin istifadəsi üzrə ümumi qaydalar
AZS 757-2014	Halal məhsulların sertifikatlaşdırma qaydaları
AZS TSE K-202:2014	Halal Kosmetika
AZS OIC/SMİIC 1:2022 (OİC/SMİİC 1:2019)	Halal qida üçün ümumi tələblər
AZS OIC/SMİIC 2:2022)	Uyğunluğun qiymətləndirilməsi, halal sertifikatlaşdırmanı həyata keçirən orqanlar üçün tələblər
AZS OIC/SMİIC-3:2014	Halal sertifikatlaşdırma orqanlarını akkreditasiya edən halal akkreditasiya orqanı üçün rəhbəredici sənəd

Mənbə: [AZS dövlət standartlarının kataloqu](#)

Azərbaycanda halal məhsulları istehsal edən müəssisələrə tələblər OIC/SMIIC-1:2019 "HALAL Qida üzrə tələblər" standartı tənzimlənir. Bu standart özündə İslami qaydaları, ISO 22000 Qida Təhlükəsizliyi İdarəetmə Sistemi üzrə tələbləri və qida təhlükəsizliyi üzrə tələbləri əhatə edir.

Hazırda halal sertifikatların verilməsi bir neçə qurum tərəfindən həyata keçirilir. Onlardan biri də "AzeSERT HALAL" halal sertifikatlaşdırma orqanıdır. 2014-cü ildən fəaliyyət göstərən qurum 2024-cü ildə Türkiyə Respublikasının Halal Akkreditasiya Qurumu (HAK) tərəfindən akkreditasiya olunub. Akkreditasiya tələbləri İslam Ölkələrinin Standartlar və Metrologiya İnstitutunun (SMIIC) "OIC/SMIIC 2:2019 Uyğunluğun qiymətləndirilməsi "HALAL" sertifikatlaşdırmanı həyata keçirən qurumlar üçün tələblər" standartının əsasında həyata keçirilib. Nəticədə, bu gün "AzeSERT HALAL" Sertifikatlaşdırma qurumu beynəlxalq akkreditasiya tələblərinə cavab verən "HALAL" uyğunluq sertifikatını təqdim etmək hüququna malik olmuşdur [15].

Bundan başqa, HAK tərəfindən akkreditasiya olunan Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi İnstitutu (AQTİ) da beynəlxalq akkreditasiya tələblərinə cavab verən "HALAL" uyğunluq sertifikatını təqdim etmək hüququna sahib olub. Həmçinin qeyd edək ki, AQTİ tərəfindən halal sertifikatlaşdırma prosesi 4 kateqoriya; iri və xırdabuynuzlu heyvanların, quşların kəsimi, balıq məhsullarının emalı, süd və süd məhsulları, eyni zamanda emal edilmiş ət məhsullarını əhatə edir. Yəni qida məhsullarının istehsalının şəriət prinsiplərinə uyğunluğunu müəyyən edir.

AQTİ tərəfindən uyğunluq sertifikatının təqdim olunması prosesi 4 mərhələdən ibarətdir:

- müştəri tərəfindən müraciət forması və ərizə dolduraraq qurumun elektron poçt ünvanına göndərilir;
- institut tərəfindən daxil olan müraciət yoxlanılır, müştəriyə qiymət təklifi və müqavilə göndərilir;
- müştəri obyektinin halal qaydalara uyğunluğu və həmin müəssisənin qida təhlükəsizliyi idarəetmə sistemi qiymətləndirilir;
- qiymətləndirmə proseslərinin nəticəsinə əsasən, obyekt tələblərə cavab verdiyi təqdirdə, Sertifikatlaşdırma komitəsi tərəfindən etibarlılıq müddəti 3 il olan "HALAL" uyğunluq sertifikatı müştəriyə təqdim edilir.

AQTİ-də SMIIC standartının tələblərinə uyğun olaraq keyfiyyət idarəetmə sistemi və Sertifikatlaşdırma, Qərəzsizlik və Şikayətlər üzrə komitələr formalaşdırılıb.

Azərbaycanda HAK tərəfindən akkreditasiya olunan digər qurum isə İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar və İstehlak Bazarına Nəzarət Dövlət Xidmətinin tabeliyində olan Azərbaycan Standartlaşdırma İnstitutunun "AZSTANDART Halal" sertifikatlaşdırma orqanıdır. 2022-ci ildən etibarən AZSTANDART tərəfindən halal məhsullar və xidmətlərlə bağlı SMIIC standartları əsasında 6 yeni dövlət standartı qəbul edilib. O cümlədən qurumun 23 əməkdaşı SMIIC, Halal Akkreditasiya Qurumu (HAK), Türk Standartlar İnstitutu (TSE) və digər nüfuzlu qurumların təşkil etdiyi təlimlərdə iştirak edərək halal sertifikatlaşdırma və ISO 22000:2018 "Qida təhlükəsizliyi idarəetmə sistemi" beynəlxalq standartı üzrə beynəlxalq səviyyədə tanınan baş auditor sertifikatlarını əldə edib.

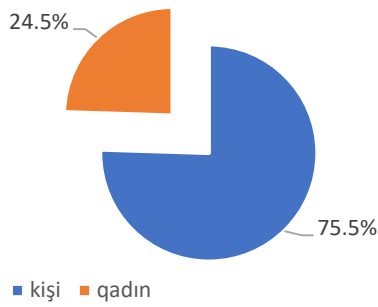
Əlavə olaraq qeyd edək ki, ölkədə halal məhsullara olan marağın və diqqətin bariz nümunəsi kimi 8 oktyabr 2024-cü ildə ölkədə ilk dəfə "Azərbaycan Halal Biznes və Turizm Forumu" keçirilmişdir. Forumun keçirilməsində məqsəd, qlobal halal sənayenin ildən-ilə artan potensialından ölkə iqtisadiyyatının da bəhrələnməsi imkanlarının müzakirə edilməsidir.

Lakin Azərbaycanda halal sertifikatlaşdırma məsələlərinə diqqət artırılsa da, aparılan sorğunun nəticəsi müəyyən çatışmazlıqların olduğunu göstərir .

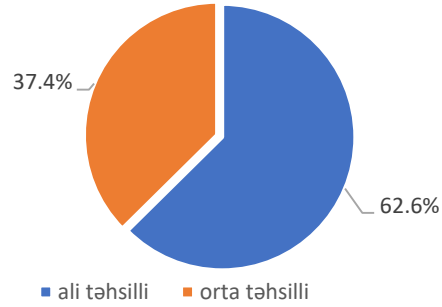
AZƏRBAYCANDA HALAL SƏNAYE SAHƏLƏRİNƏ MÜNASİBƏTİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Real vəziyyəti daha aydın görmək, Azərbaycanda istehlakçıların halal sənaye məhsullarına olan tələbatını və münasibətini öyrənmək üçün müəllif tərəfindən sorğu keçirilmişdir. Sorğu 512 respondent arasında aparılmışdır. Respondentlərin tərkibi haqqında məlumatlar aşağıdakı qrafiklərdə təqdim edilir:

Qrafik 4. Gender bölgüsü



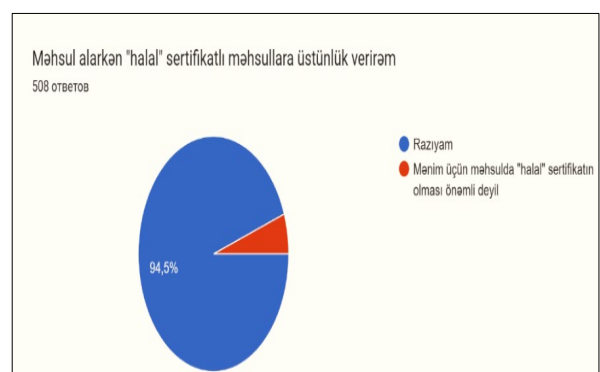
Qrafik 5. Təhsil səviyyəsi



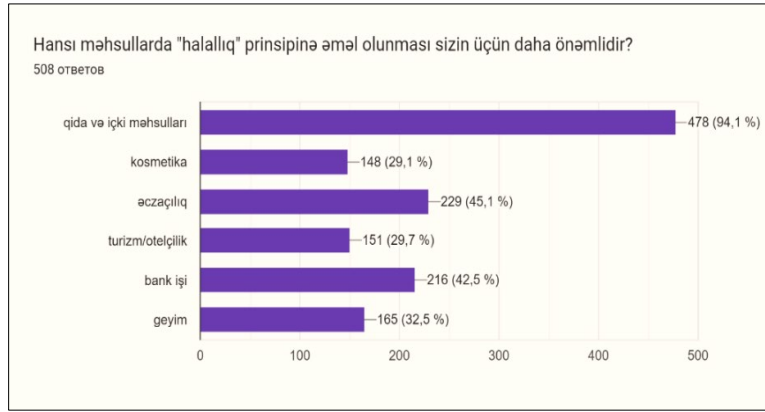
Təqdim edilən suallarla bağlı alınan nəticələr aşağıda (Qrafik 6-11) təqdim edilmişdir. Qeyd olunan sualların seçilməsində əsas məqsəd yerli istehlakçıların halal sənaye sahələri ilə bağlı məlumatlılıq səviyyəsini, onlar üçün halallıq sertifikatlarının nə dərəcədə əhəmiyyətli və etibarlı olmasını, hansı halal sənaye sahələrinin ölkədə inkişaf edirilməsinə üstünlük verdiklərini və s. müəyyən etməkdir.



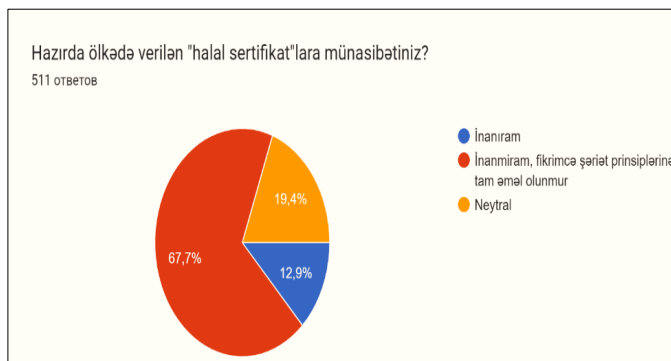
Qrafik 6.



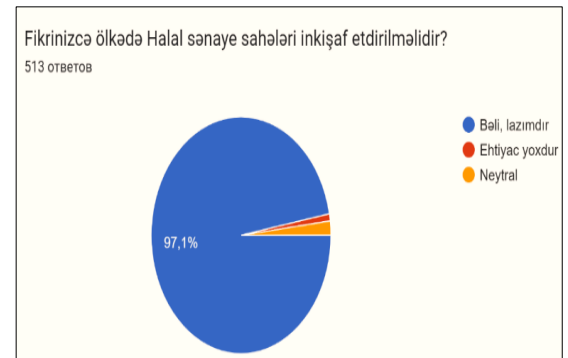
Qrafik 7.



Qrafik 8.



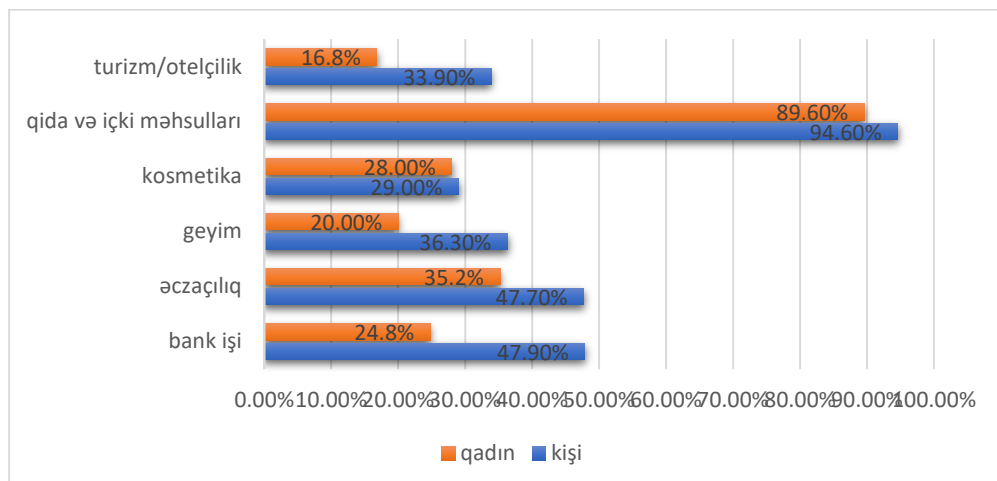
Qrafik 9.



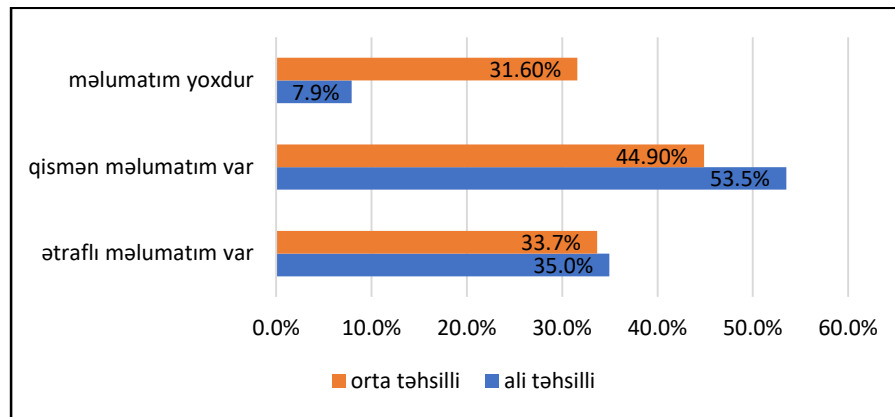
Qrafik 10.

Həmçinin kişi və qadınlar arasında halallıq prinsiplərinə daha çox hansı sahələrdə üstünlük verilməsinə, əhalinin təhsil səviyyəsi ilə məlumatlılıq səviyyəsi arasındakı əlaqəyə baxılmışdır. Qrafik 1-dən də göründüyü kimi, həm qadınlar, həm də kişilər halallıq prinsiplərinə daha çox qida və içki məhsullarında əməl olunmasına üstünlük verirlər. O cümlədən müəyyən edilmişdir ki, orta təhsilli insanlar ilə müqayisədə ali təhsilli insanların "halal sənaye" ilə bağlı məlumatları daha çoxdur.

Qrafik 11. Kişi və qadınlar arasında halallıq prinsiplərinə daha çox üstünlük verilən sahələr



Qrafik 12. Respondentlərin təhsil səviyyəsinin məlumatlılıq göstəricisinə təsiri



Beləliklə, sorğunun nəticəsi aşağıdakıları deməyə imkan verir:

- “halal sənaye” və “halal sertifikat” kimi terminlər barədə respondentlərin 35,6%-nin ətraflı, 52,3%-nin qismən, 12,1%-nin isə ümumiyyətlə məlumatı yoxdur;
- eyni zamanda respondentlərin təhsil səviyyəsi ilə məlumatlılıq səviyyəsi arasında əlaqə var. Belə ki, sözügedən terminlərlə bağlı məlumatı olmayan respondentlərin 7,9%-i ali təhsilli, 31,6%-i isə orta təhsilli insanlardır;
- müəyyən edilmişdir ki, yaş həddi də məlumatlılıq səviyyəsinə təsir edir. Belə ki, respondentlərin yaş həddi artdıqca məlumatlılıq səviyyəsi kəskin aşağı düşür;
- müsbət haldır ki, 94,5% respondentlər məhsul seçimində “halal sertifikatlı” məhsullara üstünlük verirlər. Bu da öz növbəsində bu sahəyə tələbatın olmasını göstərir;
- digər müsbət hal isə odur ki, 97,1% respondent ölkədə halal sənaye sahələrinin inkişafını dəstəkləyir;
- həmçinin müəyyən edilmişdir ki, respondentlər daha çox qida və içki məhsulları, əcazılıq və bank sektorunda şəriət prinsiplərinə, halal sertifikatlaşma tələblərinə əməl olunmasına üstünlük verir;
- mənfi hal isə odur ki, sorğuda iştirak edən respondentlərin 67,7%-nin halal sertifikatlara inamı yoxdur. Bu da sertifikatlaşma sahəsində olan problemlərin mövcudluğunu və bu sahədə təkmilləşdirməyə ehtiyac olmasını göstərir.

AZƏRBAYCANDA HALAL SƏNEYİNİN İNKİŞAF İMKANLARI

Halal sənaye sahələrinin müsbət xüsusiyyətlərindən biri də onun tək müsəlman deyil, qeyri-müsəlman əhalinin də marağını özünə çəkə bilməsidir. Azərbaycan da halal sənaye sahələrinin inkişaf etdirilməsinə maraqlı olan ölkələrdəndir. Bu baxımdan İslam ölkələri ilə əməkdaşlığın genişləndirilməsinə və islam həmrəyliyinə möhkəmləndirilməsinə önəm verən Azərbaycan bir çox beynəlxalq təşkilatlarla, o cümlədən İslam Əməkdaşlıq Təşkilatı və İslam İnkişaf Bankı ilə əməkdaşlıq edir. Bu əməkdaşlıqların nəticəsində müxtəlif illərdə ölkədə halal sənaye sahələrinin, xüsusilə islam maliyyəsinin inkişaf etdirilməsi üçün müvafiq cəhdlər olmuşdur.

Təqdirəlayiq haldır ki, dövlət tərəfindən bu sahənin inkişafı üçün müəyyən addımlar atılır. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı tərəfindən təsdiq olunmuş "2024-2026-cı illərdə maliyyə sektorunun inkişaf Strategiyası"da kapital bazarlarının inkişaf etdirilməsi ilə bağlı strategiyada nəzərdə tutulan təşəbbüslərdən biri də "İslam maliyyəsi: sukuk və digər İslam maliyyə məhsulları ilə bağlı hüquqi çərçivənin yaradılması və təşviq edilməsi"dir. Digər tərəfdən bank sektorunun inkişaf strategiyasında "Xüsusi tənzimləmə rejimi çərçivəsi daxilində hədəf məhsullarla bağlı bazarın potensialının araşdırılması" bəndində islam bankçılığının daha dərinədən öyrənilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Hesab edirik ki, sözügedən tədbirlərin həyata keçirilməsi ölkədə əsas halal sənaye sahəsi olan islam maliyyəsinin inkişafına təkan verəcəkdir.

Bundan başqa, Mərkəzi Bankın İdarə Heyətinin 31 yanvar 2024-cü il, 06/4 nömrəli qərarı ilə təsdiqlənmiş "Xüsusi tənzimləmə rejiminin tətbiqi Qaydası" da islam maliyyəsinə istifadə etmək istəyənlər üçün yeni imkanlar açır. Belə ki, sözügedən Qaydanın 1.2-ci bəndinə əsasən əsas məqsədi - maliyyə bazarında innovativ xidmət və məhsulların test rejimində sınaqdan keçirilməsi və sınağın nəticəsi uğurlu olduğu halda, normativ hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi olmuşdur. Bu Qaydaya əsasən, müxtəlif islam maliyyə alətlərinin tətbiqini də reallaşdırmaq olar.

Eləcə də, bu gün islam maliyyəsinə dair ayrıca qanunvericilik bazası olmasa da, Azərbaycan Respublikasının Mülkü Məcəlləsinin icazə verdiyi istiqamətlərdə (təsərrüfat ortaqlıqları) müəyyən işlər görmək mümkündür.

Həmçinin sorğunun nəticələri göstərdi ki, halal sertifikatlaşdırılmış məhsullara üstünlük verən, Azərbaycanda halal sənaye sahələrinin inkişafını dəstəkləyən respondentlərin sayı çoxluq təşkil edir. Yəni halal sənaye sahələrini potensial inkişafı üçün müştəri segmenti və tələbat var. Lakin əvvəlki bölmədə qeyd olunan, xüsusilə də, halal sertifikatlaşdırma prosesindəki boşluqların aradan qaldırılması, bu sahədə mövcud vəziyyətin dərinədən araşdırılması və beynəlxalq təcrübələrə uyğun həll yollarının müəyyən edilməsi ölkədə halal sənayenin inkişafına geniş imkanlar yarada bilər.

NƏTİCƏ

Aparılan araşdırmalar və beynəlxalq hesabatların məlumatları deməyə imkan verir ki, halal sənaye sahələri global iqtisadi böhranlara qarşı davamlı olub artım tempini qoruya bilər. Bu gün global səviyyədə müsəlman istehlakçıların yaratdığı tələb əsasən sertifikatlaşdırılmış halal məhsullar bazarı sürətlə böyüyür. Çünki müsəlman əhalinin sürətli artım tempi halal sənayenin əsas hərəkətverici qüvvəsidir. Dünya müsəlmanlarının sayının ildən-ilə artması proqnozu bu sahələrə olan tələbatın daha da artacağına bir göstəricisidir. Azərbaycanda aşağıda qeyd olunan problemlərin həlli istiqamətində addımların atılması halal sənayenin inkişafı üçün məqsədəuyğun hesab olunur:

- "halal sənaye", "halal sertifikatlaşma" sahəsində əhali məlumatlılığını aradan qaldırmaq üçün təbliğat işləri aparılmalıdır. Orta təhsilli insanların məlumatlılıq səviyyəsinin daha aşağı olmasını nəzərə alsaq, keçiriləcək təlimlər və seminarlarda bunu

diqqətə almaq, hər bir təhsil qrupundan və yaş həddindən olan insanları cəlb etmək lazımdır. Çünki məlumatlı əhali potensial müştəri deməkdir;

- sertifikatlaşdırma sahəsindəki mövcud boşluqların qarşısının alınması almaq üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma proseslərinin beynəlxalq tələblərə uyğun təkmilləşdirilməsi, nəzarət və audit məsələlərinə daha ciddi riayət olunması, qayda pozuntularına görə cəzaların sərtləşdirilməsi müsbət təsir edə bilər. Eyni zamanda peşəkar ekspertlərin, din alimlərinin və digər maraqlı tərəflərin prosesdə (təlimatların, qaydaların hazırlanması, nəzarət işləri və s.) iştirakı standartlaşdırma və sertifikatlaşdırmada keyfiyyətin artmasına, istehlakçıların etimadının qazanılmasına səbəb ola bilər;
- statistikaya əsasən, qlobal miqyasda Malayziyanın JAKIM akkreditasiyası sertifikatlaşdırma orqanları tərəfindən ən çox tələb görünləndir. Azərbaycanda da bu sahədə müvafiq əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi;
- Azərbaycanda mövcud halal standartların beynəlxalq tələblərə uyğun təkmilləşdirilməsi və vahid standartın tətbiq edilməsi - bu, gələcəkdə halal sənaye məhsullarının ixrac potensialını artırmaqla yanaşı, maneələri də aradan qaldıracaq, eyni zamanda turistlərin tələbatlarını qarşılamağa imkan verəcəkdir;
- inkişaf üçün zəruri olan digər mühüm məsələ - peşəkar kadrların olmasıdır. Sahə ekspertləri tərəfindən Halal sənaye iştirakçılarının halal ekosistemi, halal sertifikatlaşdırmaya dair biliklərinin artırılması, biznesin təşkili, yerli və xarici halal bazarlarda rəqabət potensialının artırılması və s. məsələlərlə bağlı konsaltinq xidmətlərinin göstərilməsi üçün xüsusi qurumların yaradılması və bu materialların ali təhsil məktəblərində tədris proqramına fənn kimi əlavə olunması;
- Bu sahədə qabaqcıl beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıqların genişləndirilməsi, bilik və təcrübələrin ötürülməsi məqsədilə beynəlxalq səviyyəli tədbirlərdə (sammit, konfrans, forumlar, sərgilər) iştirakın təşviq edilməsi və s. kimi tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsəduyğundur.

ƏDƏBİYYAT

1. Dinar Standard "State of the Global Islamic Economy Global-2023/24"
2. Kenji Sugibayashi, Eddy Yusuf, Hiroaki Todo, Sabrina Dahlizar, Pajaree Sakdiset, Florencio Jr Arce and Gerard Lee See "Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods" /2019
3. Md. Siddique E Azam, Abdullah M.A., Halal Standards Globally: A comparative study of unities and diversities among the most popular halal standards globally // Halalsphere, Vol. 1, No. 1, Year 2021
4. Md. Siddique E Azam, Moha Asri Abdullah, Global halal industry: realities and opportunities // International Journal of Islamic Business Ethics, Vol. 5 No. 1 March 2020
5. Nilda Susilawati, Miti Yarmunida, Khairiah Elwardah "The Halal fashion trends for hijabi community: ideology and consumption"/ Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, Vol 8 No 2: Agustus 2021
6. PEW Research Center "The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050"
7. SESRIC "New Directions in the Tourism Sector: Islamic Tourism in the OIC Countries"
8. Trade Description (Definition of 'Halal') Order 2011 // Federal Government Gazette / Published by Jabatan Peguam Negara
9. Tushar Saha, Tashnuva Rifat, Shibbir Shimanto "Prospects of Halal Pharmaceuticals" / Asian Journal of Ethnopharmacology and Medicinal Foods/ Volume 5: 2, 2019
10. Wan Shahzinda Shah Shahara; Nadzirah Mohd Fauzib; Mohd Fadhli Ab Rahmanc; Nur Iman Hashim d and Wan Suraya Wan Hassin, Halal Economic: Challenges and Emerging Opportunities in Malaysia // Proceedings of the 7th South East Asia International Islamic Philanthropy Conference, Bangkok, Thailand, 2019.
11. SESRIC "Halal Industry in OIC Member Countries: Challenges and Prospects" Turkey - 2021.
12. Rininta Nurrachmi, The Global Development of Halal Food Industry: A Survey // Tazkia Islamic Finance and Business Review Volume 11(1), 2017
13. Mohammad Hanzala, Betania Kartika, Nur Hanie Mohd Latiff, Mohamad Afiq Razali Halal, Industry: Challenges and Emerging Opportunities in the Economy of India // Journal of Halal Industry & Services, 4(1), 2021
14. Nurdeng Deuraseh, Raudhatun Nabilah Anuar, Halal media and entertainment in creating job opportunities in Brunei Darussalam // Journal of Halal Science and Technology (2022), 1(2): 1-11
15. <https://halalcert.az/>

EVALUATION OF THE ATTITUDE OF CONSUMERS TOWARDS HALAL INDUSTRIAL PRODUCTS IN AZERBAIJAN

Nigar ALASGAROVA

SUMMARY

The halal industry has become a rapidly growing market based on the demand created by Muslim consumers everywhere in the world. The growth forecasts of the Muslim population also allow us to say that the demand for these areas will increase. In the article, the essence of the halal industry, which is considered a promising industry, the growth rate using the data from international reports, and the position of countries in the market of halal products were analyzed. The main purpose of the study is to assess the attitude of consumers towards halal industrial/halal-certified products in Azerbaijan, where 95% of the population is Muslim. A survey was conducted to achieve this goal. The result of the survey allows us to say that although the participating respondents support the development of halal industries in the country, their awareness levels and trust in halal certifications are very low.

Keywords: halal industry, halal food, Muslim population, halal certificates, survey

ОЦЕНКА ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ХАЛЯЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Нигяр АЛЕСКЕРОВА

РЕЗЮМЕ

Халяльная промышленность превратилась в быстрорастущий рынок, основанный на спросе, создаваемом потребителями-мусульманами во всем мире. Прогнозы роста мусульманского населения также позволяют говорить о том, что спрос на эти отрасли будет расти. В статье рассмотрена сущность халяльной промышленности, которая считается перспективной отраслью, с использованием информации международных отчетов проанализированы темпы роста, положение стран на рынке халяльной продукции. Основной целью проведения исследования является оценка отношения потребителей к халяльной промышленной/халяльной сертифицированной продукции в Азербайджане, 95% населения которого составляют мусульмане. Для достижения этой цели был проведен опрос. Результат опроса позволяет говорить о том, что, хотя респонденты, принявшие участие в опросе, поддерживают развитие халяльных отраслей в стране, уровень их осведомленности и доверия к халяльным сертификатам очень низок.

Ключевые слова: халяльная промышленность, халяльная еда, мусульманское население, халяльные сертификаты, опрос

Məqalə redaksiyaya daxil olub: 04.05.2024

Təkrar işlənməyə göndərilib: 20.09.2024

Çapa qəbul olunub: 30.12.2024