

Научная статья

УДК 339.144

DOI: 10.25683/VOLBI.2023.64.680

Shamil Akhyadovich Shovkhalov

Doctor of Economics,

Professor of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship,
Kadyrov Chechen State University;

Professor of the Department of Legal Disciplines,

Chechen State Pedagogical University

Grozny, Russian Federation

shovkhalov.shamil@gmail.com

Шамиль Ахьядович Шовхалов

д-р экон. наук,

профессор кафедры экономической теории и предпринимательства,
Чеченский государственный университет им. А. А. Кадырова;

профессор кафедры правовых дисциплин,

Чеченский государственный педагогический университет

Грозный, Российская Федерация

shovkhalov.shamil@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА РАЗВИТИЯ РЫНКА ХАЛЯЛЬ-ИНДУСТРИИ
В РОССИЙСКОМ ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ

5.2.3 — Региональная и отраслевая экономика

5.2.4 — Финансы

Аннотация. Рынок образовательных услуг в сфере халяль-индустрии в России находится на стадии начального развития. При этом рынок халяль недостаточно изучен в русскоязычной среде. Так, к моменту написания моей монографии на данную тему в 2020 г. исследовательский интерес был направлен исключительно на исламские финансы в работах Р. И. Беккина, Ю. Д. Магомедовой, Р. А. Гезиханова и др.

Можно выделить несколько причин, обусловивших данные тенденции. Во-первых, недостаточный уровень распространения знаний о халяль-индустрии в российском обществе. Развитие информационных и образовательных программ, которые помогут донести понимание принципов анализируемой индустрии, а также обеспечить повышение квалификации специалистов, работающих в ней, играет особую роль в этом отношении. Во-вторых, сертификация и производство халяль-продуктов для многих компаний в России представляют собой новые и сложные задачи, требующие значительных временных и финансо-

вых затрат. Кроме того, отсутствие единых национальных стандартов и регулирования в области халяль также затрудняет развитие рынка халяль-продуктов и образовательных программ в этой области.

Для достижения полной реализации потенциала рынка образовательных услуг в сфере халяль необходимо активное взаимодействие между государственными органами, бизнес-сектором, образовательными учреждениями и общественностью. Развитие образовательных услуг в халяль-индустрии даст не только прирост научных знаний в теоретическом отношении, но и позволит вырасти самой отрасли, что неизменно ведет к положительным изменениям в экономике, актуализируя практическую значимость исследования. Таким образом, цель данной статьи — проанализировать учет развития рынка халяль-индустрии в российском высшем образовании.

Ключевые слова: халяль, мусульмане, ислам, образование, рынок халяль, халяль-индустрия, исламские финансы, исламская экономика, исламское право, шариат

Для цитирования: Шовхалов Ш. А. Проблемы учета развития рынка халяль-индустрии в российском высшем образовании // Бизнес. Образование. Право. 2023. № 3(64). С. 33—36. DOI: 10.25683/VOLBI.2023.64.680.

Original article

PROBLEMS OF ACCOUNTING FOR THE DEVELOPMENT OF THE HALAL MARKET
IN RUSSIAN HIGHER EDUCATION

5.2.3 — Regional and sectorial economy

5.2.4 — Finance

Abstract. The market of educational services in the halal industry in Russia is at the stage of initial development. At the same time, the halal market has not been sufficiently studied in the Russian-speaking environment. So, by the time of writing my monograph on this topic in 2020, research interest was directed exclusively to Islamic finance in the works of R. I. Bekkina, Yu. D. Magomedova, R. A. Gezikhhanova and etc.

There are several reasons behind these trends. First, the level of dissemination of knowledge about the halal industry in Russian society is insufficient. The development of information and educational programs that will help convey an understanding of the principles of the analyzed industry, as well as provide advanced training for specialists working in it, plays a special role in this regard. Secondly, certification and production of halal products for many companies in Russia are new and complex tasks that require significant time and financial costs. In

addition, the lack of uniform national standards and regulation in the field of halal also hinders the development of the market for halal products and educational programs in this area.

In order to achieve the full realization of the potential of the market for educational services in the field of halal, active interaction between government agencies, the business sector, educational institutions and the public is necessary. The development of educational services in the halal industry will not only provide an increase in scientific knowledge in a theoretical sense, but will also allow the industry itself to grow, which invariably will lead to positive changes in the economy, actualizing the practical significance of the study. Hence, the purpose of this article is to analyze the accounting for the development of the halal industry market in Russian higher education.

Keywords: halal, Muslims, Islam, education, halal market, halal industry, Islamic finance, Islamic economics, Islamic law, Sharia

For citation: Shovkhalov S. A. Problems of accounting for the development of the halal market in Russian higher education. *Biznes. Obrazovanie. Pravo = Business. Education. Law.* 2023;3(64):33—36. DOI: 10.25683/VOLBI.2023.64.680.

Введение

Актуальность. Изучение халяль-индустрии становится всё более распространенным в университетах по всему миру [1; 2]. Вот некоторые известные университеты и страны, где предлагаются программы и курсы по халяль-индустрии:

1. Малайзия: *Universiti Malaya, International Islamic University Malaysia, Universiti Teknologi MARA* и др.

2. Индонезия: *Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mad* и др.

3. Великобритания: *University of London, Oxford University* и др.

Существует еще огромное число университетов, в которых изучают вопросы халяль-индустрии [3]. При этом в России данный рынок находится на начальном этапе становления.

Изученность проблемы. В научном пространстве данная тема изучена крайне незначительно, основной упор авторы, как Р. И. Беккин, Ю. Д. Магомедова, Р. А. Гезиханов и др., делают на изучение исламских финансов, то же касается и образовательной составляющей. Исламские финансы представляют собой альтернативный подход к финансовым операциям, основанный на принципах ислама, таких как запрет на практику займа с процентами (риба) и участие только в сделках, соответствующих принципам шариата. Образовательная составляющая в этой области имеет особенно важна, поскольку позволяет подготовить квалифицированных специалистов, которые могут разрабатывать и реализовывать финансовые продукты, соответствующие принципам исламского права.

Научная новизна. В результате проведенного исследования получены эмпирические данные, позволяющие сформировать политику развития рынка образовательных услуг в сфере халяль-индустрии.

Цель статьи заключается в анализе степени учета развития рынка халяль-индустрии в российском высшем образовании. Для этого нужно решить ряд **задач**: проанализировать рынок халяля в мире, провести анализ курсов повышения квалификации по теме в России, выявить тематические дисциплины в образовательных программах страны и предложить направления улучшения ситуации на рынке.

Теоретическую основу работы составили фундаментальные исследования ведущих экономистов, направленные на анализ процессов, происходящих в исламской экономике. Исследования сосредоточены на анализе экономических интересов, связанных с производством и распространением халяльных товаров и услуг, представляя теоретическую базу и аналитический инструментарий для более глубокого понимания халяль-индустрии, ее рыночных динамик и возможностей развития.

Практическая значимость исследования определяется возможностью создания образовательных программ, позволяющих обеспечивать спрос на рынке труда в области халяль-индустрии.

Основная часть

Интерес к исследуемой теме связан с растущим сегментом рынка. Только в 2021 г. мусульманами по всему миру потрачено около 2 трлн долл. в секторах халяль продуктов, фармацевтики, косметики, моды, путешествий и развлечений (см. рис.). При этом ежегодный рост рынка халяля составляет около 9 %. Можно предположить, что уже к 2025 г. рынок достигнет 2,8 трлн долл. Такой рост связан с тем, что 81 стра-

на, включенная в вышеуказанное исследование, продолжает активно развивать экосистемы исламской экономики [4]. Первые четыре места в рейтинге остаются неизменными. Ведущее положение уже 9 лет подряд занимает Малайзия [5; 6], далее следуют Саудовская Аравия, ОАЭ и Индонезия [7]. В числе топ-15 стран новые участники — Великобритания [8] и Казахстан. Турция и Сингапур поднялись на 7 и 8 позиций соответственно, достигнув 5-го и 7-го мест соответственно. Нигерия и Шри-Ланка выбыли из списка лидеров.

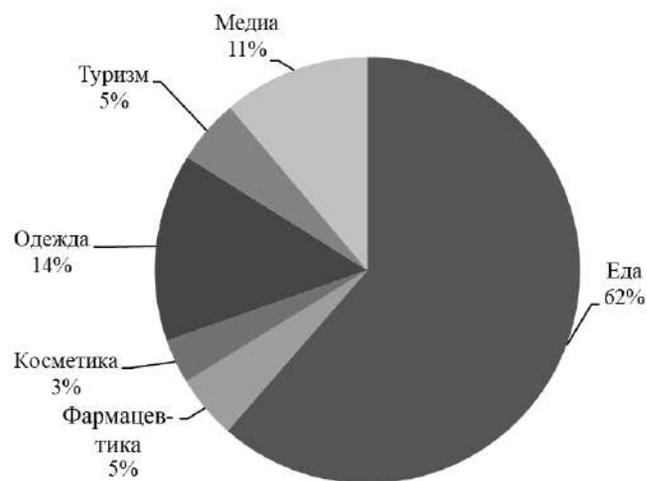


Рис. Структура рынка халяль в мире в 2021 г., %

Расходы мусульман на еду в 2021 г. увеличились на 6,9 % — с 1,19 до 1,27 трлн долл. — при среднегодовом темпе роста в 7,1 % [9]. Траты мусульман на туризм в 2021 г. выросли с 58 до 102 млрд долл. при среднегодовом темпе роста в 16,5 %. Расходы на медиа увеличились с 216 до 231 млрд долл., а на одежду — с 279 до 295 млрд долл. Расходы мусульман на фармацевтические препараты 2021 г. достигли 100 млрд долл., а на косметические продукты — 70 млрд долл. [10].

Данные тенденции указывают на важность развития образовательных услуг в сфере халяля [11; 12].

Методология. Методологической основой научной статьи является институциональная методология, согласно которой социальные институты влияют на поведение субъектов рыночных отношений. При исследовании использованы эмпирические исследования, а именно: произведен анализ статистических данных, опросы, интервью и наблюдения. Также проведен сравнительный анализ программ обучения исламской экономике или исламским финансам.

Результаты. В России на данный момент нет образовательных программ, специализирующихся на халяль-индустрии. Некоторые мусульманские организации и бизнес-ассоциации проводят курсы и семинары для своих членов и представителей бизнеса, а также создают свои собственные системы сертификации халяль-продуктов, что является международной практикой [13; 14].

Существующие программы или курсы по исламским финансам и экономике можно разделить на три группы:

1. Повышение квалификации.

1.1. «Исламские финансы: правовые основы, комплаенс и бизнес-практика» (102 ч, 10 недель) в Высшей школе экономики стоимостью 38 500 руб.

1.2. «Исламские (партнерские) финансы» (116 ч, 1 месяц) в РЭУ имени Г.В. Плеханова стоимостью 35 000 руб.

1.3. «Основы и практика партнерского (исламского) бизнеса» (262 ч, 3,5 месяца) в РЭУ имени Г.В. Плеханова стоимостью 65 000 руб.

1.4. «Исламское финансирование» (6 месяцев) в СберУниверситете стоимостью 330 000 руб.

1.5. «Исламские финансы» (16 ч) в МГУ им. М.В. Ломоносова стоимостью 24 000 руб.

1.6. «Современные вопросы хозяйственного права» (36 ч) в Российском исламском институте — 24 000 руб. и др.

2. Дисциплины в рамках образовательных программ:

2.1. «Мусульманское финансовое право» в МГИМО по профилю «Международное финансовое право».

2.2. «Исламские финансы» в РУДН по профилю «Международные экономические отношения и внешнеэкономическая деятельность».

2.3. «Социальная ответственность бизнеса и исламская экономика» в Чеченском государственном университете им. А. А. Кадырова по профилю «Торговое дело».

2.4. «Исламские финансы» в Башкирском государственном университете по профилю «Банковское дело».

2.5. «Исламские финансы» в Грозненском государственном нефтяном техническом университете им. академика М. Д. Миллионщикова по профилю «Финансовая экономика» и др.

3. Онлайн-курсы:

3.1. Авторский курс Ш. А. Шовхалова «Исламская экономика».

3.2. Авторский курс М. Джамалдинова по исламским инвестициям.

3.3. Авторский курс З. Ибрагимова по исламским инвестициям и др.

Кроме того, в России также проводятся различные семинары и конференции по исламским финансам, где можно получить дополнительные знания в этой области. Немаловажным явлением можно назвать функционирование ряда экспертных сообществ по тематике исламской экономики:

1. Российский совет по исламским финансам (rifc.su), руководитель — Ш. А. Шовхалов.

2. Российский центр исламской экономики и финансов, руководитель — Ахмад Абу Яхья.

3. Российская ассоциация экспертов по исламскому финансированию, руководитель — М. Э. Калимуллина и др.

Проведенный анализ показывает перекося в сторону исламских финансов, которые также являются частью исламской экономики, но не включают вопросы халяль-производства, транспортировки и пр. Отдельные курсы по халяль-индустрии проводили в Российском исламском институте (Казань), «Центрхаляльнадзоре» и др., но такая работа не носит систематический характер.

Выводы

Можно отметить отсутствие образовательной деятельности по теме халяля в полноценном смысле. В этой связи можно предложить следующее:

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Alam I. Interacting with Muslim customers for new service development in a non-Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*. 2019;10(4):1017—1036. DOI: 10.1108/JIMA-06-2018-0111.

2. Fraedrich J., Althawadi O., Bagherzadeh R. A comparative analysis of the UN declaration, global business compact, and religious morals in determining global values for business and their application to Islamic marketing. *Journal of Islamic Marketing*. 2018;9(4):913—934. DOI: 10.1108/JIMA-10-2017-0112.

1. Ввести дисциплину «Халяль-индустрия», которая будет частью образовательной программы, связанной с исламскими нормами и правилами в пищевой промышленности. Она может включать в себя следующие темы:

– введение в исламскую культуру и религиозные нормы в отношении пищи;

– определение понятия «халяль» и «харам» в контексте исламского закона;

– история развития халяльной промышленности;

– принципы исламской диеты и пищевой безопасности;

– различные виды продуктов и услуг, подлежащих сертификации халяльности;

– процедуры сертификации и испытания продуктов на соответствие стандартам халяль;

– обзор национальных и международных стандартов и сертификационных организаций;

– этические и социальные аспекты халяльной продукции;

– реклама и маркетинг халяльной продукции;

– особенности производства, хранения, транспортировки и реализации халяльной продукции.

2. Ввести модуль или тему в дисциплины, которые коррелируют с халяль-индустрией. Например, мною были введены ряд тем в дисциплину «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия» в рамках профиля «Торговое дело»:

– основные принципы стандартизации, сертификации и аккредитации халяль в России;

– системы добровольной сертификации халяль в России;

– национальные стандарты халяль в России и мире;

– вопросы аккредитации халяль в России;

– обзор развития сферы халяль в России и мире.

3. Ввести на постоянной основе курсы повышения квалификации по дисциплине «Халяль-индустрия» со следующей структурой:

– основные принципы исламского права;

– нормативные положения фикха;

– разграничение запрещенных и нежелательных элементов в практике;

– сертификация и стандартизация на халяль рынке;

– правила расчета и распределения закята.

Заключение

Помимо теоретической части, образовательная программа может включать в себя практические занятия, в том числе посещение производственных площадок, сертифицированных по стандартам халяль. Также в рамках дисциплины может проводиться исследование рынка халяльной продукции, ее потребителей и конкурентов [15].

Таким образом, развитие рынка халяля вынуждает повышать образовательную сферу в данной области для обеспечения подготовки специалистов в сфере. Указанные направления развития могут стать катализатором увеличения значимости рынка в структуре валового внутреннего продукта России.

3. Alihodzic V. Brand identity factors: developing a successful Islamic brand. Hamburg, 2012. 105 p.
4. Anam J., Sany Sanuri B. M. M., Ismail B. L. O. Conceptualizing the relation between halal logo, perceived product quality and the role of consumer knowledge. *Journal of Islamic Marketing*. 2018;9(4):727—746. DOI: 10.1108/JIMA-02-2017-0019.
5. Mahdzan N. S., Zainudin R., Che Hashim R., Sulaiman N. A. Islamic religiosity and portfolio allocation: the Malaysian context. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. 2017;10(3):434—452. DOI: 10.1108/IMEFM-11-2016-0162.
6. Zailani S., Iranmanesh M., Aziz A. A., Kanapathy K. Halal logistics opportunities and challenges. *Journal of Islamic Marketing*. 2017;8(1):127—139. DOI: 10.1108/JIMA-04-2015-0028.
7. Ratnasari R. T., Ula U. F., Sukmana R. Can store image moderate the influence of religiosity level on shopping orientation and customers' behavior in Indonesia?. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. 2020;12(1):78—96. DOI: 10.1108/JIABR-01-2017-0006.
8. Annabi C. A., Ibdapo-Obe O. O. Halal certification organizations in the United Kingdom: An exploration of halal cosmetic certification. *Journal of Islamic Marketing*. 2017;8(1):107—126. DOI: 10.1108/JIMA-06-2015-0045.
9. Vanany I., Maarif G. A., Soon J. M. Application of multi-based quality function deployment (QFD) model to improve halal meat industry. *Journal of Islamic Marketing*. 2019;10(1):97—124. DOI: 10.1108/JIMA-10-2017-0119.
10. Naeem S., Ayyub R. M., Ishaq I. et al. Systematic literature review of halal food consumption-qualitative research era 1990—2017. *Journal of Islamic Marketing*. 2019;11(3):687—707. DOI: 10.1108/JIMA-09-2018-0163.
11. Christiansen B., Yıldız S., Yıldız E. Handbook of Research on Effective Marketing in Contemporary Globalism. IGI Global, 2014. 463 p.
12. Tieman M. Measuring corporate halal reputation: A corporate halal reputation index and research propositions. *Journal of Islamic Marketing*. 2019;11(3):591—601. DOI: 10.1108/JIMA-05-2018-0095.
13. Ab Talib M. S., Abdul Hamid A. B., Chin T. A. Can halal certification influence logistics performance?. *Journal of Islamic Marketing*. 2016;7(4):461—475. DOI: 10.1108/JIMA-02-2015-0015.
14. Iranmanesh M., Mirzaei M., Parvin Hosseini S. M., Zailani S. Muslims' willingness to pay for certified halal food: an extension of the theory of planned behavior. *Journal of Islamic Marketing*. 2019;11(1):14—30. DOI: 10.1108/JIMA-03-2018-0049.
15. Tieman M. Halal risk management: combining robustness and resilience. *Journal of Islamic Marketing*. 2017;8(3):461—475. DOI: 10.1108/JIMA-06-2015-0041.

Статья поступила в редакцию 05.06.2023; одобрена после рецензирования 11.06.2023; принята к публикации 14.06.2023.
The article was submitted 05.06.2023; approved after reviewing 11.06.2023; accepted for publication 14.06.2023.

Научная статья

УДК 332

DOI: 10.25683/VOLBI.2023.64.685

Aigul Daniyarovna Mukhametova

Senior Lecturer of the Department of Economics
and Regional Development,
Ufa University of Science and Technology
Ufa, Russian Federation
aigul_md_f@mail.ru

Айгуль Данияровна Мухаметова

старший преподаватель кафедры экономики
и регионального развития,
Уфимский университет науки и технологий
Уфа, Российская Федерация
aigul_md_f@mail.ru

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА

5.2.3 — Региональная и отраслевая экономика

Аннотация. В связи со структурными изменениями в экономике и с развитием новых видов высокотехнологических производств изменяются и требования к человеческому капиталу региона. В современных условиях появляется потребность формировать не просто «здоровый» или «образованный» человеческий капитал региона, но и обладающий новыми качественными характеристиками (интеллектуальными, предпринимательскими и другими способностями), которые играют всё более возрастающую роль в региональном развитии. Исследование параметров человеческого капитала и его вклада в развитие экономики региона на современном этапе становится важнейшей исследовательской задачей, что требует совершенствования подходов и методик к оценке человеческого капитала. В связи

с этим возникает потребность в исследовании научных разработок как зарубежных, так и отечественных авторов.

В статье рассмотрены современные подходы к оценке человеческого капитала. Проведенный анализ имеющихся методик оценки человеческого капитала региона выявил фрагментарность рассмотрения данной проблемы в предлагаемых подходах и методах, а также отсутствие единого общепринятого методологического подхода и интегрального показателя, которые были бы пригодны для адекватного отображения развития человеческого капитала в регионе и были бы важны при сравнении с другими регионами. В настоящее время ощущается крайняя необходимость в отработанных методологических подходах к оценке человеческого капитала на региональном уровне,