

УДК 339.16.012.23

РЫНОК МУСУЛЬМАНСКИХ ТОВАРОВ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

Шовхалов Ш.А., Петрова А.Т.

Сибирский федеральный университет, Красноярск, e-mail: shovkhalov.shamil@gmail.com

В статье приводятся данные о росте мирового рынка халяль-индустрии, что говорит об актуальности исследуемой темы. Показано, что рынок мусульманских товаров в России – это бурно развивающийся рынок, поэтому без теоретической проработки основных аспектов, касающихся темы, невозможен эффективный рост, а также появление конкурентоспособных предприятий. Основной целью в ходе исследования было определение особенностей понятия «мусульманские товары» в отличие от терминов «исламские товары» и «халяльные товары». В работе также дано авторское понимание Шариата, как некой совокупности законов, соответствующей Корану и Сунне. Классификация предписаний в Шариате авторами дополнена примерами из экономической жизни. Рынок мусульманских товаров определен как рынок, включающий в себя обращение товаров, изначально создающихся для удовлетворения потребностей мусульманского населения. Все товары, относящиеся к рассматриваемому рынку, классифицированы на продовольственные, не-продовольственные и нефинансовые услуги. Практическая значимость статьи заключается в том, что на следующих этапах исследования можно наиболее точно определить объем рынка, его состав и структуру.

Ключевые слова: коммерческая организация, Ислам, Шариат, религиозный фактор, рынок мусульманских товаров, мусульмане

MARKET OF MUSLIM GOODS: ESSENCE AND FEATURES

Shovkhalov S.A., Petrova A.T.

Siberian federal university, Krasnoyarsk, e-mail: shovkhalov.shamil@gmail.com

Growth of the world market halal industry specifies about relevance of the studied subject. The market of muslim goods in Russia is very emerging market, therefore without theoretical study of the main aspects regarding a subject, the effective growth and emergence of the competitive enterprises is impossible. The main objective in the research was determination of features of the concept «muslim goods» unlike «islamic goods» and «halal goods». Authors gave own understanding of Sharia, as the certain set of laws corresponding to the Koran and Sunnah. Classification of instructions in Sharia by authors is added with examples from economic life. The market of muslim goods is defined as the market including goods which are initially created for satisfaction of requirements of the muslim population. Market of muslim goods is classified on food, nonfood and non-financial services. The practical importance of article: authors will define most precisely market size and its structure at the following research.

Keywords: commercial organization, Islam, Sharia, religious factor, market of muslim goods, muslims

Согласно различным оценкам сегодня рынок халяль (с араб. «дозволенное») превысил 2 трлн дол. и увеличивается ежегодно [5]. При этом согласно исследованию, проведенному Thomson Reuters, общий объем рынка халяль вырастет до 1,6 трлн долларов лишь к 2018 году, в т.ч. продовольственные товары – до 667 млрд долларов [15].

Россия имеет огромный потенциал на рынке мусульманских товаров, так как данная ниша только формируется и принимает свои первичные контуры в бизнес сообществах [11]. Так, председатель комитета торгово-промышленной палаты РФ Александр Борисов в одном из выступлений подчеркнул, что свидетельством развития потребительского рынка является его продолжающаяся сегментация и именно поэтому объем конфессиональных товаров и, в частности, исламской продукции (халяль) будет увеличиваться [7]. При этом на сегодня не существует точных данных о рынке мусульманских товаров в России. При этом часть экспертов утверждает, что в некото-

рых сегментах российского рынка халяль достигает 10% [6]. Несмотря на различие в оценках, выявление особенностей, оценка существующих тенденций развития и сегментации рынка мусульманских товаров является одним из приоритетных направлений развития экономики, а также повышения качества жизни населения [8]. Одним из наиболее важных научных вопросов, все еще не нашедших ответа в российской академической среде, является сущностное понимание рынка мусульманским товаров, раскрытие которого и является **целью данной статьи**.

Теоретический разбор

В российской литературе отсутствует общепринятое определение понятия «рынок мусульманских товаров». При этом некоторыми отечественными учеными дается сущностное понимание термина «исламская экономика». Например, одно из первых определений дал А.Ю. Журавлев в своей монографии «Теория и практика исламского банковского дела», определив, что это

путь экономического развития, определяемый морально-ценностными и правовыми нормами ислама [3, с. 20], а профессор Р.И. Беккин спустя 7 лет в авторском труде «Исламская экономическая модель и современность» отметил, что исламскую экономику можно охарактеризовать как систему хозяйствования в соответствии с нормами и принципами мусульманского права» [2, с. 22]. Очевидно, что рынок исламских товаров – это часть исламской экономики. При этом это ее важнейшая часть, ведь экономика – это неотъемлемая составляющая любого государства, а любая страна должна ставить во главе интересов улучшение уровня жизни населения, что невозможно без создания рынка товаров.

Изначально крайне важно определить взаимосвязь высоко коррелируемых следующих понятий: «исламские товары», «мусульманские товары» и «халяльные товары». Первые два термина следует разграничить, исходя из некоторых отличий понятий «исламское право» и «мусульманское право», которые также разделяют и российские специалисты в области исламского права и экономики, например, профессора Л.Р. Сюкияйнен и Р.И. Беккин. Так, Л.Р. Сюкияйнен в 2013 г. отмечает в одной из информационно-аналитических передач: «Я в течение долгих лет... до 2006 г. использовал термин «мусульманское право» и считал, что нет смысла его менять, а затем я пришел к выводу, что точнее говорить «исламское право... Термин «мусульманское право» привязывает его к мусульманам, а «исламское право» привязывает к исламу» [9]. Схожую идею высказал и Р.И. Беккин: «...если мы говорим: «мусульманское право», мы подразумеваем, что это право тесным образом регулирует жизнь мусульман и практически не затрагивает немусульман. Если же мы употребляем прилагательное «исламский», то тем самым мы в первую очередь указываем на происхождение и связь данной правовой системы с исламом» [1]. В свою очередь, термины «исламские товары» и «халяльные товары», на наш взгляд, имеют одинаковое значение, так как в обоих случаях речь идет о том, что дозволено Исламом. Слово «халяль» (араб. *حلال*) в переводе с арабского означает «дозволенное», то есть согласно исламским канонам к халяль относится все, что разрешил Бог. Сюда можно отнести абсолютно все, например выделяют халяльный заработок, халяльные напитки, а если мужчина женится на женщине, со-

блюдая все исламские правила, то их отношения носят халяльный статус, и пр. Существует еще множество иных примеров, однако достаточно ограничиться сказанным, чтобы доказать, что слова «исламский» и «халяльный» являются если не синонимами, то достаточно близкими по смыслу терминами.

При этом важно подчеркнуть, что все три термина упираются в понятие «Шариат». В литературе встречаются различные определения Шариата. Например, российский исламовед Г.М. Керимов называет Шариат «систематизированным сводом мусульманских законов» [4, с. 3], а известный исследователь в области исламского права Л.Р. Сюкияйнен отмечает, что «шариат – это обращенные к людям предписания Корана и Сунны» [10].

Основываясь на опыте предыдущих исследователей, можно определить, что Шариат – это совокупность законов, соответствующая Корану и Сунне, о правилах и нормах поведения во всех сферах жизнедеятельности.

Под нормами поведения автор рассматривает этические аспекты, установленные в Исламе, но по-разному регулируемые исламским правом (честность, справедливость и пр.).

Правила поведения Шариата регулируются исламским правом, состоящим из трех основных разделов:

- 1) индивидуальное и коллективное поклонение (от арабск. *عبادة* – «поклонение»);
- 2) деловые взаимоотношения между людьми (от арабск. *معاملات* – «взаимоотношения»);
- 3) установленное наказание (от арабск. *عقوبات* – «наказание») [12].

Несоблюдение правил исламского права означает недействительность процесса или явления (например, акта купли-продажи), что влечет за собой соответствующие установленные последствия (например, расторжение сделки). Существующие предписания и запреты в исламском праве в отношении дееспособного мусульманина классифицируются на пять категорий (таблица).

Таким образом, понятие «халяль», противопоставляясь термину «харам», четко определено исламским правом [13]. Все, что выходит за рамки запретов исламского права, можно отнести к халяльным или исламским товарам. В свою очередь, мусульманские товары также входят сюда, но исключаются товары, которые производятся и реализуются для всех категорий населения, независимо от религиозной принадлежности.

Классификация предписаний в Шариате [14]

Виды	Смысл	Религиозный аспект	Пример из экономической жизни
1. Фард или ваджиб	Обязательное	За исполнение – награда (в религиозном понимании), за неисполнение – наказание (то же)	Закят (обязательный платеж людей, достигших определенного уровня богатства, в пользу установленных категорий)
2. Мустахаб или мандуб	Желательное	За исполнение – награда, за оставление – нет наказания	Закят-уль-фитр (согласно ханафитскому мазхабу – ваджиб); отсрочка дебиторского долга
3. Мубах	Дозволенное	Не влекущее за собой ни награды, ни наказания	Деловая поездка; купля-продажа дозволенного
4. Макрух	Нежелательное	За исполнение – нет наказания, за оставление – награда	Расточительность; задержка заработной платы
5. Харам	Запрещенное	За исполнение – наказание, за оставление – награда	Ростовщичество; обвешивание

Заключение

Итак, по нашему мнению, рынок мусульманских товаров – это рынок, включающий в себя обращение товаров, изначально создающихся для удовлетворения потребностей мусульманского населения.

К ним можно отнести следующие категории:

1. Продовольственные товары
 - мясо дозволенных животных, забитых по нормам исламского права, но не рыба, она в основе дозволена, так как не требует убоя;
 - полуфабрикаты из халяльного мяса;
 - кондитерские изделия с использованием элементов, имеющих дозволенное с точки зрения исламского права происхождение (желатин, молочная сыворотка и пр.);
 - детское питание – халяль;
 - иное.
2. Непродовольственные товары:
 - парфюмерия и косметика, выпускаемая исключительно по нормам исламского права;
 - профессиональная исламская одежда;
 - иное.
3. Нефинансовые услуги
 - общественное питание, содержащее исключительно халяльную продукцию;
 - фитнес-центры, спа-салоны, парикмахерские с соблюдением норм исламского права;
 - издательство исламских журналов, книг и пр.
 - медицинские услуги в рамках Ислама;
 - халяльный туризм;
 - иное.

Предложенное определение будет точнее определять векторы развития рынка мусульманских товаров. В дальнейших исследованиях планируется провести оценку динамики объема рынка мусульманских товаров в России, его состава и структуры.

Список литературы

1. Беккин Р.И. Исламское или мусульманское право? (К вопросу о правовых аспектах исламских финансов). Проблемы современной экономики. – 2013. – № 4 (48). – С. 429–430.
2. Беккин Р.И. Исламская экономическая модель и современность. – М.: Марджани, 2010. – 352 с.
3. Журавлев А.Ю. Теория и практика исламского банковского дела. – М., 2002. – 244 с.
4. Керимов Г.М. Шариат: Закон жизни мусульман. Ответы Шариата на проблемы современности. – СПб.: ДИЛЯ, 2009. – 512 с.
5. Оборот Халяльного рынка – 2 триллиона долларов США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russiahalal.com/novosti/oborot-khalyalnogo-gynka-2-trilliona-dollarov-ssha>. (дата обращения: 12.03.15).
6. О развитии производства халяль в мире / Л.Р. Загирова [и др.] // Молодой ученый. – 2015. – № 3. – С. 143–146.
7. Рынок профессиональной продукции вызывает все больший интерес не только у верующих [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tpprf.ru/ru/news/41364> (дата обращения: 12.03.15).
8. Петрова А.Т. Выявление приоритетов в управлении качеством жизни населения региона. Сибирская финансовая школа. – 2006. – № 3. – С. 12–16.
9. Сюкияйнен Л.Р. Програма «ПэЧе»: «Исламское право» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=4bdVrTiSf9U> (дата обращения: 05.01.15).
10. Сюкияйнен Л.Р. Шариат и мусульманско-правовая культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldislamlaw.ru/?p=343> (дата обращения: 05.01.15).
11. Шовхалов Ш.А. Влияние религиозного фактора на коммерческую деятельность на примере исламской доктрины. Культура и религия в XXI веке: проблемы и перспективы: материалы III международной научно-практической конференции (9 декабря 2014 г.). – Саратов: Академия бизнеса, 2014. – 107 с.

12. Шовхалов Ш.А. Ограничения в деятельности коммерческих организаций с позиции Ислама. Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – М.: Наука-Бизнес-Паритет, 2012. – № 4. – С. 106–110.

13. Шовхалов Ш.А. Принципы ведения коммерческой деятельности с позиции Ислама. Экономика и предпринимательство, 2013. – № 6. – С. 603–605.

14. Шовхалов Ш.А. Теория и практика ведения бизнеса по Шариату: монография. – Красноярск, 2013. – 125 с.

15. Dubai Exports signs series of agreements to enable easier access to halal markets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zawya.com/story/Dubai_Exports_signs_series_of_agreements_to_enable_easier_access_to_halal_markets-ZAWYA20141026092632 (дата обращения: 12.03.15).

References

1. Bekkin R.I. Islamskoe ili musulmskoe pravo? (K voprosu o pravovykh aspektakh islamskikh finansov). Problemy sovremennoj jekonomiki. 2013. no. 4 (48). pp. 429–430.

2. Bekkin R.I. Islamskaja jekonomicheskaja model i sovremennost. M.: Mardzhani, 2010. 352 p.

3. Zhuravlev A.Ju. Teorija i praktika islamskogo bankovskogo dela. M., 2002. 244 p.

4. Kerimov G.M. Shariat: Zakon zhizni musulman. Otvety Shariata na problemy sovremennosti. SPb.: DILJa, 2009. 512 p.

5. Oborot Haljalnogo rynka 2 trilliona dollarov SShA [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://russiahalal.com/novosti/oborot-khalyalnogo-rynka-2-trilliona-dollarov-ssha>. (data obrashhenija: 12.03.15).

6. O razvitii proizvodstva haljal v mire / L.R. Zagirova [i dr.] // Molodoj uchenyj. 2015. no. 3. pp. 143–146.

7. Rynok konfessionalnoj produkcii vyzyvaet vse bolshij interes ne tolko u verujushhij [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://tpprf.ru/ru/news/41364> (data obrashhenija: 12.03.15).

8. Petrova A.T. Vyjavlenie prioritetov v upravlenii kachestvom zhizni naselenija regiona. Sibirskaja finansovaja shkola. 2006. no. 3. pp. 12–16.

9. Sjukijajnen L.R. Programa «PjeChe»: «Islamskoe pravo» [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.youtube.com/watch?v=4bdVrTiSf9U> (data obrashhenija: 05.01.15).

10. Sjukijajnen L.R. Shariat i musulmsko-pravovaja kultura [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.worldislamlaw.ru/?p=343> (data obrashhenija: 05.01.15).

11. Shovhalov Sh.A. Vlijanie religioznogo faktora na kommercheskuju dejatel'nost na primere islamskoj doktriny. Kultura i religija v XXI veke: problemy i perspektivy: materialy III mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii (9 dekabrya 2014 g.). Saratov: Akademiya biznesa, 2014. 107 p.

12. Shovhalov Sh.A. Ogranichenija v dejatel'nosti kommercheskikh organizacij s pozicii Islama. Aktualnye problemy socialno-jekonomicheskogo razvitija Rossii. M.: Nauka-Biznes-Paritet, 2012. no. 4. pp. 106–110.

13. Shovhalov Sh.A. Principy vedenija kommercheskoj dejatel'nosti s pozicii Islama. Jekonomika i predprinimatel'stvo. M.: Jekonomika i predprinimatel'stvo, 2013. no. 6. pp. 603–605.

14. Shovhalov Sh.A. Teorija i praktika vedenija biznesa po Shariatu: monografija. Krasnojarsk, 2013. 125 p.

15. Dubai Exports signs series of agreements to enable easier access to halal markets [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: http://www.zawya.com/story/Dubai_Exports_signs_series_of_agreements_to_enable_easier_access_to_halal_markets-ZAWYA20141026092632 (data obrashhenija: 12.03.15).

Рецензенты:

Камзабаева М.С., д.э.н., профессор кафедры управления, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск;

Намханова М.В., д.э.н., доцент, ведущий научный сотрудник научно-исследовательского центра, Институт экономики и управления, Бурятский государственный университет, г. Улан-Удэ.