

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
ПИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.997  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

### International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2020 Issue: 12 Volume: 92

Published: 28.12.2020 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



Uchkun Mardanovich Avliyokulov

Bukhara engineering-technological Institute

Teacher

[uzb.diplomat@mail.ru](mailto:uzb.diplomat@mail.ru)

## THE IMPACT OF THE HALAL STANDARD ON POLITICAL AND ECONOMIC PROCESSES IN THE SOUTHEAST ASIA REGION

**Abstract:** In the article, the author researches and analyzes the implementation of the halal standard in the food industry and its impact on political and economic processes in the South-East Asia region.

**Key words:** Southeast Asia, Halal, halal concepts, existential threat, food industry certification, islamic sharia.

**Language:** Russian

**Citation:** Avliyokulov, U. M. (2020). The impact of the halal standard on political and economic processes in the Southeast Asia region. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 12 (92), 385-387.

**Soi:** <http://s-o-i.org/1.1/TAS-12-92-75> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.12.92.75>

**Scopus ASCC:** 3320.

### ВЛИЯНИЕ СТАНДАРТА ХАЛЯЛЬ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В РЕГИОНЕ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ

**Аннотация:** В данной статье исследуется и анализируется внедрение стандарта халяль в пищевой промышленности и его влияние на политические и экономические процессы в регионе Юго-Восточной Азии.

**Ключевые слова:** халяль, концепции халяль, экзистенциальная угроза, сертификация пищевой индустрии, исламский шариат, Юго-Восточная Азия.

#### Введение

Политика интеграции мирового рынка ставит многие развивающиеся страны в ситуацию к глобальной конкуренции. Согласно анализу экспертов, точнее занимающейся маркетинговыми исследованиями компании Grand View Research, с 2017 по 2025 годам в мировой индустрии халяльных продуктов питания будет наблюдаться значительный рост из-за увеличения мусульманского населения и значительного увеличения их расходов на продукты питания и напитки.

Если говорим о концепции халяль, в последнее время халяль превратилась из мусульманской потребности в удовлетворение потребностей клиентов во всем мире[1, с.13].

Халяльная экономика охватывает такие области, как логистика, продукты питания, здравоохранение, туризм, косметика и мода[2].

Мусульмане считают, что еда, которую они потребляют, будет определять, насколько

качество поколения и цивилизация в будущем. Халяльная еда будет производить поколение и цивилизация с халяльным образом жизни. Иначе, Еда харам приведет к созданию харама и цивилизация в будущем[3, с.32].

Термин халяль относится к еде и напиткам, которые разрешены для употребления и употребления мусульманами. Термин происходит от арабского слово. По-арабски халяль (حلال) (означает: разрешено, приемлемо или разрешено., и противоположное этому значению харам или запрещено[4, с.113]. Это понятие касается не только еды, но и охватывает все аспекты жизни мусульман. В исламе есть два важных источника шариата для мусульман, а именно Коран и хадисы.

Мусульманские потребители признают продукты Халяль по определению халяль сертификация или логотип халяль на упаковке продукции.

Мусульмане очень избирательны в выборе и покупке продуктов питания и других товаров на

## Impact Factor:

**SISRA (India) = 4.971**  
**ISI (Dubai, UAE) = 0.829**  
**GIF (Australia) = 0.564**  
**JIF = 1.500**

**SIS (USA) = 0.912**  
**ПИИЦ (Russia) = 0.126**  
**ESJI (KZ) = 8.997**  
**SJIF (Morocco) = 5.667**

**ICV (Poland) = 6.630**  
**PIF (India) = 1.940**  
**IBI (India) = 4.260**  
**OAJI (USA) = 0.350**

рынке. Они не будут покупать товары или продукты, которые вызывают сомнения. Религия влияет на деятельность мусульман в обществе, включая Индонезию и Малайзию[5, с.308], и отражается на их потребительском поведении [6, с.10].

Они хотят потреблять и использовать только продукты с официальными знаками халяльной гарантии, выданными правительством. С одной стороны, это явление демонстрирует уровень осведомленности о реализации веры, основанной на исламских законах; с другой стороны, это способствует их чувствительности, когда еда или другие продукты вступают в контакт с элементами харамы и халяля[7, с.445]. Чтобы гарантировать потребителям халяльность, в халяльную индустрию в стран Юго-Восточной Азии как и другие страны вводятся стандарты халяля, а также сертификация халяля от доверенного Исламской Организации[8, с.34].

Ожидается, что к 2025 году мировой рынок халяльных продуктов питания достигнет 2,1 триллиона долларов США с годовым темпом роста 6,1%.

В 2016 году рынок оценивался в 1,24 триллиона долларов США. К 2030 году общее исламское население увеличится с 23 процентов до примерно 30 процентов от общей численности населения мира.

Азиатско-Тихоокеанский регион лидируют на рынке халяльной продукции в данное время. Около 63 процентов мирового мусульманского населения проживает в этом регионе, при этом на Индонезию и Малайзию приходилось более 55 процентов регионального спроса в халяльной продукции в 2016 году[9].

Появление стандарта Халяль в среди стран региона Юго-Восточной Азии связано с кампанией Indofood. Производитель популярной лапши быстрого приготовления Indo Mie, Indofood, является крупнейшим в мире производителем лапши быстрого приготовления, который применил правильный подход к производству высококачественной продукции в соответствии с приемлемыми стандартами, чтобы в конечном итоге проникнуть на рынок Европейского Союза и других стран Запада. Но не все продукты Indofood, на которые нанесена марка халяль, принимаются повсеместно. Принимается в Великобритании, принимается в Бельгии, но не в Малайзии[10].

В Юго-Восточной Азии живёт более 250 миллионов потребителей халяля, а в таких странах, как Малайзия, Индонезия и Сингапур, уже много лет действуют правила, регулирующие импорт халяльной продукции. Проблема в том, что исламские страны в АСЕАН должны прийти к соглашению о едином стандарте халяля.

Отсутствие единых стандартов Халяль в АСЕАН также привело к увеличению производственных затрат для компаний-экспортеров, поскольку они должны соблюдать различные национальные нормативные стандарты. При наличии единого стандарта для стран АСЕАН эти вопросы могут быть решены и помогут минимизировать экспортную стоимость халяльных продуктов, особенно продуктов питания и напитков.

Согласно World Population Review (2019), в Юго-Восточной Азии три страны - Индонезия (87%), Малайзия (60%) и Бруней-Даруссалам (66%), где большинство населения составляют мусульмане, а в странах как Вьетнам (0,1%), Таиланд (12%), Сингапур (14%), Филиппины (5,6%), Камбоджа (1,8%), Мьянма (4,3%), Лаос (0,01%), Восточный Тимор (1%) и Папуа-Нугини (0,05%) определённой частью населения составляет мусульмане. Из-за торговых и социальных факторов в этом регионе проблеме халяля уделяется большое внимание во многих странах.

Проблема халяля стала настолько актуальной в регионе Юго-Восточной Азии, что даже в странах с небольшим мусульманским населением продукция, которая производится и экспортируется во внешней торговле, производится на основе халяльной сертификации. Несмотря на то, что Таиланд является страной мусульманского меньшинства, он преуспел в производстве и экспорте халяльных продуктов на Ближний Восток[11, с.302].

Хотя термин халяль широко используется в странах региона, он также может иметь влияние на текущую социально-политическую ситуацию. Исследователи утверждали, что при продвижении проблемы халяля следует учитывать и безопасность. Исходя из теории экзистенциальных угроз, можно сделать несколько небольших выводов. Рассмотрим этот вопрос на примере Таиланда. К сожалению, быть меньшинством в такой преимущественно буддийской стране, как Таиланд, является проблемой для мусульман, чтобы жить согласно к исламским принципам. Один из примеров связан с принципом халяль. Многие продукты в Таиланде, основанные на шариате, включаются в нехаляльные продукты, представляют угрозу для мусульманского населения Таиланда. Поэтому, согласно теории безопасности, этот нехаляльный продукт называется экзистенциальной угрозой, и для ее преодоления необходимы действия.

Теперь давайте рассмотрим еще один пример, связанный с проблемой халяля. Ситуация в обществе мусульманского меньшинства была упомянута, которую мы видели в примере Таиланда выше. Проблема халяля также актуальна в Индонезии, одной из общин с мусульманским большинством в регионе. Вопрос халяля сначала привлекла внимание, когда ДНК свиньи

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.997  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

обнаружили в нескольких продуктах питания, которые широко распространены в Индонезии. Это было обнаружено исследователем по имени Три Сутрисно из Университета Бравиджая в 1988 году. Существование этого открытия вызвало беспокойство у сообщества. В то время в отчете группы юридических исследований о роли общества в предоставлении информации о халяльных продуктах (2011 г.) было обнаружено снижение общего объема общественного потребления обработанных пищевых продуктов, что могло привести к экономическим потрясениям в Индонезии. Нехалальные продукты, циркулирующие в Индонезии, стали для мусульман реальной угрозой при выборе того, что им потреблять. Уникально то, что в Индонезии существуют две различные формы секьюритизации, основанные на осознании появления новой экзистенциальной угрозы, то

есть импортных товаров, которые угрожают отечественным[12, с.224].

В процессе экономического развития стран региона Юго-Восточной Азии введение халяльной сертификации пищевой индустрии производства явно не очень хорошо воспринимается последователями других религий и веры, проживающих в этом регионе. Причина в том, что правила исламского шариата в отношении продуктов питания которое строго определены в производстве и продаже потребительских халяльных товаров вызывает недовольство среди сторонников других религии. С другой стороны, в среди стран региона пока не установлено единая система сертифицирования продуктов питания. Это приведет к непониманию и затруднение экономических процессов в экспорте и импорте халяльных продуктов.

## References:

1. Hutani, R., Ashadi, R.W., & Hakim, L. (2015, September 30). "Halal Paper Production: A Review", Paper, Proceeding Book The Second Symposium On Global Halal Research, (p.13). Jakarta: LPPOM MUI.
2. Rahman, I. (n.d.). *Halal Industry Overview*. Retrieved from [https://www.trademag.org.tw/Upload/BIPomoti on Meg/706571/PcWHalal%20Industry%20%20\(ALL\).pdf](https://www.trademag.org.tw/Upload/BIPomoti%20on%20Meg/706571/PcWHalal%20Industry%20%20(ALL).pdf)
3. Fitra, S.A. (2015). "Makanan Menentukan Kualitas Generasi dan Peradaban". *Journal Halal*, Vol. XVIII No. 113, Mei-Juni 2015, p. 32.
4. Ismail A. G., & Mohd Noor, M.A. (2016). "Halal Finance and Halal Foods: Are They Falling Apart?," *Journal Acta Universitatis Danubius Economica*, Vol. 12 No. 3, p. 113.
5. Ufen, A. (2009). "Mobilising Political Islam: Indonesia and Malaysia Compared," *Journal Commonwealth & Comparative Politics*, Vol. 47 No. 3, July 2009, p. 308.
6. Jusmaliani, J., & Nasution, H. (2013). "Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption," *ASEAN Marketing Journal*, Vol. I No. 2, p. 10.
7. Roestamy, M. (2014). "The Assurance of Halal Products in Legal System of Indonesia, Regional Perspectives on Law and Rights: Where Are We Now and Where are We Heading?," Paper, Proceeding Book of The 2013 Padjadjaran International Legal Conference Series, 22-24 October 2014, p.445.
8. Ashadi, R. W. (2015). "Halal Science: An Introduction", *Journal of Halal Reseach*, Vol.1 No.1, September 2015, p. 34.
9. (n.d.). *Global Halal Food Market To Hit US\$2.1 Trillion By 2025*. Retrieved from <https://apfoodonline.com/global-halal-food-market-hit-us2-1-trillion-2025/>
10. Mahmud, H. (2011, May 5). *A Unified Halal Standard Mooted For Brunei, Malaysia, Indonesia*, accessed on May 15th, 2017. Retrieved from: <http://halalmedia.net/unified-halal-standardmooted-brunei-malaysia-indonesia/>
11. Jenatabadi, H. S., & Jasimah, C. W. (2017). *Halal Food Industry in Thailand: History, Prospects, and Challenges*. The 1st international halal management conference (IHMC) (pp. 302-307). Seoul: ResearchGate.
12. Akim, N. K., Chandra, P., & Firda, R. R. A. (2019). Securitisation of Halal Issue in Southeast Asia Region: Comparative Studies in Thailand and Indonesia. *Central European Journal of International and Security Studies* 13, no. 4, 2019: 224-241.