

HALAL STANDARD – ŠANS ZA PROIZVOĐAČE HRANE U SRBIJI U AKTUELNOJ GLOBALNOJ KRIZI HRANE

Kalač Edin¹

Samardžić Veljko²

Sažetak: U aktuelnom kontekstu globalne krize hrane, izazvane kombinacijom klimatskih promena, geopolitičkih napetosti i ekonomskih poremećaja, potreba za diverzifikacijom tržišta i prilagođavanjem proizvodnih standarda postaje imperativ za proizvođače hrane. Rad analizira Halal tržište koje se ubraja u brzorastuća tržišta sa velikom bazom potrošača te obaveze koje zainteresovani proizvođači hrane treba da ispune kako bi svoju proizvodnju prilagodili ovom standardu. Cilj rada je istražiti potencijal Halal standarda kao strategije za proširenje tržišta i povećanje konkurentnosti proizvođača hrane u Srbiji. Upotrebom deskriptivne analize ukazano je na važnost ovog standarda u kontekstu globalne krize prouzrokovane aktuelnim sukobima a koja pogađa većinu muslimanskih zemalja koje uvoze hranu iz inostranstva. Zaključeno je da Halal sertifikacija može biti održiva strategija za prevazilaženje trenutnih izazova u proizvodnji i prometu hrane, naglašavajući njenu relevantnost ne samo za muslimanske potrošače, već i za

¹ Fakultet organizacionih studija „Eduka”, Majke Jevrosime 15, 11000 Beograd, edin.kalac@vos.edu.rs

² Fakultet organizacionih studija „Eduka”, Majke Jevrosime 15, 11000 Beograd, veljko.samardzic@vos.edu.rs

globalno tržište koje sve više ceni transparentnost, kvalitet i etičku proizvodnju.

Ključne reči: *halal / standardi / međunarodna tržišta / globalna kriza.*

UVOD

Veliki broj potrošača zahteva od proizvođača hrane da poštuje običaje i navike različitih grupa stanovništva. Potrošači svakodnevno biraju proizvode čije karakteristike kvaliteta smatraju najprikkladnijim, ne samo prema brendu, već i prema vrsti i sastavu njegovih osnovnih komponenata. Ishrana različitih grupa stanovništva često je deo njihovih verskih obaveza. Shodno tome, konzumacija halal hrane je deo verskih obaveza muslimana. Prema procenama, muslimani čine četvrtinu svetske populacije. Uopšteno govoreći, muslimanske zemlje ne proizvode dovoljno hrane, pa su stoga primorane da je uvoze. Zbog velike potražnje za halal proizvodima na tržištu i sve veće trgovine tim proizvodima, proizvođači hrane koji nameravaju da plasiraju svoje proizvode na ta tržišta treba da dostave dokaze o svom halal statusu. Shodno tome, međunarodne institucije su prepoznale potrebu zaštite interesa tih potrošača i postavile su standarde i uputstva za korišćenje termina „halal”. Halal ekonomija predstavlja sistem na koji strukturno utiču islamske vrednosti vođene potrebama životnog stila i poslovne prakse potrošača (Shikoh, Riaz, Chaudry 2018). U islamu su propisana pravila ishrane, kao i odredbe koje klasifikuju dozvoljenu i zabranjenu hranu. Halal je arapska reč koja znači dozvoljeno, odnosno hrana odgovarajuća prema islamskim pravilima. Neka pravila su striktno konkretna (zabrana svinjskog mesa, alkohola, lešine, krvi itd.), dok su druga definisana na indirektan način. Pravila koja se odnose na hranu u islamu su zasnovana na Kuranu i Sunetu (muslimanski verski zakon), bazi islamskog zakona – Šerijatu. Prema pravilima, propisana hrana, kao i aditivi, mogu imati status: halal – dozvoljeno, haram – zabranjeno i mešbuh – sumnjivo (Jašić, Bašić, Sakić, Čengić 2007).

Prema Shah Alam i Mohamed Sayuti (2011), halal je važan faktor koji utiče na kupovinu i ponašanje potrošača muslimana. U poslednje vreme primećuje se sve veći broj firmi i proizvoda sa halal sertifikatom, što ukazuje na povećano interesovanje za halal standarde (Giyanti, Indrasari, Sutopo, & Liquiddanu, 2021).

TRŽIŠTE HALAL PROIZVODA

Tržište halal proizvoda se može podeliti prema nekoliko kriterijuma, ali je najpraktičnije posmatrati njegovu veličinu, odnosno broj potrošača i njihovu koncentraciju na datom području. Ne postoji poseban mehanizam za praćenje trgovine ili potrošnje halal proizvoda kao takvih pre nego što se proceni veličina halal tržišta. Štaviše, mnogi halal proizvodi – poput voća i povrća, žitarica, orašastih plodova, ulja i mahunarki – nisu sertifikovani halal, jer ne postoji potražnja za sertifikacijom.

Proizvodnja u većinski muslimanskim zemljama, kao i njihov uvoz i izvoz, generalno se može pretpostaviti kao halal. Na osnovu ovoga mogu se izvesti neke prilično tačne i indikativne procene globalnog halal tržišta. Prema Dinar Standardu (2020), globalno, halal prehrambena industrija porasla je za 3,7% sa 1,13 triliona dolara u 2014. na procenjenih 1,17 triliona dolara u 2019. (Thomson Reuters and Dinar Standard 2018). Prema podacima Svetske trgovinske organizacije, uvoz hrane u neke od zemalja sa većinski muslimanskim stanovništvom iznosio je petinu ukupnog uvoza robe. Sada su najveći izvoznici halal hrane nemuslimanske zemlje poput Australije, Novog Zelanda, Tajlanda i Brazila, što znači da je snabdevanje hrane sa halal sertifikatom i njima od značaja. U zemljama koje izvoze prehrambene proizvode u muslimanski svet, halal sertifikacija je postala neophodna i zaista unosna komponenta međunarodne trgovine (*Merchandise trade by product*).

HALAL STANDARDI ZA UPRAVLJANJE BEZBEDNOŠĆU HRANE

Od Drugog svetskog rata do kraja 20. veka, ukupna proizvodnja hrane u svetu zasnivala se na stalno rastućoj potrošnji, pa su proizvođači bili više orijentisani na količinsko zadovoljavanje potražnje. Novi model tržišta hrane je orijentisan na kvalitet, a ne na kvantitet. Drugim rečima, prema ovom modelu, kvalitet postaje važniji od kvantiteta (Turubatović, Vranić, Baras 2002).

Prema novim odredbama, proizvođači bi trebalo da proizvode pre svega proizvode bezbedne za zdravlje. Trenutno u svetu postoji niz standarda čija primena i sertifikacija od strane nadležnih organa služe za dokazivanje bezbednosti proizvoda potrošačima. U tom cilju postavljeni

su brojni standardi za upravljanje bezbednošću hrane: HACCP, ISO 22000, francuski standard IFS, britanski standard BRC, GLOBALGAP itd. Oni definišu sisteme za upravljanje bezbednošću hrane; doprinose identifikovanju i praćenju konkretnih opasnosti koje mogu biti prisutne u prehrambenim proizvodima (biološke, hemijske ili fizičke karakteristike proizvoda) i negativno utiču na bezbednost prehrambenih proizvoda. U tim standardima jasno je definisan subjekt koji ima konačnu odgovornost za obezbeđivanje bezbednosti svoje proizvedene hrane. Od organizacija se zahteva da analiziraju svoje procese u cilju identifikovanja kritičnih kontrolnih tačaka te da definišu kritične granice i procese njihovog praćenja.

Ključni cilj Instituta za standarde i metrologiju za islamske zemlje (*Standards and Metrology Institute for Islamic Countries – SMIIC*), koji razvija neophodne mehanizme za zemlje Organizacije islamske saradnje (*Organization of Islamic Cooperation OIC*), uspostavljanje je novih standarda unutar Organizacije i eliminisanje trgovinskih barijera, čime se povećava trgovina. Međunarodna pravila na globalnom nivou utvrđuju, propise od značaja za zdravstvenu ispravnost hrane. Države uspostavljaju i svoje nacionalne propise, koji po pravilu treba da budu usklađeni sa međunarodnim pravilima. Primena standarda za upravljanje bezbednošću hrane je najčešće zakonska obaveza. U nameri da unapredi postojeći sistem bezbednosti hrane, Republika Srbija je donela zakon koji predviđa primenu HACCP koncepta u svim pogonima za proizvodnju hrane (Zakon o bezbednosti hrane RS).

Halal standard je jedan od sve prisutnijih zahteva u prehrambenoj industriji. Za razliku od HACCP-a, Halal standard u Srbiji nije obavezan; primenjuju ga organizacije na dobrovoljnoj osnovi. Organizacije implementiraju ovaj standard prvenstveno sa ciljem proširenja svojih tržišta, ciljajući tržišne niše potrošača koji konzumiraju ove proizvode. Ovaj standard je zasnovan na preventivnoj, proaktivnoj metodi i kompatibilan je sa drugim međunarodnim standardima za upravljanje proizvodnjom hrane (ISO, HACCP i drugi). Pre implementacije zahteva Halal standarda organizaciji se savetuje da uspostavi HACCP ili standard ISO 22000. Kao osnova za implementaciju Halal standarda koriste se sledeća dokumenta:

- a) CAC/GL 24-1997, Opšte smernice za upotrebu termina „halal”,
- b) Opšti zahtevi OIC/SMIIC 1:2019 za halal hranu

- c) ISO 22000:2018, Sistemi upravljanja bezbednošću hrane — zahtevi za svaku organizaciju u lancu ishrane
- d) ISO 9000:2015, Sistemi upravljanja kvalitetom – osnove i rečnik
- e) Šerijatski principi – Kur'an (Sveta knjiga muslimana) i Hadisi (pouke poslanika Muhameda).

Opšti zahtevi za halal hranu OIC/SMIIC 1:2019 je standard koji definiše osnovne i opšte zahteve koji se moraju poštovati u bilo kojoj fazi lanca ishrane. Halal kvalitet može potvrditi samo Islamska zajednica ili ovlašćena Agencija za sertifikaciju koja ima dozvolu Islamske zajednice. Islamska zajednica u Srbiji i susednim zemljama primenjuje Halal standard registrovan u Institutu za standardizaciju Bosne i Hercegovine kao nacionalni standard pod nazivom „Halal hrana – zahtjevi i mjere”, BAS 1049:2010. Ovo je referentni dokument koji koristi Ekspertska grupa za standarde Organizacije islamske konferencije za izradu i uvođenje jedinstvenog međunarodnog halal standarda (www.halal.ba).

ZAHTEVI ZA HALAL HRANU

Proizvođač treba da uvede sistem koji može da garantuje da su proizvodi koje stavlja na tržište halal i da ne postoji mogućnost greške tokom proizvodnje koja bi dovela do proizvodnje ne „halal” već „haram” proizvoda. Sistem se zove HAS (*Halal Assurance Sistem*). Shodno tome, primena HAS-a se može formulisati kao težnja ka idealnoj situaciji, prema tzv. konceptu „3 nule”, tj:

1. Haram supstance ne mogu biti prisutne u proizvodnji (nulta granica),
2. Ne mogu se proizvoditi haram proizvodi (nula proizvoda) i
3. Nema mogućnosti rizika tokom implementacije sistema (nulti rizik). (Ceranić, Božinović, 2009).

Stoga je halal standard uveden kao dokument koji jasno postavlja procedure halal sertifikacije. Halal proizvod je onaj koji zadovoljava sva pravila o zdravstvenoj ispravnosti, kako higijenske tako i sanitarne i ne sadrži nijedan sastojak koji je muslimanima zabranjen. U procesu proizvodnje halal proizvoda proizvođač poštuje zahteve halal standarda i ne može koristiti zabranjene sirovine.

Zasnovana na Osnovnim uputstvima za upotrebu termina „halal” (CAC/GL 24-19971), koje je izdao Sekretarijat Zajedničkog FAO/GL programa prehrambenih proizvoda (1999), halal hrana je definisana kao dozvoljena prema islamskim zakonima i treba da ispunjava sledeće uslove:

- ne bi trebalo da sadrži nijedan sastojak zabranjen islamskim pravilima,
- ne treba da se priprema, obrađuje, transportuje ili skladišti korišćenjem bilo kakvih instalacija ili sredstava koja sadrže bilo šta što je zabranjeno islamskim pravilima,
- ne bi trebalo da bude u kontaktu sa prehrambenim proizvodima koji ne ispunjavaju uslove 1 i 2 u procesu pripreme, proizvodnje, transporta i skladištenja.

Halal meso je meso životinja koje su dozvoljene po islamskim propisima, uz uslov da su pravilno hranjene i zaklane na šerijatom propisan način. Halal između ostalog zabranjuje upotrebu: svinjskog mesa i prerađevina, krvi, alkohola, mesa životinja koja su uginula, mesoždera, magarca, psa, ptica grabljivica isl. Zabranjena je i hrana biljnog porekla, od otrovnih i biljaka koje sadrže narkotike, osim ako se štetne komponente eliminišu tokom procesa proizvodnje. Alkohol i druga opojna pića štetna po zdravlje su takođe muslimanima zabranjeni, bez obzira na njihov naziv. Halal zabranjuje upotrebu aditiva napravljenih od bilo koje haram komponente. Pored strogo definisanih sirovina, halal proizvod zahteva i odgovarajuću preradu, pripremu, pakovanje, obeležavanje, skladištenje i transport. U nekim slučajevima, kada je proizvodnju halal proizvoda i onih koji nisu halal nemoguće u potpunosti razdvojiti, dozvoljeno je korišćenje odvojenih proizvodnih linija i odvojenog skladištenja u istom prostoru, pod uslovom da se preduzmu sve neophodne mere da se spreči njihov kontakt. Tokom pripreme, prerade ili skladištenja proizvoda, on ne sme biti u kontaktu (neposrednoj blizini) bilo kojoj supstanci koja se smatra nečistom po islamskom zakonu (Riaz, Chaudry, 2018). U izuzetnim slučajevima, dozvoljeno je obavljanje prerade, pripreme, skladištenja i transporta halal proizvoda u pogonima i prostorima koji su se ranije koristili za hranu koja ne ispunjava halal uslove, ako su pre upotrebe dobro očišćeni na odgovarajući način. Preporuku za čišćenje i dozvolu za korišćenje prostora može izdati samo Agencija za sertifikaciju halal kvaliteta, nakon uvida (Halal Standard, BAS 2007). Halal proizvod treba da bude obeležen u skladu sa važećom zakonskom regulativom i

znakom halal kvaliteta. Obeležavanje halal proizvoda jedan je od zadataka koji proizvođači treba da ispune i ono se vrši u cilju lakše identifikacije halal proizvoda od strane potrošača.

PROCEDURA ZA CERTIFIKACIJU HALAL STANDARDA

Proces sertifikacije halal standarda odvija se po proceduri koju je odredila Agencija za sertifikaciju halal kvaliteta. Za sticanje sertifikata potrebno je uspostaviti HACCP sistem (kritične tačke kontrolisanja harama), odnosno analizu dodatnih rizika i koraka u kojima treba primeniti i dokumentovati kontrolu, kako bi se sprečila mogućnost da halal proizvodi „postanu haram”. U Srbiji postoji zvanična organizacija za dodelu Halal sertifikata Halal agencija Islamske zajednice Srbije.

Agencija za sertifikaciju halal proizvoda sprovodi proces halal sertifikacije, koji je isti za sve organizacije koje odluče da svoju proizvodnju učine odgovarajućom za halal kvalitet i na taj način proizvode proizvode dozvoljene za upotrebu muslimanima. Procedura halal sertifikacije je sastavni deo halal standarda i sastoji se od sledećih koraka (www.halal.ba):

1. Firma podnosi zahtev za sertifikaciju agenciji. Uz to podnosi listu proizvoda, listu sastojaka i dobavljača, kao i neophodnu dokumentaciju kojom dokazuje mogućnosti za zadovoljenje uslova halal kvaliteta.
2. Nakon prijema agencija obrađuje prijavu za certificiranje i priložene dokumente.
3. Agencija i firma potpisuju ugovor o sertifikaciji.
4. Edukacija internih auditora gde agencija obučava osoblje u organizaciji za implementaciju zahteva Halal standarda u firmi.
5. Inicijalni sertifikacijski audit koji se sastoji iz dve faze. Tokom prve faze proveravaju se mogućnosti da se zadovolje zahtevi Halal standarda. Između dve faze daje se šansa za rešavanje spornih područja koja su identifikovana auditom prve faze nakon čega agencija obavlja audit druge faze s ciljem da proveri implementaciju zahteva Halal standarda.
6. Agencija proverava da li je organizacija ispunila uslove za sticanje sertifikata kroz zaključke audita, vrši se analizira svih informacija i

evidencija prikupljenih tokom oba audita, te agencija dostavlja izveštaj sa sprovedenog audita komisiji za sertifikiranje.

7. Komisija za sertifikiranje donosi konačnu odluku na osnovu izveštaja o auditu o tome da li agencija može ili ne može odobriti Halal sertifikovanje. Odluke komisije donose se jednoglasno, ne većinom glasova.
8. Nakon dobijanja pozitivne odluke od komisije za sertifikovanje, agencija priprema dokumente o Halal sertifikaciji i agencija izdaje halal sertifikat firmi.

Agencija može da suspenduje sertifikaciju u slučajevima kada firma ne ispunjava zahteve halal sertifikacije, i ne omogućava da se nadzorne ili resertifikacijske aktivnosti obave u skladu sa obaveznim intervalima. Takođe do suspenzije može doći i ukoliko firma samostalno traži prekid sertifikacije i suspenziju sertifikata.

Nakon davanja halal sertifikata, Agencija prati i kontroliše proizvode i instalacije u firmama, kroz najavljene i nenajavljene audite i laboratorijske analize. Prema pravilniku i drugim aktima za sertifikaciju halal kvaliteta, laboratorijske analize se sprovode kao način validacije halal sertifikovanog proizvoda. Laboratorijske analize se sprovode tako da se proizvodi uzorkuju i analiziraju na sastojke koji nisu dozvoljeni muslimanima, pre svega svinjsko meso i alkohol. Proces se izvodi na sledeći način: proizvod iz supermarketa ili prodavnice uzima se na analizu u neku od ovlašćenih laboratorija. Halal standard jasno definiše da proizvodi sa halal sertifikatom ne smeju da sadrže zabranjene sastojke čak ni u prodavnicama. Proizvodi od mesa se analiziraju na prisustvo proteina ili sirovina svinjskog porekla. Bezalkoholna pića se analiziraju na prisustvo alkohola, jer vrlo često mogu da sadrže određeni procenat alkohola (Halal Standard, BAS 2007). Pored prehrambenih proizvoda za ljudsku upotrebu, agencija se bavi i analizom stočne hrane, jer poljoprivrednici često u stočnu hranu i premikse dodaju sirovine životinjskog porekla, pa shodno tome takva hrana postaje zabranjena.

Razvoj industrije znatno je otežavao proces odobravanja halal statusa proizvoda. Firme danas koriste veliki broj sastojaka u procesu proizvodnje prehrambenih proizvoda, a znajući da jedan broj njih nema jasno definisano poreklo sirovina, u obavezi su da se prijave i kod dobavljača za sertifikat o halal poreklu sirovine, na primer: razni biljni i životinjski proizvodi koji se koriste kao aditivi mogu sadržati svinjsku mast kao aditiv. Proizvođači nisu u obavezi da deklarišu ove

karakteristike na etiketi; stoga informacije predstavljene na etiketi ne garantuju da je ova hrana halal (Ceranić, Božinović, 2009). Samim tim, proces implementacije halal proizvodnje nije nimalo jednostavan, već veoma zahtevan.

GLOBALNA KRIZA HRANE

Svetski program za hranu SAD je jasno rekao „Trenutno postoji globalna kriza hrane – najveća u modernoj istoriji.” (Global Food Crisis – World Food Program USA). Kriza u Ukrajini, kao najozbiljniji bezbednosni izazov u Evropi od kraja Drugog svetskog rata, dramatično je pogoršala odnose između Rusije, s jedne i Zapada s druge strane, te je ostavila dalekosežne negativne posledice po međunarodne odnose u celini. Rat u Ukrajini u velikoj meri je uticao na kretanje cena poljoprivrednih inputa. Rusija je jedan od najvećih svetskih proizvođača goriva, a Ukrajina je jedan od najvećih svetskih proizvođača žitarica. Oko 12% ukupne svetske trgovine iz ovog segmenta potiče iz Rusije i Ukrajine (Abay, Abdelfattah, Breisinger, Glauber, Laborde, 2022). Snabdevanje hranom, uz istovremenu nestašicu veštačkih đubriva su najzahtevniji zadaci za međunarodnu zajednicu, posebno u regionima Bliskog istoka i Severne Afrike. Ako se rat produbi, kriza hrane će se pogoršati, što će predstavljati izazov za mnoge zemlje, posebno one koje se oslanjaju na uvoz hrane, kao što su one u regionu Bliskog istoka i Severne Afrike (Hassen, El Bilali. 2022). Sukob sprečava Ukrajinke da seju pšenicu u onom obimu kao što je to bilo pre rata. Usled sankcija koje je Zapad uveo Rusiji, uvećavaju se troškovi transporta zbog korišćenja alternativnih lanaca snabdevanja. Značaj Ukrajine za halal tržište kao velikog proizvođača hrane može se videti u tabeli 1. koja pokazuje podatak da je 2020. godine ova zemlja izvezla nešto više od 75 milijardi dolara prehrambenih proizvoda u 20 najvećih zemalja sveta sa većinski muslimanskim stanovništvom.

Tabela 1. Izvoz Ukrajine u 20 najvećih zemalja sa većinskim muslimanskim stanovništvom

Br.	Izvoz ukrajinskih prehrambenih proizvoda po zemljama u 2020.	u hiljadama US\$
1.	Turska	217,460.41
2.	Azerbejdžan	96,859.10
3.	Egipat	87,004.10
4.	Maroko	68,872.47
5.	Kazahstan	68,829.35
6.	Saudijska Arabija	41,095.49
7.	Uzbekistan	25,521.90
8.	Irak	25,245.79
9.	Katar	14,561.70
10.	Malezija	12,922.15
11.	Jemen	11,871.83
12.	Tadžikistan	10,460.58
13.	Ujedinjeni Arapski Emirati	10,375.62
14.	Indonezija	10,010.74
15.	Oman	9,879.82
16.	Libija	9,852.25
17.	Turkmenistan	7,930.15
18.	Jordan	7,903.40
19.	Kirgizstan	7,088.15
20.	Liban	6,831.14
	Total	750,576.14.

Izvor: (<https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/UKR/Year/2020/>)

Uprkos činjenici da u ovom trenutku govorimo samo o žitu kao o jednom od glavnih izvoznih proizvoda ovih zemalja, važno je napomenuti da su sirovine na bazi žita neophodne za gajenje životinja širom sveta zbog svoje nutritivne i energetske vrednosti. Kao rezultat toga, cene žita će nastaviti rast, prouzrokujući rast cena hleba, mleka, mesa i drugih proizvoda (Business Standard 2022). Očekivanja su da će se povećanje cene hrane javiti kao posledica porasta cena inputa, kao i poremećenih lanaca snabdevanja hranom (FAO). Nestabilnost pri snabdevanju kao i znatno viši troškovi uvezene energije i veštačkog đubriva su glavni pokretači straha o budućnosti proizvodnje hrane. Ova dva inputa su

posebno važna iz perspektive sigurnosti i bezbednosti hrane. Suočene sa većim troškovima uvoza đubriva i energije, zemlje Bliskog istoka i Severne Afrike su prinuđene da smanje upotrebu uvezenih inputa, a ako domaće zamene nisu dostupne, verovatno će na kraju smanjiti upotrebu ovih inputa u celini. Gotovo je neizbežno da će smanjenje upotrebe inputa dovesti do smanjenja poljoprivredne produktivnosti, što bi moglo imati negativan uticaj i na dostupnost domaće hrane.

Pored ove krize, izazvane ratom u Ukrajini, koji trenutno pogađa većinu svetskih ekonomija, neefikasnost i globalne klimatske promene u većini muslimanskih zemalja dodatno pogoršavaju situaciju i predstavljaju veliku opasnost po nestašicu hrane. Konstantni sukobi na Bliskom istoku i onedavno kriza u Crvenom moru koja je izbila nakon što su jemenski Huti započeli sa napadima na brodove povezane sa Izraelom dodatno utiču na globalni lanac snabdevanja i kapacitete prehrambenih sistema da funkcionišu na odgovarajući način. Zbog toga većina zemalja Bliskog istoka i Severne Afrike stavlja sigurnost hrane u prvi plan svojih strateških prioriteta kako bi osigurala prehrambenu bezbednost za svoje stanovništvo.

HALAL STANDARD KAO PRILIKA ZA PROIZVOĐAČE HRANE U SRBIJI

Halal tržište je svakako interesantno srpskim privrednicima zbog relativne blizine i tradicionalno dobrih ekonomskih odnosa. Prema procenama, jedan od najboljih načina da se Srbija suoči sa spoljnotrgovinskim deficitom i veoma malim obimom izvoza je obnavljanje zanemarenih pozitivnih poslovnih odnosa i trgovinske razmene sa zemljama bliskog i srednjeg istoka i severne Afrike. Glavni razlozi koji idu u prilog vraćanju Srbije na ova tržišta su kompatibilnost privreda i dobri tradicionalni odnosi. Kompatibilnost privreda Srbije i zemalja Bliskog istoka i severne Afrike je veoma istaknuta. Nepovoljni geografski uslovi onemogućavaju te zemlje da zbog nedostatka vode razvijaju poljoprivredu kao i preradne kapacitete za prehrambenu industriju, dok Srbija raspolaže izuzetno povoljnim uslovima za razvoj poljoprivrede i proizvodnju širokog spektra prehrambenih proizvoda. Srbija može koristiti tradicionalne trgovinske veze koje su uspostavljene još iz vremena bivše Jugoslavije za veće prisustvo na tim tržištima. Tadašnji veoma dobri odnosi sa muslimanskim zemljama rezultirali su

velikim izvozom u kojem su uglavnom učestvovali proizvođači hrane iz Srbije. Ta tržišta danas pokrivaju strane multinacionalne kompanije, dok udeo Srbije nije značajan. Nova globalna situacija daje šansu domaćim proizvođačima da se vrate na stara tržišta. Rezultati gravitacionog modela ukazuju da Srbija može da nekoliko puta poveća vrednost izvoza u područja Severne Afrike i Bliskog istoka, u odnosu na sadašnje, skromne vrednosti (Stanojević, Batić 2010).

Navedeni argumenti jasno idu u prilog tezi da na tim tržištima, ili bar na nekoliko njih, Srbija može očekivati značajne mogućnosti za izvoz, te da treba redefinisati svoju izвозnu strategiju i detaljnije ispitati mogućnost povećanja obima izvoza i svoju spoljnu trgovinu sa tim zemljama.

Iz perspektive poslovanja, srpski brendovi koji su se već pozicionirali na tržištu kobrendiranjem sa halal sertifikatom mogli bi da povećaju svoj tržišni udeo. Halal pruža potencijal za pristup starim i osvajanje novih tržišta. Na primer, sa halal sertifikatom kompanije će postati kvalifikovane za ugovore sa većim lancima snabdevanja tamošnjih kompanija. Ovaj standard je priznat širom sveta i može doprineti prepoznatljivosti domaćih robnih marki kod kupaca, koje bi dalje mogle da šire svoje poslovanje i na drugim međunarodnim tržištima.

Halal sertifikat je koristan za preduzeća svih veličina, čak i za one sa samo nekoliko zaposlenih. Manja preduzeća ponekad traže sertifikaciju zbog zahteva u lancu snabdevanja ili kada žele da usvoje najbolje prakse u svom poslovanju. Srpske kompanije bilo koje veličine mogu da ojačaju svoju saradnju sa kompanijama iz muslimanskih zemalja osnivanjem zajedničkih preduzeća i saradnjom. Zajedničko ulaganje može pomoći bržem rastu poslovanja i pristupu novim tržištima i distributivnim mrežama, primer je moguća saradnja sa velikom kompanijom iz Ujedinjenih Arapskih Emirata *Al Dahra* koja je preuzela imovinu PKB korporacije. Danas je Al Dahra jedan od glavnih izvoznika iz Srbije u UAE, te bilo koji oblik saradnje naših malih i srednjih preduzeća sa ovom kompanijom bi doprinelo velikom pomaku ka svetskom Halal tržištu.

Rezultat studije koju su pripremili Borzooei, M., Asgari, M. pokazao je da zemlja porekla nema značajan uticaj na nameru potrošača da kupe proizvode brendova sa halal sertifikatom. Generalno, postoji velika prilika za nemuslimanske zemlje da obezbede halal brendove za muslimane (Borzooei, Asgari, 2015). To što je Srbija pretežno hrišćanska zemlja ne predstavlja problem. Potrošači radije biraju halal brendove iz

zemlje sa hrišćanskom religijom jer je bliža islamu nego budizam (Borzooei, Asgari, 2015). Odsustvo konkurencije na tržištu pruža najbolje mogućnosti srpskim kompanijama da osvoje udeo na ovom ogromnom tržištu.

Društveno i duhovno nasleđe Srbije takođe bi moglo biti potencijal za unapređenje turizma. Jedinstveni kulinarski užici ove zemlje postali su atrakcija za ljude koji posećuju Srbiju. Kako se globalna islamska ekonomija širi, širi se i broj turista iz ovih zemalja što predstavlja veliki potencijal za domaće hotele i restorane. Mogućnosti koje treba iskoristiti kroz saradnju svih zainteresovanih strana, uključujući vladu, dobavljače hrane, lokalne preduzetnike (hotele i restorane) i lokalnu zajednicu. Ovo pitanje je direktno povezano sa nedostatkom svesti javnosti o potencijalu koji ima halal turizam u Srbiji, te je zadatak svih nas, posebno obrazovnih ustanova da predloži sve prednosti koje ovaj standard donosi.

U prethodnom periodu, nakon što je uvidela značaj halal standarda za preduzeća koja se bave proizvodnjom hrane, Vlada je kroz Ministarstvo poljoprivrede Republike Srbije uložila podsticajna sredstva za halal sertifikaciju. Vlada je subvencionisala proizvođače koji su se opredelili za primenu halal standarda u svojoj proizvodnji donirajući 50% vrednosti troškova implementacije. Takođe, mnoge domaće i međunarodne agencije pružale su besplatnu finansijsku pomoć domaćim privrednim društvima u aktivnostima implementacije i sertifikacije halal standarda i pripremaju ih da svoje proizvode predstavljaju na halal tržištu. Prema procenama, tridesetak, uglavnom velikih firmi u Srbiji, primenilo je halal standard do kraja 2023. (www.halal.ba)

Poslednjih godina jedan broj firmi iz Srbije počeo je da izvozi na halal tržišta. Pre svega zahvaljujući sertifikovanim standardima za upravljanje bezbednošću hrane (HACCP i ISO 22000), te firme su veoma brzo primenile zahteve halal standarda, čime su ispunile osnovni uslov za izvoz svojih proizvoda na halal tržišta.

ZAKLJUČAK

U međunarodnoj trgovini standardi predstavljaju zajednički „jezik” ili referentnu osnovu koja olakšava uspostavljanje boljih odnosa između

proizvođača, kupaca i dobavljača. Značaj uvođenja halal standarda rezultira povećanjem izvoza, kao i budućim poslovnim aranžmanima i zajedničkim ulaganjima u prehrambenoj industriji sa inostranim partnerima. Standardizacija omogućava firmama da prošire svoju proizvodnju i da obezbede veću korist, utičući na trgovinski bilans i profitabilnost naših firmi.

Firme koje poseduju HALAL sertifikat su sigurne da raspolažu takvim kvalitetom svojih proizvoda da zadovolje potrebe ciljanog tržišta. Kao rezultat toga, potrošači, koji su sledbenici islamske veroispovesti, dobijaju proizvod očekivanog kvaliteta, što im daje i mogućnost da ispune svoje verske obaveze, a u proizvodnji takvog proizvoda kompanije mogu uspostaviti povoljniju tržišnu poziciju za svoje proizvode.

Kao jedan od najvećih svetskih potrošačkih segmenata, muslimani predstavljaju četvrtinu svetske populacije, koji dele zajednički skup moralnih vrednosti sadržanih u njihovoj veri, pružajući na taj način prednost za globalno halal ekonomsko tržište. Osnovne islamske vrednosti diktiraju način života potrošača i utiču na njihovo ponašanje u kupovini. Iskorišćavanje prednosti ovog segmenta je jedan od načina na koji kompanije proširuju svoje poslovanje i ostvaruju dodatni prihod. Prehrambena industrija Srbije još uvek nije iskoristila mogućnost plasmana svojih proizvoda na ova tržišta, pa bi shodno tome trebalo povećati broj kompanija sa halal sertifikatom. Sa trenutnom globalnom krizom hrane, srpski proizvođači hrane i dalje imaju priliku da prošire svoje poslovanje na ovaj tržišni segment pridržavajući se HALAL standarda.

LITERATURA

1. Abay, K., Abdelfattah, L., Breisinger, C., Glauber, J., Laborde, D. (2022). The Russia-Ukraine crisis poses a serious food security threat for Egypt. <https://www.ifpri.org/blog/russia-ukraine-crisis-poses-serious-food-security-threat-egypt>.
2. Hassen, B. & El Bilali, H. (2022). Impacts of the Russia-Ukraine War on Global Food Security: Towards More Sustainable and Resilient Food Systems? *Foods*, 11(15): 2301. <https://doi.org/10.3390/foods11152301>

3. Borzooei, M., Asgari, M. (2015) Country-of-Origin Effect on Consumer Purchase Intention of Halal Brands. *American Journal of Marketing Research*, 1(1), 1-10.
4. Business Standard, „Middle East to suffer from the grain shortage due to the war in Ukraine”, Business Standard, March 7, 2022, at https://www.business-standard.com/article/international/middle-east-to-suffer-from-the-grain-shortage-due-to-the-war-in-ukraine-122030700098_1.html (pristupljeno 10. juna 2023).
5. Ceranić, S. Božinović, N. (2009). Possibilities and significance of has implementation (halal assurance system) in existing quality system in food industry *Biotechnology in Animal Husbandry* 25 (3-4), 261-266, 2009
6. Giyanti, I., Indrasari, A., Sutopo, W., & Liquiddanu, E. (2021). Halal standard implementation in food manufacturing SMEs: Its drivers and impact on performance. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1577–1602. doi: 10.1108/JIMA-11-2019-0243.
7. Glauber, J.; Laborde, D. How Will Russia's Invasion of Ukraine Affect Global Food Security? Available online: <https://www.ifpri.org/blog/how-will-russias-invasion-ukraine-affect-global-food-security> (pristupljeno 8. decembra 2023).
8. Halal Standard, BAS 1049:2007, Bosna i Hercegovina, 2007. HALAL hrana – Zahtjevi i mjere BAS 1049:2007, 5-12.
9. Jašić, M., Bašić, M., Sakić, A., Čengiđ, F. (2007). Halal status aditiva u mlijeku i mliječnim proizvodima, *Mljekarstvo*, 57 (2), 153-159.
10. Shikoh, R., Mian N. Riaz, Munir M. Chaudry. 04 Sep 2018, Global Halal Economy from: Handbook of Halal Food Production CRC Press Accessed on: 07 Jul 2023
11. Riaz, M., Chaudry, M. (2018). General Guidelines for Halal Food Production. In: *Handbook of Halal Food Production*, (eds.) Riaz, M., Chaudry, M., CRC Press, Boca Raton, USA, str. 17-28.
12. Shah Alam, S., & Mohamed Sayuti, N. (2011). Applying the theory of planned behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8–20. doi: 10.1108/10569211111111676.

13. Stanojević, N., & Batić, J. (2010). Kvantitativna analiza izvoznih potencijala Srbije u zemlje severne Afrike. *Megatrend revija*, 7(1), 129-146.
14. Thomson Reuters and Dinar Standard (2018), State of the Global Islamic Economy Report: 2018/19.
15. Turubatović, L., Vranić, V., Baras, J. (2002). Haccp and Quality System in the Food Processing Industry, *Hemijska industrija*. 56 (4), 160.
16. Zakon o izmenama i dopunama Zakona o bezbednosti hrane ("Sl. glasnik RS", br. 41/2009 i 17/2019)
https://www.paragraf.rs/izmene_i_dopune/140319-zakon-o-izmenama-i-dopunama-zakona-o-bezbednosti-hrane.html
17. https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/UKR/Year/2020/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/16-24_FoodProd/Show/Partner%20Name;XPRT-TRD-VL;XPRT-PRDCT-SHR;CNTRY-GRWTH;/Sort/XPRT-TRD-VL/Chart/top10
18. The Standards and Metrology Institute for Islamic Countries, www.smiic.org/en/smiic
19. www.stackyard.com/news/2010/11/eblex/04_halal_market.html
20. Agencija za certificiranje Halal kvaliteta, dostupno na: www.halal.ba
21. FAO. 2022. Food Outlook – Biannual Report on Global Food Markets. Food Outlook, November 2022. Rome.
<https://doi.org/10.4060/cc2864en>
Dostupno na : www.fao.org/3/cc2864en/cc2864en.pdf
22. World trade organization: Merchandise trade by product , dostupno na:
www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2009_e/its09_merch_trade_product_e.htm
www.wfpusa.org/articles/global-food-crisis-10-countries-suffering-the-most-from-hunger/

HALAL STANDARD – AN OPPORTUNITY FOR FOOD PRODUCERS IN SERBIA IN THE CURRENT GLOBAL FOOD CRISIS

Edin Kalač

Veljko Samardžić

Abstract: *In the context of the current global food crisis, which is caused by a combination of climate change, geopolitical tensions and economic disruptions, the need for market diversification and adaptation of production standards becomes imperative for food producers. The paper analyses the Halal market, which is considered to be one of the fast-growing markets with a large consumer base and the requirements that interested food producers must meet in order to adapt their production to this standard. The aim of the paper is to explore the potential of the Halal standard as a strategy for expanding the market and increasing the competitiveness of food producers in Serbia. Using descriptive analysis, the importance of this standard in the context of the global crisis caused by current conflicts is highlighted, affecting most Muslim countries that import food from abroad. It is concluded that Halal certification can be a sustainable strategy for overcoming current challenges in food production and trade, emphasizing its relevance not only for Muslim consumers but also for the global market, which increasingly values transparency, quality, and ethical production.*

Key words: *Halal / standards / international markets / global crisis.*