

Халяль-индустрия и защита прав потребителей: конституционно-правовой аспект государственного регулирования и стандартизации

Научный руководитель – Омарова Зарема амирилаловна

Тагирова Амина Руслановна

Студент (специалист)

Российская правовая академия МЮ РФ, Северо-Кавказский филиал, Юридический факультет, Махачкала, Россия

E-mail: amina.tagirova.07.07@mail.ru

Стремительное расширение рынка товаров и услуг, маркируемых как халяль, выводит на первый план вопрос о том, как обеспечить доверие потребителя к такому обозначению, не нарушая при этом конституционные принципы светского государства, свободы совести и экономической свободы. Для многих граждан халяль является не маркетинговым преимуществом, а способом реализовать личные убеждения и сохранять религиозно обусловленный образ жизни, поэтому ошибочная или недобросовестная маркировка затрагивает не только имущественные интересы покупателя, но и его право на свободный выбор поведения в соответствии с мировоззрением. Одновременно для бизнеса халяль-индустрия становится значимым сегментом рынка, что требует понятных правил обращения с добровольными заявками о религиозных свойствах товара и стандартов добросовестной конкуренции.

Конституционно-правовой аспект регулирования задается несколькими ориентирами. Россия — светское государство, религиозные объединения отделены от государства, что исключает установление обязательных религиозных требований к продукции. В науке исламское право рассматривается как самостоятельная нормативная система. Так, В.В. Архипов и И.А. Васильев отмечают, что исламское право представляет собой комплекс норм, «сформированных на основе религиозных предписаний и традиции, но обладающих собственной юридической структурой и механизмами регулирования».

Одновременно Конституция Российской Федерации гарантирует свободу совести и свободу вероисповедания, включая право действовать в соответствии со своими убеждениями, а также равенство прав и свобод независимо от отношения к религии. Л.Р. Сюкияйнен, анализируя взаимодействие исламского права и современных правовых систем, подчеркивает, что «в условиях диалога культур исламская правовая традиция сосуществует с национальными правопорядками, не подменяя их, но влияя на правовое поведение верующих». Из этого следует, что государство не должно воспроизводить религиозные нормы в качестве обязательных, однако обязано создавать условия для реализации гражданами своих убеждений в рамках действующего законодательства.

В потребительской плоскости это означает, что государство не определяет, что является халяль, но обязано обеспечить условия, при которых потребитель не вводится в заблуждение, а производитель несет ответственность за достоверность информации. С.А. Ахмедов отмечает, что нормы ислама обращены к внутреннему убеждению верующего, поэтому оценка халяль не может быть предметом государственного толкования.

Тем самым вектор регулирования смещается от религиозной оценки к юридической оценке добросовестности информации, прозрачности процедур подтверждения заявленных характеристик и эффективности контроля. Поскольку халяль-маркировка в российском праве не выступает самостоятельной обязательной категорией технического регулирования, ключевым юридическим инструментом защиты выступают общие механизмы законодательства о правах потребителей и о безопасности продукции. Закон Российской

Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» закрепляет право потребителя на безопасность товара и на необходимую и достоверную информацию о нем, а также устанавливает последствия нарушения этих требований для изготовителя и продавца. В логике данного закона обозначение «халяль» относится к информации о свойствах товара, влияющих на выбор потребителя. Если такая информация ложна или вводит в заблуждение, речь идет о нарушении права потребителя на информированное решение, что влечет юридическую ответственность.

Безопасность продукции и требования к маркировке обеспечиваются механизмами технического регулирования, построенными на обязательности требований регламентов и добровольности стандартов. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» закрепляет, что обязательные требования устанавливаются регламентами для защиты жизни и здоровья, а стандарты применяются добровольно. Федеральный закон от 29.06.2015 № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации» развивает эту конструкцию, определяя стандартизацию как сферу формирования добровольных правил для повышения качества и прозрачности.

Для халяль-индустрии это означает, что государство вправе поддерживать разработку национальных стандартов и систем добровольной сертификации, но не должно превращать религиозный критерий в обязательный регулятор допуска на рынок. Однако если производитель заявляет о соответствии стандарту или использует знак сертификации, он обязан обеспечить достоверность заявления, а органы контроля вправе проверять соблюдение обязательных требований безопасности и корректность маркировки как информации для потребителя.

Практическая проблема халяль-рынка в том, что потребитель часто не может понять, кто и по каким правилам подтвердил «халяльность» продукта. Если на упаковке есть знак «халяль», но не указаны сведения о сертификате или стандарте, информация непроверяема и создает риск введения в заблуждение. Так, в продаже может быть колбаса с надписью «халяль», но покупатель не может установить, проверялось ли происхождение компонентов. В такой ситуации защита прав потребителей должна обеспечиваться через требование достоверной информации и ответственность продавца, а не через обсуждение религиозных интерпретаций.

Отсюда вытекает конституционно значимая задача государства: обеспечить правовую инфраструктуру, которая позволяет гражданину реализовать свободу выбора, а бизнесу развивать рынок без недобросовестных практик. Она включает ясные правила добровольной сертификации, механизмы предотвращения конфликта интересов, требования к прозрачности процедур и эффективный надзор за соблюдением обязательных требований безопасности и маркировки. При этом светский характер государства требует, чтобы органы публичной власти не становились «арбитрами религиозной правильности».

Стандартизация в сфере халяль способна выполнять роль «переводчика» между религиозно обусловленными ожиданиями потребителя и юридически проверяемыми критериями качества процессов. Для этого стандарты должны описывать не богословские положения, а контролируемые параметры: требования к сырью, к исключению определенных компонентов, к отдельности хранения и переработки и прочим процедурам внутреннего контроля. Это позволяет превратить «халяль» из декларации в систему управляемых процессов.

Важный конституционный вопрос связан с тем, может ли государство «стандартизировать халяль» без нарушения принципа светскости. Здесь ключевым является отличие между обязательными требованиями и добровольными стандартами. Государство вправе создавать условия для добровольной стандартизации, поддерживать национальные стандарты, аккредитационные процедуры и добросовестные системы подтверждения соответ-

ствия, поскольку это служит защите прав потребителей и развитию экономики. Однако государство не должно устанавливать религиозные критерии как обязательные для всех производителей и всех потребителей, поскольку это означало бы привилегирование одного мировоззрения. Именно поэтому юридически корректный путь состоит в том, чтобы закреплять требования к достоверности информации, к прозрачности сертификации и к ответственности за недобросовестную маркировку, оставляя саму религиозную мотивацию в сфере свободы выбора граждан и автономии религиозных организаций.

Государственное регулирование халяль-индустрии неизбежно связано и с вопросом разделения компетенций: санитарно-эпидемиологическая безопасность и обязательные требования к пищевым продуктам обеспечиваются через системы надзора и технических регламентов, а защита прав потребителей обеспечивается через информационные обязанности и ответственность за их нарушение. Закон о защите прав потребителей выполняет здесь системную роль, поскольку связывает качество и безопасность с обязанностью предоставить достоверную информацию и предоставляет потребителю набор юридических средств защиты при нарушении.

Фактически именно через эту связку решается «конституционный узел»: свобода вероисповедания и свобода предпринимательства реализуются в условиях, когда потребитель защищен от обмана, а рынок очищается от имитации.

Отдельный пласт связан с недопустимостью дискриминации и защитой конкуренции. Маркировка «халяль» может становиться инструментом недобросовестного влияния на выбор, если используется как намек на «лучшее качество» без оснований. С точки зрения правовой логики корректно разделять два утверждения. Первое — безопасность как обязательное требование, подтверждаемое в рамках тех регламентов. Второе — добровольные характеристики, связанные с религиозными стандартами, значимые для части потребителей, но не являющиеся универсальным критерием качества. Если реклама подменяет одно другим и формирует представление, что «халяль» означает более безопасный продукт, возникает риск введения в заблуждение. Государственное вмешательство оправдано задачей защитить потребителя от некорректных утверждений и обеспечить честную конкуренцию.

Стандартизация в халяль-индустрии имеет внешнеэкономическое измерение: российские экспортеры должны подтверждать соответствие требованиям международных рынков. Для правовой системы важно избежать подмены публичного регулирования частными стандартами. Оптимальное решение — развитие национальных добровольных стандартов при сохранении приоритета обязательных требований безопасности.

Государственное регулирование должно опираться на несколько ориентиров. Обозначение «халяль» — юридически значимое утверждение, требующее доказуемости. Сертификация должна обеспечивать проверяемость: потребитель должен знать, кто выдал сертификат, на основании каких правил и на какой срок. Надзор должен концентрироваться на безопасности и достоверности маркировки, не вмешиваясь в богословскую оценку. Стандарты должны описывать параметры процессов и прослеживаемость. Такой подход согласуется с принципами светскости: государство защищает права потребителей, не навязывая религиозных норм.

Таким образом, халяль-индустрия в России требует не особого религиозного регулирования, а точной настройки общих правовых механизмов защиты потребителя и стандартизации добровольных характеристик. Конституционно-правовая задача государства — обеспечить человеку осознанный выбор, защитить от недостоверной информации и гарантировать безопасность, сохраняя светский характер власти и уважая свободу вероисповедания.

Законодательство о защите прав потребителей, техническое регулирование и обяза-

тельные требования к безопасности создают для этого достаточную правовую основу, если она подкреплена прозрачной сертификацией и эффективным контролем. При таком подходе халяль-маркировка становится элементом цивилизованного рынка, где уважение к убеждениям потребителя сочетается с ответственностью бизнеса за достоверность заявленных свойств.

Источники и литература

- 1) 1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 01.07.2020) [Электронный ресурс] // СЗ РФ. 2014. №31. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- 2) 2. О защите прав потребителей: Федеральный закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 28.12.2025). [Электронный ресурс] // СЗ РФ. — 15.01.1996. — № 3. — ст. 140. Доступ из справоч.-правовой системы «Консультант-Плюс».
- 3) 3. Абдулаева К.К. Особенности обязательственного права мусульманских государств: автореф. дис. ... канд. юрид. наук/ К.К. Абдулаева. – Самара, 2004. – 34 с.
- 4) 4. Архипов В.В. Основы теории и истории исламского права: учебное пособие / В.В. Архипов, И.А. Васильев; под ред. И.Ю. Козлихина, И.А. Васильева. - СПб.: СПбГУ, 2018. - 110 с.
- 5) 5. Ахмедов С.А. Сунна — уникальный источник исламского вероучения: автореф. дис. канд. филос. наук/ С.А. Ахмедов. Махачкала, 2009. — 24 с.
- 6) 6. Капустина Е.Л. Ислам, потребление, миграция: изучение исламского консюмеризма и халяль-индустрии в немусульманском обществе // История, археология и этнография Кавказа. 2024. Т. 20. №1. С. 191-205.
- 7) 7. Нуриев Б.Д. Правовые основы исламской модели экономики и банковского дела: учебник / Б.Д. Нуриев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 111 с.
- 8) 8. Султанов С.З. Анализ требований, предъявляемых к продукции халяль // Вестник Российского университета дружбы народов. 2021. Т. 29. № 1. С. 72-81.
- 9) 9. Сюкияйнен Л.Р. Исламское право и диалог культур в современном мире: монография / Л.Р. Сюкияйнен. — 2-е изд. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. — 685 с.