



OPENACCESS

Al-Azva الإضاء

ISSN 1995-7904 ;E 2415-0444

Volume 39, Issue, 61, 2024

www.aladwajournal.com

عالمی حلال صنعت اور اس کے بڑھتے ہوئے رجحانات (ایک تحقیقی مطالعہ)

Emerging Dynamics in the Global Halal Industry

An exploratory study

Numan Anwar

Shariah Expert, Global Halal Services, Pakistan

Abstract

KEYWORDS

Global; halal industry; opportunities; sectors; economic development; products; supply chain



Date of Publication:
28-06-2024



The global halal industry as a whole has an annual value of approximately 2trillion US dollars, which is now one of the fastest growing markets. At the same time, the global market growth is estimated to reach an annual rate of 20 percent per annum. Halal industry is no longer limited to food and food-related products (rather its scope has now expanded to cosmetics, pharmaceuticals, halal finance, halal tourism, etc.). This paper attempts to review the current realities of the global halal industry by observing the factors that determine the growing demand for the halal industry apart from the opportunities presented by recent global developments in the market. In order to achieve the objectives of the study, this paper has adopted the methodology of analyzing secondary data obtained from various sources. The findings show that there are three major factors driving the fast-growing global halal market. First, a large and growing Muslim population at a rate of 1.8 percent per annum, second, increasing economic growth and hence increasing purchasing power of Muslims. The last is the emergence of a potential halal market in non-Muslim countries and halal industry traders. Moreover halal supply chain can plays a vital role in continuously growing Halaal economy/market if public and private sector show a keen interest in it. As a way forward, industry traders need to deepen their knowledge and understanding of the Muslim market (patterns and behaviours), regularly update data, and address untapped market niches. Along with the

product sales and promotion should be leveraged. The findings and recommendations of this work will be an excellent resource for future researchers and scholars in related fields as well as policy makers to make their strategic decisions in the areas of halal industry.

مجموعی طور پر عالمی حلال صنعت کی سالانہ مالیت تقریباً 2 ٹریلین امریکی ڈالر ہے، جو اب تیزی سے ترقی کرنے والی مارکیٹوں میں سے ایک ہے۔ اس کے ساتھ ہی، عالمی منڈی کی نمو کا تخمینہ 20 فیصد سالانہ کی سالانہ شرح تک پہنچنے کو ہے۔ حلال صنعت اب خوراک اور خوراک سے متعلقہ مصنوعات تک محدود نہیں رہی بلکہ اس کا دائرہ کار اب کا سیمینٹیکس، فارماسوٹیکل، سرامکس، حلال سیاحت، حلال میڈیا، حلال فنانس وغیرہ تک پھیل چکا ہے۔ حلال کی مقبولیت کا اندازہ اس بات سے بھی لگایا جاسکتا ہے کہ اس میدان میں نہ صرف مسلم تاجر آگے بڑھ رہے ہیں بلکہ غیر مسلم تاجر بھی گہری دلچسپی لے رہے ہیں۔ حلال مصنوعات کی بڑھتی ہوئی مانگ مسلسل تاجر اور صارفین کو اس شعبہ کی طرف متوجہ کر رہی ہے۔ مزید برآں حلال مصنوعات اب صرف مسلمانوں کے لیے ہی خاص نہیں بلکہ ایک بڑی تعداد غیر مسلموں کی بھی ان کے اعلیٰ و بہترین معیار اور بڑھتی ہوئی مانگ کی وجہ سے ان کی طرف متوجہ ہے۔

اس مقالے میں مارکیٹ میں حالیہ عالمی ترقی سے پیش کیے جانے والے مواقع کے علاوہ حلال صنعت کی بڑھتی ہوئی طلب کا تعین کرنے والے عوامل کا مشاہدہ کرتے ہوئے عالمی حلال صنعت کی موجودہ حقیقتوں کا جائزہ لینے کی کوشش کی گئی ہے۔ مطالعہ کے مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے، اس مقالے میں مختلف ذرائع سے حاصل کردہ ثانوی اعداد و شمار کا تجزیہ کرنے کا طریقہ کار اپنایا گیا ہے۔

حلال:

فقہاء کرام کے نزدیک:

"شریعت میں حلال وہ ہے جسے اللہ کی اور رسول کی سنت نے مباح قرار دیا ہے یعنی جس کی حلت اللہ

تعالیٰ کی طرف سے ثابت ہے" ¹۔

ڈاکٹر یوسف قرضاوی حلال کا مفہوم بیان کرتے ہوئے لکھتے ہیں:

"مباح یا غیر ممنوع وہ ہے جس کے کرنے کی شارع نے اجازت دی ہو" ²۔

کتاب "حلال فوڈ پروڈکشن" میں حلال کو اس انداز میں بیان کیا گیا ہے:

"حلال سے مراد جائز، اس کا اطلاق گوشت اور پولٹری اور دیگر غذائی مصنوعات، ذاتی آرائش کے

سامان اور ذاتی دیکھ بھال / صحت سے متعلق اشیاء پر ہوتا ہے، اس کا اطلاق ذاتی رویہ اور اپنے

فرقہ / ملت سے ربط اور میل جول پر بھی ہوتا ہے" ³۔

"مشہور ای نمبر زور ان کی شرعی حیثیت" میں حلال کی تعریف یوں کی گئی ہے:
 "حلال سے مراد وہ چیز ہے جس کی اسلامی قانون میں اجازت ہو۔ اس کا اطلاق نہ صرف جانوروں اور
 پرندوں کے گوشت پر بلکہ دیگر غذائی مصنوعات، مشروبات، کاسمیٹکس اور شخصی استعمال کی اشیاء پر
 بھی ہوتا ہے" ⁴۔

مذکورہ بالا تعریفات سے معلوم ہوتا ہے کہ حلال کا دائرہ کار انسانی زندگی کو محیط ہے اور انسان کو عبادات و
 معاملات کے علاوہ اکل و شرب میں بھی حلال (غذاء) کی تلقین کی گئی ہے ⁵۔

طیب:

"طیب" ہر وہ چیز ہے جس سے انسانی حواس کو یا اس کی روح کو لذت پہنچے۔ یا ہر وہ چیز جو کہ تکلیف و نجسٹ و
 گندگی سے خالی و پاک ہو ⁶۔

ایک اور جگہ اسے اس انداز میں بیان کیا گیا ہے:

"طیب سے مراد ایسی اشیاء ہیں جو ایک سلیم الطبع انسان کو طبعی طور پر مرغوب اور پسندیدہ ہوں" ⁷۔

حلال کی وسعت / دائرہ کار:

حلال کا دائرہ کار بہت وسیع ہو چکا ہے۔ کچھ عرصہ قبل حلال کا اطلاق صرف کھانے پینے کی اشیاء تک ہی محدود تھا
 لیکن وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ اس میں وسعت آئی۔ موجودہ دور میں حلال کی اصطلاح ایک وسیع تناظر میں
 استعمال ہوتی ہے اور اس سے مراد صرف مرغی (چکن)، مٹن، بیف، بیکری اور ڈیری کے مصنوعات نہیں
 ہوتے، بلکہ مشروبات و ماکولات، ادویات، آرائش و زیبائش کے آلات، حلال فیشن (Halal Fashion)، حلال
 کچن (Halal Kitchen)، حلال پارک (Halal Park)، حلال / مسلم دوست سیاحت (Muslim
 Friendly Tourism) اور ٹیکسٹائل مصنوعات سب ہی مراد ہوتے ہیں۔ مزید برآں آنے والے وقت میں اس
 میں اور زیادہ وسعت آئے گی اور مصنوعات کی مارکیٹنگ (Marketing)، سورسنگ (Sourcing)، نقل و
 حمل (Transportation) اور فنانسنگ (Financing) سب حلال کے دائرہ کار میں آجائیں گے۔ جس طرح
 حکومتی کوششوں سے زرعی لائیو اسٹاک کے سپلائی چین کے تمام اسٹیک ہولڈرز، مثلاً کاشتکاروں، صنعت کاروں اور
 تاجروں کو ایک سطح پر لایا جا رہا ہے اسی طرح ضرورت ہے کہ حلال فوڈ کے سلسلے میں خام مال سے لے کر صارف تک
 اور کھیت سے کانٹے تک ایک منظم و مربوط سپلائی چین کا نظام تشکیل دیا جائے تاکہ حلال کے شعبہ کو بالعموم اور
 حلال فوڈ کے شعبہ کو بالخصوص منظم کیا جاسکے ⁸۔

عالمی حلال مارکیٹ (انڈسٹری):

عالمی مارکیٹ میں حلال مصنوعات کی برآمدات (Exports) کا حجم دو کھرب ڈالر سالانہ ہے جس میں ایک تہائی حصہ کھانے پینے (Food & Beverages) کی اشیاء کا ہے۔

حیران کن طور پر حلال اشیاء برآمد کرنے والے دس اولین ممالک میں صرف ترکیہ مسلمان ملک ہے جب کہ حلال اشیاء کی سب سے زیادہ ایکسپورٹ غیر مسلم ممالک سے ہوتی ہے۔ حلال اشیاء میں فارما، کاسمیٹکس، فوڈ اینڈ بیوریجز شامل ہیں جس میں سب سے زیادہ حصہ حلال گوشت کی برآمدات کو حاصل ہے۔ برازیل وہ ملک ہے جو سب سے زیادہ حلال گوشت برآمد کرتا ہے جبکہ انڈیا دوسرے نمبر پر ہے۔ اس فہرست میں پاکستان کا نمبر اٹھارہواں ہے⁹۔ برآمدات کے موافق حالات اور بہتر انویسٹمنٹ کی رہنمائی نہ ہونے کے باعث پاکستانی مینوفیکچررز اور ایکسپورٹرز حلال مارکیٹ سے بہتر طور پر فائدہ نہیں اٹھا سکے۔

پاکستان دنیا کے بہترین زرعی ممالک میں سے ایک ہے۔ ملکی ترقی کا دارومدار برآمدات کی بڑھوتری پر ہوتا ہے لیکن پاکستان میں زراعت سے منسلک لائیو اسٹاک (Live Stock) کے شعبے کو وہ سہولیات حاصل نہیں ہیں جو برآمدات بڑھانے کے لیے ضروری ہیں۔ جس طرح پاکستان میں میٹ پر اسینگ پلانٹ (Meat Processing Plant) کا حصول دیگر ممالک کی نسبت ایک مشکل و مہنگا عمل ہے بالکل اسی طرح جانوروں کی افزائش کے لیے مناسب و بہتر لائیو اسٹاک فارمنگ نہ ہونے کی وجہ سے جانوروں کی فراہمی کا بھی مسئلہ ہے¹⁰۔

حلال مارکیٹ کے عناصر:

حلال مارکیٹ کی روز افزوں ترقی مسلم امہ کے لیے ایک بڑا چیلنج ہے۔ ذیل میں چند بنیادی عناصر کا ذکر کیا جائے گا جس سے یہ پتا چلے گا کہ مسلم تاجر کن امور کو ملحوظ رکھ کر بڑھتی ہوئی عالمی معیشت میں اپنا کردار اور نام پیدا کر سکتے ہیں۔

مسلم آبادی:

دنیا بھر میں مسلم آبادی میں تیزی سے اضافہ وہ عنصر ہے جو عالمی حلال مارکیٹ کی توسیع کو سب سے زیادہ آگے بڑھا رہا ہے۔ عالمی آبادی 8.1 بلین تک پہنچنے کی توقع ہے اور اس وقت تک مسلمانوں کی آبادی 2.18 بلین ہو جائے گی۔ تاہم، موجودہ اعداد و شمار سے پتہ چلتا ہے کہ مسلم آبادی پہلے ہی دنیا کی آبادی کا 28.26 فیصد ہے جو کہ 2.18 بلین ہے¹¹۔

”Millennial“ کو جزییشن Y کے نام سے بھی جانا جاتا ہے، جو معیشت کے ساتھ ساتھ عالمی حلال صنعت کی ترقی میں ایک محرک عنصر ہے۔ یہ وہی ہیں جو مسلم ہزار سالہ ضروریات کو پورا کرتے ہیں اور خوردہ معیشت میں

تبدیلیاں لاکر برانڈز (Brands) مرتب کرتے ہیں۔ وہ انٹریپرائیور شپ (Entrepreneurship)، جدت طرازی، ٹیکنالوجی سے واقفیت اور ممکنہ طاقت کے لحاظ سے محرک ہیں۔ 2027 تک، "Millennial" بنیادی صارف قوت کے طور پر دنیا کی آبادی کا 2.8 بلین مقرر کیا گیا ہے¹²۔

اس کے ساتھ ساتھ، OIC ممالک میں جزییشن 0.7Y بلین تک پہنچ جائے گی جس کی اوسط عمر 28.2 ہے جو کہ عالمی نوجوان آبادی کی عمر سے کم ہے۔ آبادی کے لحاظ سے سب سے تیزی سے بڑھتے ہوئے مذہب کے طور پر، اسلام کے 2050ء تک سب سے زیادہ مقبول مذہب ہونے کا امکان ہے، جو کہ حلال صنعت کی ترقی کی ایک اور اہم علامت ہے¹³۔

مسلمز جی ڈی پی:

طاقت کی برابری یا جی ڈی پی کے ذریعے مجموعی گھریلو پیداوار عالمی حلال صنعت کی ترقی کی ایک اور محرک قوت ہے اور یہ معیشت کی ممکنہ طاقت کی پیمائش کرنے کے لیے اقتصادی ٹولز میں سے ایک ہے۔ عالمی بینک کی طرف سے دی گئی GDP کی تعریف امریکی ڈالر کی بنیاد پر امریکی مارکیٹ کے مقابلے میں "ملکی کرنسی کی اتنی ہی مقدار میں ایشیا اور خدمات خریدنے کے لیے درکار ملک کی کرنسی کی تعداد" ہے۔

جیسے جیسے آبادی کا سائز بڑھ رہا ہے، مسلمانوں کی اوسط فی کس آمدنی (GDP) 1993 سے 2015 تک USD\$1763 سے USD\$10,728 تک بڑھ گئی ہے اور OIC کے 57 ممالک کی مشترکہ GDP USD27.9 ٹریلین ہے ("OIC کی معیشت"، "ویکیپیڈیا، 2023)¹⁴۔ دنیا بھر میں مسلمانوں کے ساتھ ساتھ صارفین (Consumers) کی قوت خرید بھی متعلقہ ممالک کی بڑھتی ہوئی جی ڈی پی کے ساتھ بڑھ رہی ہے۔ برآمدات بھی کسی ملک کی جی ڈی پی میں اہم کردار ادا کرنے والا جزو ہے۔ حلال کی برآمد 2016 میں کل 50 بلین ڈالر سے 2030 تک 1 بلین ڈالر سے تجاوز کرنے کا امکان ہے۔ حلال صنعت کا برآمدی ماحولیاتی نظام تین اجزاء پر مشتمل ہے۔ پائیدار انویسٹری، جو جانوروں کی درد اور افزائش کے ذریعے تیار کی گئی ہے، ہر سال 0.5 ٹن بھیجی جاتی ہے۔ اس کے بعد، اعلیٰ درجے کی پروسیسنگ جس کی قیادت ملٹی نیشنلز نے کی، جس میں 5000 سے زائد افراد ملازم ہیں۔ تیسرا جزو سرٹیفیکیشن ہے جو عالمی معیار کے حلال سرٹیفیکیشن اور ایکریڈٹیشن میں سر فہرست ہے¹⁵۔

حلال مارکیٹ کا بڑھنا:

دنیا کے بہت سے ممالک میں صنعت کے کھلاڑیوں کے پاس بہت ساری مہم چل رہی ہے جو حلال مصنوعات اور خدمات کے بارے میں بالواسطہ آگاہی پیدا کرتی ہے جس کے نتیجے میں حلال مارکیٹ کی قوت ہوتی ہے۔ دنیا بھر کے صارفین حلال کی اہمیت سے آگاہ ہو رہے ہیں، نہ صرف کھانے کی کھپت کے لحاظ سے، بلکہ اس کے ساتھ مربوط اخلاقی اقدار بھی، جیسے مسلم دوست سیاحت (MFT)، معمولی فیشن، لاجسٹک، فارماسیوٹیکل وغیرہ۔ حلال انڈسٹری

میں کھربوں ڈالر کا کاروبار صارفین کی اس ابھرتی ہوئی ضرورت کا نتیجہ ہے۔ واضح ہے کہ مسلم اکثریتی ممالک جیسے ملائیشیا، انڈونیشیا، سعودی عرب، اور پاکستان اور دیگر غیر مسلم ممالک بھی جی آئی ای (GIE) انڈیکسٹر سکور میں آگے ہیں۔ تاہم، دیگر ممالک جیسے تھائی لینڈ، فلپائن، چین اور سنگاپور میں ابھرتی ہوئی مارکیٹیں حلال صنعت میں ممکنہ ترقی کو ظاہر کرتی ہیں۔

ان تمام ممالک کی ابھرتی ہوئی مارکیٹیں حلال کو برآمدات، سیاحت، ویلیو ایڈ، تجارت، تحقیق، سرٹیفیکیشن کی مہارت، تربیتی پروگرام، حلال سائنس سپوزیم، خام مال فراہم کرنے والے اور کچھ دوسرے پہلوؤں کے ذریعے معیشت کو متحرک کرنے کے ایک ذریعہ کے طور پر دیکھتی ہیں۔

ابھرتے ہوئے نئے کھلاڑیوں کی کچھ مثالوں میں سنگاپور کی سپر مارکیٹ My Outlets، لاجسٹک سروسز میں جاپان کی Nippon Express، ترکی کی Banvit meat Company، U.K میں قائم Willobrook Honest Chop of U.S.A، Asada's، Halal Exotic Meats، Farm اور بہت کچھ شامل ہیں¹⁶۔

Fleishman Hillard Majlis نے اپنی کتاب "The New Silk Road" میں چین کو ایک ممکنہ ابھرتی ہوئی حلال مارکیٹ کے طور پر متعارف کرایا ہے۔ شہر، "Yiwu" کتاب میں ذکر کردہ مثالوں میں سے ایک ہے جہاں ہر سال 200,00 سے زیادہ عرب شہری آتے ہیں کیونکہ یہ چین میں ایشیائے خوردونوش کی سب سے بڑی ہول سیل مارکیٹ ہے۔ حلال انڈسٹری کے دائرہ کار کو سمجھتے ہوئے چند ایسے اقدامات کیے گئے ہیں جو ملکی معیشت میں بے پناہ اضافہ کر رہی ہے، جیسے ایسی مصنوعات کی دستیابی جو مسلمان صارفین کو پسند ہیں، آسان تجارت، تقریباً 10,000 مسلمانوں کے لیے نماز کاہال، اور حلال کھانوں تک آسان رسائی¹⁷۔

USA حلال صنعت میں ایک اور ممکنہ ابھرتی ہوئی مارکیٹ ہے۔ حال ہی میں امارات کنسلٹنٹس کے ذریعہ رپورٹ کردہ ڈیٹا سے پتہ چلتا ہے کہ یو ایس کو شرم مارکیٹ کے 16% صارفین مسلمان ہیں۔ سپر مارکیٹوں کی شیلف میں ہر ایک حلال مصنوعات کے لیے چھپاسی کو شرم پروڈکٹس ہیں۔ اس میں یہ بھی کہا گیا ہے کہ امریکی مسلمان کو شرم مصنوعات پر سالانہ 16 بلین ڈالر سے زیادہ خرچ کر رہے ہیں۔ کیونکہ وہاں حلال مصنوعات دستیاب نہیں ہیں۔ اسی طرح کا منظر برطانیہ کی حلال مارکیٹ میں بھی دیکھا جاسکتا ہے جو کہ قومی اوسط 1% سالانہ کے ساتھ 15% کی شرح سے بڑھ رہی ہے۔ مزید برآں، دنیا بھر کے ممالک حلال صنعت میں ایک دوسرے کا مقابلہ کرنے والے مارکیٹ پلیئر کے طور پر ابھر رہے ہیں۔ HDC کی ایک حالیہ رپورٹ، جو Bio Malaysia & ASEAN Bio Economic Conference 2015 میں پیش کی گئی ہے، عالمی سطح پر ایسی کئی ابھرتی ہوئی مارکیٹوں کو بیان کرتی ہے۔ جیسے متحدہ عرب امارات اسلامی معیشت کا مرکز بننے کا سوچ رہا ہے، چین میں گھریلو حلال معیشت میں سالانہ 10 فیصد اضافہ ہو رہا ہے، تھائی لینڈ حلال پراسیس فوڈ کے سب سے بڑے پروڈیوسر کے طور پر دنیا کا کچن بننے کے

لیے تیار ہے، جاپان نے حلال کو شراکت کے کلیدی ذریعہ کے طور پر پیش کیا، 2030 تک جنوبی کوریا حلال کو اپنی معیشت کے لیے، اہم منزل بننے کا خواب دیکھ رہا ہے¹⁸۔

مسلمانوں کا طرز زندگی (مسلم طرز زندگی کی پیشکش):

چونکہ دنیا بھر میں مسلمانوں کی آبادی میں تیزی سے اضافہ ہو رہا ہے، حلال صنعت نے اپنی پیشکشوں کو طرز زندگی کے شعبوں تک بڑھا دیا ہے جس میں حلال کھانے (حلال خوراک کو یقینی بنانا)، مسلم دوست سیاحت اور مہمان نوازی کی خدمات، حلال دواسازی اور کاسمیٹکس کے ساتھ ساتھ فیشن انڈسٹری اور تفریح وغیرہ شامل ہیں¹⁹۔

حلال کھانوں کا انتخاب جو معیاری اور صحت بخش بھی ہو مسلمانوں کے ساتھ ساتھ غیر مسلم صارفین کے لیے حلال انڈسٹری کی جانب سے طرز زندگی کی سب سے بڑی پیشکشوں میں سے ایک ہے۔ حلال کھانوں کی مانگ میں اضافہ ہو رہا ہے کیونکہ صارفین حلال سرٹیفیکیشن، حلال معیارات اور حلال خام مال کے لحاظ سے حلال کی سالمیت سے آگاہ ہو رہے ہیں۔ نوڈ اینڈ بیورج (F&B) سیکٹر بھی اس صنعت کا سب سے بڑا شعبہ ہے جس میں طرز زندگی کے شعبوں میں عالمی مسلمانوں کے تقریباً 56 فیصد خرچ ہوتے ہیں۔ نوڈ اینڈ بیورج (F&B) میں مسلمانوں کا کل خرچ 2016 میں 1.24 ٹریلین ڈالر تھا جو کہ پچھلے سال سے 6.2 فیصد کی شرح نمو کے ساتھ 2025 تک 1.94 ٹریلین ڈالر تک پہنچنے کا امکان ہے۔ سرمایہ کاری اور عالمی تخلیق کے لیے نمایاں مواقع موجود ہیں۔ حلال نوڈز کی وجہ سے یہ شعبہ عالمی ترقی کے مقابلے میں تقریباً دوگنی ترقی کر رہا ہے۔ 2050 تک خوراک کی طلب میں 70 فیصد سے زیادہ اضافہ متوقع ہے جو مستقبل میں حلال خوراک کی مضبوط طلب کی نشاندہی کرتا ہے²⁰۔

حلال سفر اور مسلم دوست سیاحت

یہ حلال سروس انڈسٹری کا ایک نیا شعبہ ہے جو جدید دور میں مسلمانوں کے لیے پوری دنیا میں بہترین سہولیات فراہم کرنے کے لیے کوشاں ہے۔ فلائٹ اور ہوٹلوں، حلال ایئر لائنز، مسلم فرینڈلی ہوٹلوں اور ساحلوں وغیرہ پر حلال کھانوں کی مانگ موجود ہے۔ جی آئی ای کی رپورٹ 2018 کے مطابق، حلال مسافروں کا 2016 میں 12 فیصد یا 169 بلین امریکی ڈالر عالمی منڈی میں خرچ کرنے کا تخمینہ ہے جس کی شرح نمو پچھلے سال سے 11.8 فیصد ہے۔ یہ قیمت 2026 تک 283 بلین امریکی ڈالر تک پہنچنے کی پیش گوئی کی گئی ہے۔ گلوبل کی طرف سے پیش کردہ اسی طرح کا مطالعہ مسلم ٹریول انڈیکس (جی ایم ٹی آئی) کی رپورٹ 2017 سے پتہ چلتا ہے کہ 2017 میں حلال مسافروں کے اخراجات 155 بلین امریکی ڈالر تھے اور 2026 تک اس کی تخمینہ قیمت 300 بلین امریکی ڈالر بتائی گئی

ہے²¹۔

زیادہ تر مسلمان طویل عرصے تک سفر کرتے ہوئے دوران پرواز حلال کھانے کے بارے میں بہت زیادہ فکر مند ہوتے ہیں۔ مشرق وسطیٰ کی فلائٹ سرورسز اس تناظر میں دنیا کے تمام بڑے ہوائی اڈوں سے روانہ ہونے والے جہاز پر حلال کھانا پیش کرنے کے لیے کافی آگاہ ہیں جو کہ عالمی سطح سے منحرف ہے۔ یہ رجحان سنٹر فار ایوی ایشن (CAPA) کی طرف سے مسلسل رپورٹ کیا گیا ہے جس میں حلال صنعت کی ترقی اور توسیع کی شرح کسی دوسری عالمی مارکیٹ میں نہیں دیکھی گئی²²۔

بیچ ریزورٹس (beach resorts) ایک ابھرتی ہوئی مارکیٹ ہے اور اس میں حلال سفر کے ممکنہ مواقع ہیں۔ ایک رپورٹ کے مطابق، مارکیٹ کا تخمینہ 250 بلین ڈالر ہے جس میں 2014 میں مسلمانوں نے 28 بلین ڈالر خرچ کیے تھے۔ ساحل سمندر کے یہ ریزورٹس مسلمان مسافروں کو حلال کھانے، شراب کے بغیر قیام، نماز کے لیے وقف کمرے، علیحدہ پول اور فٹنس سینٹر کی پیشکش کے علاوہ دیگر مسلم دوست خدمات جو مسلم طرز زندگی کی ضروریات کو پورا کرتی ہیں پیش کر رہے ہیں۔ رپورٹ میں ترکی، تھائی لینڈ، مالدیپ، مصر، اردن، کویت اور متحدہ عرب امارات جیسے مختلف ممالک میں 32 ساحلی ریزورٹس کا ذکر کیا گیا ہے جو معمولی بجٹ سے لے کر عیش و آرام (Luxury) تک قیمتوں کی وسیع رینج پیش کرتے ہیں²³۔

مسلمان مسافروں کے واضح اخراجات میں سے ایک حج یا عمرہ کا ہے جو ہر سال لاکھوں مسلمانوں کے ذریعہ انجام دیا جانے والا مقدس فریضہ ہے۔ حج اور عمرہ کے بازار میں ممکنہ مواقع غالب ہیں۔ مثال کے طور پر، 2018 میں ملائیشیا ایئر لائنز کی جانب سے کم لاگت والے کیریئرز کا آغاز، عمرہ البدل کے لیے ڈیجیٹل حل، اور بہت سے دوسرے مارکیٹ کے مواقع وغیرہ²⁴۔

حلال سپلائی چین:

حلال سپلائی چین اسلامی غذائی قوانین کے مطابق سامان کی فراہمی، پروسیسنگ اور تقسیم کے لیے ایک جامع فریم ورک پر مشتمل طریقہ کار (نظام) ہے۔ اسلامی اصولوں میں، کیا جائز اور ناجائز ہے میں فرق کر کے اس بات کو یقینی بنانا کہ مسلمان جن اشیاء کو استعمال کر رہے ہیں وہ یقینی طور پر ان کے لیے حلال ہیں۔ اس میں سپلائی چین کے ہر مرحلے پر تفصیل سے توجہ دینا شامل ہے جیسے خام مال کی فراہمی اور آلودگی سے بچنے کے لیے حفظان صحت کے سخت معیارات کو برقرار رکھنا وغیرہ۔ اس معاملہ میں حلال سرٹیفیکیشن ایک اہم کردار ادا کرتا ہے، اور ایک باضابطہ توثیق کے طور پر کام کرتا ہے کہ مصنوعات ضروری حلال معیارات پر پورا اترتی ہیں اور مسلم صارفین کے استعمال کے لیے موزوں ہیں²⁵۔

واضح رہے کہ حلال سپلائی چین کا عمل مسلمانوں کے لیے حلال غذا کو یقینی بنانے کے ساتھ ساتھ کمپنیوں کی مصنوعات کو بھی اس قابل بناتا ہے کہ وہ عالمی مارکیٹ میں اپنا مقام پیدا کر کے قومی زرمبادلہ میں یقینی اضافہ کر سکیں²⁶۔

نتائج:

حلال کا دائرہ کار کافی وسیع ہو چکا ہے اور یہ اب انسانی زندگی کے ہر شعبہ کو محیط ہے اور اس کے ساتھ ساتھ اگر طیب کی اصطلاح پر توجہ دی جائے تو مسلم تاجر اپنی مصنوعات کو عالمی منڈی تک باسانی رسائی دے سکتا ہے۔ حلال تجارت کا بڑھتا ہوا حجم دیکھ کر غیر مسلم ممالک نے بھی اس شعبہ میں خاصی سرمایہ کاری کر دی ہے اور کر رہے ہیں۔ عالمی حلال تجارت میں مسلمانوں کی بڑھتی ہوئی آبادی، حلال تجارت اور مسلمز جی ڈی پی، مسلم دوست سیاحت وغیرہ چند اہم عناصر ہیں جن پر مسلم تجارت توجہ دے کر اور عالمی حالات کو سمجھ کر اپنی معیشت کو خاصہ بڑھا سکتے ہیں۔

سفارشات:

ذیل میں چند سفارشات پیش کی گئی ہیں جو عالمی حلال صنعت میں وسعت کا باعث بن سکتی ہیں:

1. عالمی حلال اسٹینڈرڈ بنایا جائے۔
2. حلال سرٹیفیکیشن کے پروسس کو مزید بہتر، فعال اور آسان کیا جائے۔
3. او آئی سی (OIC) عالمی حلال صنعت کی وسعت میں اپنا بھرپور کردار ادا کرے۔
4. ہر مسلم ملک میں حلال زون / سیکٹر بنایا جائے۔
5. یونیورسٹی کی سطح پر حلال فوڈ کا شعبہ بنایا جائے۔

حواشی و حوالہ جات

- 1 البرکتی، الحمدی، محمد عمیم الاحسان، التعریفات الفقہیہ، دار الکتب العلمیہ، 1986ء، ص 81
- 2 قرضاوی، علامہ یوسف، اسلام میں حلال و حرام، (مترجم: شمس پیر زاہد)، لاہور، 13 - ای شاہ عالم مارکیٹ، اسلامی پبلی کیشنز لیمنڈ، س-ن، ص 34
- 3 Mian, N.Riaz, Muhammad, M. Chaudhry, Halal Food Production, London, CRC Press, Boca Raton, 2003, p20
- 4 مشہور ای نمبر زاور ان کی شرعی حیثیت، شعبہ نشر و اشاعت حلال فاؤنڈیشن، کراچی، س-ن، ص 1
- 5 -WWW. [overview of global halal market.pdf](http://www.overview of global halal market.pdf)

- ⁶ مشہور ای نمبر ز اور ان کی شرعی حیثیت، ص 2
- ⁷ اسباب حرمت، شعبہ نشر و اشاعت، حلال فاؤنڈیشن، کراچی، س-ن، ص 60
- ⁸ شعیب عالم، مفتی، حلال و حرام (چند اہم مباحث)، کراچی، مکتبۃ السنان، 2018ء، ص 35؛ عارف علی شاہ، مفتی، حلال سرٹیفیکیشن، کراچی، ادارۃ النور، ص 116، 2015ء
- ⁹ <https://www.statista.com/statistics/617458/beef-and-veal-export-volume-worldwide-by-country>
- ¹⁰ <https://www.urdunews.com/node/537896>
- ¹¹ [http://biomalaysia.bioeconomycorporation.my/speakerssliders/day1/session2perlis/BioMalaysia 2015-v4\(17.08.2015\).pdf](http://biomalaysia.bioeconomycorporation.my/speakerssliders/day1/session2perlis/BioMalaysia 2015-v4(17.08.2015).pdf)
- ¹² Economy of the Organisation of Islamic Cooperation. (n.d.). Arabian Business. Retrieved from <http://www.arabianbusiness.com/muslim-tourism-sector-said-be-worthy-over-138bn--growing-656633.html>
- ¹³ <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- ¹⁴ <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1014481414637>
- ¹⁵ <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ijibe/article/view/8058>
- ¹⁶ Halal Food Production, 41-47
- ¹⁷ Fleishman Hillard Majlis (2011). "The Market Opportunity of the Muslim World". Global halal market - Statistics & Facts | Statista. (n.d.). Retrieved October 17, 2018, from <https://www.statista.com/topics/4428/global-halal-market/>
- ¹⁸ Imarat Consultants. (n.d.). An Overview of the Global Halal Market South East Asia Driving the Halal. Media. Retrieved from <http://www.halalrc.org/images/Research Material/Presentations/overview of global halal market.pdf>
- ¹⁹ <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ijibe/article/view/8058>
- ²⁰ <https://www.statista.com/statistics/737151/global-muslim-food-and-beverage-market/>; <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ijibe/article/view/8058>
- ²¹ <https://www.halaltimes.com/what-is-the-state-of-the-global-halal-tourism-industry-in-2024/>
- ²² <https://www.oag.com/hubfs/free-reports/2024-reports/Middle-East-Report-2024/Middle-East-Aviation-Report-2024.pdf>
- ²³ [https://www.researchgate.net/publication/264464931_The_Impact_of_Destination_Attributes_on_Muslim_Tourist's_Choice](https://www.researchgate.net/publication/264464931_The_Impact_of_Destination_At_tributes_on_Muslim_Tourist's_Choice)
- ²⁴ [https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ijibe/article/view/8058/The global Halal industry](https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ijibe/article/view/8058/The_global_Halal_industry)
- ²⁵ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772390923000057> (A review of halal supply chain research: Sustainability and operations research perspective)
- ²⁶ [https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1\(Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products\)](https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1(Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products))