



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

ХАЛАЛ ТРЖИШТЕ – ПЕРСПЕКТИВА ЗА АГРОПРИВРЕДУ СРБИЈЕ

Д. Томић¹, Б. Влаховић², А. Пушкарић³

Апстракт: Халал храна подразумева начин производње исте према важећим исламским законима. Они стриктно бране конзумацију хране свињског порекла, алкохола, крви и одређених адитива. Халал сертификат гарантује стандард узгоја животиња, начин клања, технолошку обраду меса и месних прерађевина у складу са захтевима халал квалитета, уважавајући културне и религиозне вредности исламске заједнице. Халал сертификат значи производњу према највишим хигијенским, ветеринарским и санитарним стандардима, производњу без икаквих компонената или састојака у храни забрањених потрошачима муслиманске вероисповести. Халал стандард компатибилан је са свим другим важећим стандардима (НАССР итд.) повезаним с хигијеном и сигурношћу хране.

У раду аутори истражују значај хране произведене по халал стандарду, намењене потрошачима муслиманске вероисповести, чији број у свету износи око 1,8 милијарди (2007). Они су потрошили хране у вредности од око 280 милијарди долара (2007). Посебно је истраживана апсорпциона моћ ових земаља за говеђим, овчијим и пилећим месом. На крају је указано на перспективу производње и извоза меса из Републике Србије на халал тржиште.

Кључне речи: месо, халал тржиште, перспектива извоза

¹ Др Данило Томић, потпреседник. Регионална привредна комора Нови Сад, Бул. Михајла Пупина 6, 21000 Нови Сад, dtomic@rpknsc.co.yu

² Проф. др Бранислав Влаховић, Пољопривредни факултет, Трг Доситеја Обрадовића 8, 21000 Нови Сад, e-mail: vlahovic@polj.ns.ac.yu

³ мр Антон Пушкарић, Институт за економику пољопривреде, Волгина 15, 11060 Београд, e-mail: anton1@eunet.rs

1. Уводне напомене

1.1. Значај и важност проблема

Развој људског друштва и цивилизације довели су до појаве религије и различитих вероисповести. У свету већ две хиљаде година преовлађују три групе вероисповести: хришћанство, ислам и будизам. Свака од њих је својим вековним деловањем битно утицала на формирање навика и традиције својих верника. Ислам је настао у VII веку н.е. и представља другу по величини религију у свету, иза хришћанства.

Данас у свету живи око 1,8 милијарди становника муслиманске вероисповести. Ово је значајна циљна група са становишта навика, начина живота, исхране, понашања итд. Они чине 20% светске популације, а предвиђања су да ће до 2025. године тај проценат бити повећан на 30%. Очекује се да ће се до 2050. године број припадника ислама изједначити са припадницима хришћанске религије.

Ислам је вера која у потпуности уређује породични живот, образовање, васпитање, коришћење фармацеутских и козметичких препарата, а посебно начин исхране. Пре 1428. године по светој књизи Курану и Шеријатском закону прописано је шта је халал (дозвољено) а шта је харам (недозвољено) (Ристић, Ивана, www.e-magazin.co.yu). У исламској религији конзумирање хране је и верско питање.

Популација муслиманске вероисповести користи храну произведену на специфичан начин. У стручној литератури то се назива халал храна. Храну припремљену на овај начин не користе само потрошачи муслиманске, већ и других вероисповести. У свету постоје овлашћене халал агенције које издају сертификате, без којих није могућ приступ тржиштима исламских земаља. Наведено је важно из више разлога. Један од најважнијих је да је на халал тржишту роба у свету годишњи промет око 670 милијарди долара. Ово тржиште је врло значајан потрошач хране, посматрано на глобалном светском нивоу.

Процењује се да је светска трговина халал храном 2005. године износила 150 милијарди америчких долара, односно 210 милијарди 2006. и 280 милијарди 2007. године. Процене су да ће 2010. године светско халал тржиште пољопривредних и прехранбених производа вредети 550 милијарди US долара (www.liderpress.hr).

1.2. Дефиниција

Халал квалитет подразумева скуп примењених поступака у процесу производње хране, који су у складу са исламским прописима и тада производ или услуга постају прихватљиви за коришћење или конзумацију од стране

потрошача муслиманске вероисповести. Халал концепт (стандард) покрива фазе у ланцу производње и промета: клање стоке, складиштење, излагање, припрема, хигијена и санитарске услове. Сертификат халал означава да су сви производни процеси од одабира животиње, преко клања до обраде и доласка финалног производа на тржиште усклађени са прехранбеним стандардима које налаже поменути сертификат.

Контролу квалитета ових поступака обављају компетентне институције које су за то овлашћене од надлежне исламске заједнице у земљи или региону. То мора бити засновано на шеријатским принципима, халал стандардима, правилницима и другим процедуралним упутствима. Халал стандард потврђује се одговарајућим документом којим се одобрава истицање ознаке халал (www.halal.ba).

С обзиром на све већу потражњу халал производа на тржишту и све масовнију њихову међународну трговину, намеће се потреба за доказивањем халал статуса хране. Због тога су и институције УН-а препознале потребу заштите интереса потрошача исламске вере и донеле стандарде и директиве о употреби термина „халал“. На бази „Основних директива за употребу термина халал“ (CAC/GL 24-1997) које је издао секретаријат заједничког ФАО/ГЛ Програма стандарда намирница (1999), халал храна се дефинише као храна дозвољена по исламским законима и мора испуњавати следеће услове:

- Да не садржи састојке који су забрањени исламским прописима;
- Да таква храна није припремљена, обрађена, превезена или ускладиштена коришћењем постројења и средстава која су недозвољена по исламским прописима;
- Да таква храна не сме доћи у додир са намирницама које не испуњавају услове 1 и 2 у процесу припреме, производње, транспорта и складиштења (*Јашућ и сар. www.mlijeko.com*).

Prema Codex Alimentarius дефинисано је ко може потврђивати да је нешто халал. Надлежне за издавање халал сертификата су Исламске заједнице или специјализоване институције (агенције) које овласти Исламска заједница.

2. Предмет и циљ истраживања

Предмет истраживања овог рада јесте сагледавање апсорпционе моћи за говеђим, овчијим и пилећим месом у одабраним земљама са доминантним исламским становништвом и различитим нивоом куповне моћи. Месо представља квалитетну намирницу која има значајна хранљива и биохемијска

својства, неопходно је у правилној исхрани потрошача. Према Светској Здравственој Организацији (WHO) оптимално учешће меса и месних прерађевина у структури дневне исхране треба да износи 13-15% (1999). Оно представља основни извор високовредних протеина (15-25%) који садрже избалансиране аминокиселине. Циљ истраживања јесте сагледавање могућности и перспективе пласмана меса и месних прерађевина из Србије на тржиште наведених земаља.

3. Метод рада и извори података

У раду је коришћен *desk research* метод, односно метод истраживања за столом, који подразумева обраду расположивих података уз примену стандардних статистичко-математичких метода, пре свега експоненцијалног тренда са екстраполисаним вредностима до 2013 године. Основни извори података су статистички билтени међународне организације за исхрану и пољопривреду – ФАО, *Production and Trade Yearbook*. Закључци су изведени на бази добијених резултата истраживања, искуства других и сазнања аутора о истраживаној проблематици. Временски период истраживања обухвата 2000-2007. годину.

4. Резултати истраживања

4.1. Муслиманска популација у свету

У 44 земље света, са више од 1,8 милијарди људи, законска регулатива налаже да прехранбени артикли морају имати халал сертификат. Од укупног броја становника на планети, муслиманске вероисповести, чак 70% њих, живи и храни се у складу са халал стандардима. Све већи број немуслимана користи халал производе због тога што их сматрају здравствено безбеднијим за употребу (www.siepa.sr.gov.yu). Број становника муслиманске вероисповести по континентима приказан је у табели 1.

Табела 1. Муслиманска популација и вредност промета на халал тржишта (2006)

Table 1 Islamic population and value of trade on Halal market (2006)

Регион	Муслиманска популација (милиона)	Вредност промета на халал тржишту (милијарди \$)
Јужна и централна Азија	653,0	210,0
Африка	491,0	144,2
Западна Азија	195,0	116,8
Југоисточна Азија	236,0	97,3
Европа (укљ. Русију)	51,0	63,7
Кина	133,1	22,9
Северна Америка	7,1	12,4
Јужна Америка	3,1	1,5
Океанија	0,6	0,9
Укупно	1.766,8	669,9

Извор: www.factbook.net

Табела 2. Земље са највећим бројем муслиманског становништва у свету (2006)

Table 2 Countries with biggest number of Islamic population in the world (2006)

Земља	Муслиманска популација (милиона)	Учешће у укупном броју становника (%)	GDP (000 \$ per capita)
Индонезија	196,3	95,0	3,8
Индија	133,3	14,0	3,7
Кина	133,1	11,0	7,6
Пакистан	125,4	97,0	2,6
Бангладеш	104,6	85,0	2,2
Иран	65,4	99,0	8,9
Турска	62,4	99,8	8,9
Египат	59,8	94,0	4,2
Авганистан	22,6	100,0	0,8
Ирак	20,8	97,0	2,9

Извор: www.factbook.net

Исламска популација у Европи је, у односу на прошлу деценију, повећана за 140%, а у Аустралији повећана за 250%. Могућности за пласман постоје и ван традиционалних муслиманских земаља. Тржиште Велике Британије вреди 4 милијарде долара са израженом тражњом за халал храном (www.albawaba.com). За произвођаче меса халал тржиште је најперспективније у свим већим европским земљама. Међутим, највећи број становника ове вероисповести имају земље Азије (табела 2).

4.2. Апсорпциона моћ за месом становника изабраних земаља

Халал сертификат прописује начин исхране и клања животиња, складиштење и целокупну припрему прехранбених артикала. За производњу меса и месних прерађевина најважније је чиме се храни стока. Сточна храна не сме бити анималног порекла.

Потрошња **говеђег (јунећег)** меса у анализираним земљама веома је неуједначена. Регионално посматрано постоје значајне разлике у нивоу остварене потрошње. Највећу потрошњу имају становници Египта, 6,4 килограма *per capita*, а најмању у Индонезији и Бангладешу. Упоредни преглед кретања потрошње меса дат је у табели 3. Остварена потрошња резултанта је скромног животног стандарда, који се огледа у ниској куповној моћи потрошача. Такође, ова врста меса, има, практично највишу цену у односу на остале врсте меса. Укупна апсорпциона моћ за овом врстом меса у поменутих земљама на нивоу је од 13,9 милиона тона.

Потрошња **овчијег (јагњећег) и козијег меса** знатно је нижа у односу на говеђе. Јагњеће месо поседује добре нутритивне особине, и спада међу најскупље на тржишту. Највећу потрошњу имају становници Ирана, просечно 6,0 килограма *per capita* годишње. Изразито ниска, практично занемарљива, потрошња је у Индонезији, Индији и Бангладешу. Укупна апсорпциона моћ за овом врстом меса у анализираним земљама на нивоу је од 7,9 милиона тона. (табела 3). На потрошњу ове, специфичне врсте меса утичу, пре свега, ниво понуде, висина тржишних цена, навике и традиција у исхрани потрошача.

Потрошња **пилећег меса** у наведеним земљама неуједначена је и релативно ниска, с обзиром да се ради о месу са најнижом ценом на тржишту. Највећу потрошњу поменуте врсте меса имају становници Турске, 20,6 килограма *per capita*. Посебно ниска потрошња присутна је у Индији и Бангладешу. На остварени ниво потрошње, поред цене и дохотка, делују и навике потрошача, као и понуда на тржишту. Поменуту врсту меса карактерише релативно ниска енергетска вредност, мали садржај масти, а више протеина у односу на остале врсте меса, као и нижи ниво тржишних цена (Томић и сар.

2003). Укупна апсорпциона моћ за овом врстом меса у поменутиим земљама износи 27,8 милиона тона (табела 3).

Табела 3. Потрошња меса у одабраним земљама (2008**), 000 тона
Table 3 Meat consumption in specific countries (2008**), 000 t

Земља	Говеђе месо	Овчије и козије месо	Месо живине
Индонезија	424	223	2.330
Индија	2.557	705	3.597
Кина	8.528	5.524	18.076
Пакистан	1.064	568	493
Бангладеш	205	136	120
Иран	345	463	904
Турска	233	262	1.494
Египат	594	60	811
Укупно	13.950	7.941	27.825

Извор: Обрачун аутора на бази података ФАО

У 2013. години очекује се пораст тражње за поменутиим врстама меса у анализираним земљама. На бази екстраполираних вредности тренда предвиђа се да ће тражња за говеђим месом достићи ниво од 16,7 милиона тона, јагњећим и овчијим 11,0 милиона тона и пилећим 40,5 милиона тона.

Приликом планирања наступа на тржишту халал производа, треба имати у виду следеће:

- ✓ Динамичан раст муслиманске популације у свету;
- ✓ Пораст куповне моћи становника ових земаља;
- ✓ Пораст тражње за здравствено сигурном и високо-квалитетном храном на примарним тржиштима халал производа;

4.3. Халал тржиште – перспектива за извоз меса из Србије

Сточарство представља важну грану пољопривредне производње. Чини једну од најзначајнијих (пољо)привредних делатности у Републици Србији. Биолошке и економске вредности сточарских производа детерминису привредни и друштвени значај сточарства и пољопривреде у целини.

Табела 4. Показатељи сточарске производње у Србији, (2007)
Table 4 Indicators of cattle production in Serbia, 2007

	Број грла, 000	Производња меса, 000 т.
Говедарство	1.087	94.6
Овчарство	1.606	19.7
Живинарство	16.422	69.8

Извор: www.statserb.gov.rs

Исламска заједница Србије има најдужу традицију контроле и издавања сертификата за прехранбене производе на простору Балкана. Значајне количине меса извожене у земље исламског света из бивше СФРЈ имале су искључиво халал сертификат исламске заједнице из Србије. Агенција за сертификацију халал производа основана је 2005. године од стране Исламске заједнице Србије. Намера Исламске заједнице је да допринесе српским фирмама да прошире асортиман прехранбених производа са халал сертификатом. Добијању тог сертификата претходе лабораторијске анализе како би се утврдило да ли су произвођачи, због бољег укуса или дуготрајније свежине, производима додали разне емулгаторе и адитиве. Исламска заједница у Србији обновила је агенцију која се бави издавањем сертификата халал квалитета. Данас сертификат издаје Агенција за халал сертификате „Халал д.о.о. Београд“, сертификат је признат на тржиштима свих исламских земаља и међу свим муслиманским верницима.

Да би произвођач могао приступити процесу сертификације потребно је да достави:

1. Документе из којих је видљива недвосмислена опредељеност менаџмента за халал квалитет;
2. Документацију којом се потврђује да се у процесу производње примењују свих одредаба о здравственим, хигијенским и санитарним мерама прописане позитивним законодавством, укључујући и неке међународне стандарде (ХАЦЦП, ИСО) у зависности од категорије ХАЛАЛ-а;
3. Документацију којом се потврђује да се делатност обавља у складу са важећим прописима.

У даљњем поступку се утврђује да ли је сировинска основа и процес производње чиста од састојака који су харам. Уколико произвођач испуни све предвиђене услове издаје се одговарајући сертификат којим се потврђује халал статус производа и одобрава употреба знака за халал квалитет на амба-

лажи производа. У току периода важења сертификата врши се константни надзор путем контролора халал квалитета у процесу производње, а и системом узорковања са тржишта (www.bgsvetionik.net).

На првом светском сајму халал хране у Абу Дабију у децембру 2007. године наступ представника произвођача прехранбених производа из Србије био веома запажен. Осим тога, Исламска заједница Србије помогла је отварање канцеларије у Каиру, а ускоро би требало да буду отворене канцеларије у Малезији, односно Куала Лумпуру, Дубаију и Ирану, што ће олакшати продор српских произвођача на тржишта исламских земаља¹.

У 2007. години у исламске земље реализован је искључиво извоз стокe за клање, док извоз меса није евидентиран. Укупна вредност извоза стокe за клање је ниска и износи свега 53,8 хиљада долара. У структури извоза доминантно место има Јордан са учешћем од 79,2%. Значајно мање учешће имају Индија, Египат, Уједињени Арапски Емирати, Индонезија, Кувајт и Малезија. Ови подаци треба да буду сигнал креаторима аграрне политике, посебно у сточарству, и узгајивачима стокe да обратe пажњу у својој пословној политици на ова значајна и перспективна тржишта. Наведено је посебно значајно с обзиром на расположиве радне и производне потенцијале, са једне стране, и пад броја стокe и производње меса, са друге стране.

Неопходан је заокрет у сточарској производњи ка повећању броја стокe и меса. Такође, и кланична индустрија мора прилагодити своје погоне и променити начин производње или састав производа како би он био у складу са халал стандардом.

5. Закључци

⇒ Процењује се да у свету тренутно живи око 1,8 милијарди становника муслиманске вероисповести. Њихов начин живота, рада и исхране је специфичан и разликује се од других конфесија;

⇒ Тржишта са претежно муслиманским становништвом значајни су потрошачи меса. Имају специфичан начин исхране, у складу са шеријатским законима.

¹ Сертификате на годишњем нивоу добили су кланица и прерада меса Турковић- Сјеница; Адемовић- Нови Пазар и Аливо- Нови Пазар. Сертификате условног типа добила је кланица Дивци- Ваљево, а процесу сертификације су Јухор, Јагодина и Winers, Јагодина. Наведена предузећа су добила сертификат од агенције за халал сертификате Београд која је у саставу Исламске заједнице Србије. Међутим, постоје и предузећа која су сертификате добила од агенција других исламских заједница.

- ⇒ Халал сертификат значи производњу према највишим хигијенским, ветеринарским и санитарним стандардима, без икаквих компонената или састојака у храни забрањених потрошачима муслиманске вероисповести.
- ⇒ Апсорпциона моћ потрошача истраживаних земаља за месом је неуједначена, највећа тражња је за живинским месом, 27,8 милиона тона, следи говеђе са 13,9 милиона тона, док је најмања за јагњећим и овчијим месом, 7,9 милиона тона.
- ⇒ Извоз наведених категорија стоке у земље са доминантним муслиманским становништвом веома је низак и износи свега 53,8 хиљада долара.
- ⇒ Храна по халал процедури може бити извозна „шанса“ за наше произвођаче стоке и меса.
- ⇒ С обзиром на наше расположиве производне и радне потенцијале треба интензивирати сточарску производњу, првенствено истраживане категорије стоке и меса, према захтевима и стандардима потрошача у наведеним земљама.

5. Литература

1. Anderson, H., Tecimer, S. (2004): Protein Source, Quantity, and Time of Consumption Determine the Effect of Proteins on Short-Term Food Intake in Young Men, Human Nutrition and Metabolism.
2. Alexandratos, N. (1995): "FAO, World Agriculture Towards 2010", Rome,
3. Basiotis, P., Lino, M. (2000): Nutrition, a Publication of the USDA Center for Nutrition Policy and Promotion, Washington.
4. Влаховић, Б., Томић, Д., Пушкарић, А. (2008): Апсорпциона моћ тржишта изабраних земаља и могућност извоза халал хране из Србије, уводно излагање на скупу међународног значаја „Халал тржиште и перспективе за привреднике Србије“, Иришки венац.
5. Јашић, М., Ченгић, Ф., Сакић, А., Мехо, Б., Халал статус адитива у млеку и млечним производима, www.mlijeko.pdf.
6. Јусуфспахић, М. (2008): Халал тржиште и његов потенцијал, уводно излагање на скупу међународног значаја „Халал тржиште и перспективе за привреднике Србије“, Иришки венац,
7. Капор, П. (1995): "Режим извоза и увоза пољопривредно-прехранбених производа", Аранђеловац,

8. Lord, M.J. (1990): “Изгледи за трговину пољопривредним производима”, Гласник пољопривредне производње, прераде и пласмана, број 5-6, Београд,
9. Несторовић, Ч. (2008): Халал концепт и квантификација халал тржишта, уводно излагање на скупу међународног значаја „Халал тржиште и перспективе за привреднике Србије“, Иришки венац.
10. Nestorovic, С (2007): Marketing in an Islamic Environment, Centre for European Management and Marketing, France.
11. Томић, Д., Радојевић, В., Влаховић, Б. (2003): Нека обележја потрошње сточарских производа у земљама балканског региона, Агроекономика, специјални број, Зборник радова: Конкурентност пољопривреде, Нови Сад.

Статистичка документација

1. Halal Certification: an International Marketing Issues and Challenges, Faculty of Business and Accountancy University Malaya, Kuala Lumpur, Malasya
2. Food, fashion and faith na http://www.economist.com/business/displaystory.cfm?story_id=9587818
3. www.halalfocus.com - Tapping the halal market
4. www.halalfocus.com - Halal venture is tasty for food giant Nestlé as it cashes in on surging demand
5. www.halaljournal.com – Halal meals introduced by McDonald’s
6. www.halal.ba - Halal kvalitet
7. www.liderpress.hr
8. www.siepa.sr.gov.yu
9. www.albawaba.com
10. www.e-magazin.co.yu
11. www.fao.org
12. www.factbook.net
13. www.liderpress.hr
14. www.statserb.se.gov.yu
15. www.minpolj.sr.gov.yu
16. www.bgsvtionik.net – како до халал сертификата ?

Примљено: 07.02.2009.

Одобрено: 27.03.2009.

**HALAL MARKET -
PERSPECTIVE FOR AGRICULTURE OF SERBIA**

Danilo Tomić¹, Branislav Vlahović², Anton Puškarić³

¹ Regional Chamber of Commerce, Novi Sad

² Faculty of Agriculture, Novi Sad

³ Institute of Agricultural Economics, Belgrade

Summary

Halal food represents the type of food produced according to Islamic laws. These laws forbid consummation of following food: pig meat and pig products, alcohol, blood and specific additives. Halal certificate guarantees the standard of animal breeding, way of slaughtering, technological processing of meat and meat products according to demands of halal quality, respecting cultural and religious values of Islamic community. Halal certificate means production according to highest hygienic, veterinarian and sanitary standards, production without any components or ingredients forbidden to consumers of Islamic religion. Halal standard is compatible with other valid standards (HACCP etc.) related to food hygiene and safety.

In this paper, authors are researching the significance of food produced by halal standard, meant for consumers of Islamic religion, whose number in the world is approximately 1,8 billions (2007). They have spent the total value of 280 billions of dollars on food (2007). Special attention has been given to research of absorb power of these countries for beef, sheep and chicken meat. At the end, the perspective of meat production and export from the Republic of Serbia to Halal market has been shown.

Key words: meat, halal market, export perspectives

Author's Address:

Dr. Danilo Tomić
Regionalna privredna komora
Bul. Mihajla Pupina 6
21000 Novi Sad
E-mail: dtomic@rpkns.co.yu