

АНАЛИЗ РЫНКА МЯСА И МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ «ХАЛЯЛЬ» КАК ПРИМЕР ПРОДУКТОВЫХ ИННОВАЦИЙ, ОСНОВАННЫХ НА НАЦИОНАЛЬНО - ЭТНИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ

Хамуди Я. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург, Россия)

Научный руководитель: Василенок В. Л., д.э.н., профессор (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург, Россия)

В настоящее время приобретают актуальность исследования, касающиеся влияния религии на формирование социальных практик питания, это обусловлено тем, что потребление пищи является неотъемлемой частью нашей повседневной и духовной жизни. В практиках питания отражаются социальные привычки людей, их ценности и установки, поэтому социальный потенциал еды представляется очень высоким. Одним из важнейших направляющих для мусульман является понятие «Халяль» – это все то, что дозволено употреблять либо использовать. В последнее время все больше людей, вступая в торгово-экономические, финансовые отношения, т.е. связанные с разными услугами и потреблением, интересуются стандартами «Халяль».

Целью работы был анализ состояния рынка мяса и мясных продуктов «Халяль» и его связи с национально-этническими предпочтениями.

Анализ показывает, что религиозно-этнические требования в области соблюдения гигиены и обеспечения безопасности продуктов во многом совпадают с соответствующими «светскими» требованиями.

Особенности качества «Халяль» продуктов пока малоизвестны среди потребителей России. Однако следует подчеркнуть, что российские предприниматели активно вовлеклись в сертификацию своей продукции на соответствие религиозно-этническим требованиям «Халяль», и тем самым увеличивают свои экспортные возможности. Реализацию отмеченной продукции можно увеличивать и за счет внутреннего потребления. Это предположение подтверждает и тот факт, что около одной трети продуктов «Халяль» употребляются потребителями – не мусульманами, которые воспринимают эти продукты как более чистые, более безопасные и более экологичные.

По результатам исследования можно отметить несколько факторов, обуславливающих рост уровня потребления халяльного продовольствия:

- усиление тенденции к конфессиональной и национальной самоидентификации;
- увеличение интереса к национальной кухне;
- укрепление в сознании потребителя идеи здорового питания.

В России до сих пор не проводились профессиональные исследования рынка «Халяль», то есть пока нет данных о потреблении всего того, что разрешено с точки зрения исламского права. Есть отчеты солидных исследовательских организаций по смежным областям, но непосредственно маркетинговых данных в них нет. Рынок халяльных продуктов зреет, но и уже не находится в зачаточном состоянии. Если говорить про мировой рынок продуктов «Халяль», то он развивается очень динамично и составляет примерно 5% мировой торговли продовольствием. Рост идет как за счет вхождения в него новых секторов, так и за счет спроса, который формируют не только более 1,5 млрд. мусульман, но и широкий круг потребителей не мусульман.

Автор _____ Хамуди Я.
Научный руководитель _____ Василенок В.Л..
Заведующий кафедрой _____ Сергеева И.Г.