



## OZIQ OVQAT XAVFSIZLIGI VA BRENDGA BO'LGAN ISHONCHNING O'ZARO BOG'LIQLIGI

*Toshkent kimyo-texnologiya instituti*

*Sanoat muhandisligi va menejment fakulteti*

*24-50 MK guruh talabasi*

*Xusanova Kamolaxon Faxriddin qizi*

**Annotatsiya.** Mazkur tezisdagi oziq-ovqat xavfsizligi va brendga bo'lgan ishonch o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik tahlil qilinadi. Oziq-ovqat mahsulotlarining sifati, xavfsizligi hamda iste'molchilar ishonchiga ta'sir etuvchi omillar o'rganiladi. Bozor sharoitida brend imijining shakllanishi, mahsulot sifatini ta'minlash va iste'molchilar talablarini qondirishning ahamiyati yoritiladi. Tadqiqot davomida oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda standartlar, nazorat tizimi va ishlab chiqarish jarayonining o'rni ko'rib chiqiladi. Shuningdek, ushbu omillarning brendga bo'lgan ishonchni shakllantirishdagi roli asoslab beriladi.

**Kalit so'zlar:** oziq-ovqat xavfsizligi, brend ishonchi, mahsulot sifati, iste'molchi xulqi, marketing, sifat nazorati, oziq-ovqat bozori.

Hozirgi globallashuv va bozor iqtisodiyoti sharoitida oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan talab tobora ortib bormoqda. Aholi sonining ko'payishi, urbanizatsiya jarayonining jadallashuvi hamda zamonaviy ishlab chiqarish texnologiyalarining rivojlanishi oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalasini yanada dolzarb etib qo'yimoqda. Shu bilan birga, iste'molchilar orasida mahsulot sifati va uning xavfsizligiga bo'lgan talab keskin oshib, brendga bo'lgan ishonch muhim omil sifatida namoyon bo'lmoqda.

Shuningdek O'zbekiston Respublikasining 2021-yil 21-apreldagi O'RQ-683-sonli Qonuni tahririda "Oziq-ovqat mahsulotlarining sifati va xavfsizligi to'g'risidagi qonunchilik"ning 3-moddasida belgilab o'tilgan.



Unga ko'ra: "Oziq-ovqat mahsulotining sifati va xavfsizligi to'g'risidagi qonunchilik ushbu Qonundan va O'zbekiston Respublikasining boshqa qonunchilik hujjatlaridan iboratdir. Qoraqalpog'iston Respublikasida oziq-ovqat mahsulotining sifati va xavfsizligi Qoraqalpog'iston Respublikasining qonunchiligi bilan ham huquqiy jihatdan tartibga solinadi. Agar O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomasida ushbu Qonunda nazarda tutilganidan boshqacha qoidalar belgilab qo'yilgan bo'lsa, xalqaro shartnoma qoidalari qo'llaniladi.

Oziq-ovqat xavfsizligi masalasi bugungi kunda global miqyosda strategik ahamiyat kasb etmoqda. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan talabning ortishi, ishlab chiqarish hajmining kengayishi hamda logistika tizimlarining rivojlanishi ushbu sohada xavfsizlik va sifat nazoratini ta'minlashni dolzarb vazifaga aylantirdi. Shu bilan birga, iste'molchilar orasida mahsulot sifati va uning xavfsizligiga bo'lgan talab kuchayib, brendga bo'lgan ishonch muhim omil sifatida shakllanmoqda.

Oziq-ovqat xavfsizligi nazariy jihatdan mahsulotlarning inson salomatligiga zarar yetkazmasligi, sanitariya-gigiyena talablariga mos kelishi va belgilangan standartlar asosida ishlab chiqarilishini anglatadi. Biroq amaliyotda bu tushuncha faqat ishlab chiqarish jarayoni bilan cheklanmay, balki saqlash, transport, realizatsiya va iste'mol bosqichlarini ham qamrab oladi. Aynan shu jihatlar iste'molchilarning mahsulotga bo'lgan munosabatini shakllantiradi va brendga nisbatan ishonch darajasini belgilaydi.

Zamonaviy marketing sharoitida brend nafaqat mahsulotni identifikatsiya qilish vositasi, balki iste'molchi bilan uzoq muddatli ishonchli aloqani shakllantiruvchi omil hisoblanadi. Oziq-ovqat bozori esa yuqori xavf darajasiga ega bo'lgan segmentlardan biri bo'lib, bu yerda iste'molchi qarori bevosita uning sog'lig'i bilan bog'liq. Shu sababli mahsulot sifati, tarkibning shaffofligi, ishlab chiqarish jarayonining ochiqligi va sertifikatlash tizimlari brendga bo'lgan ishonchni shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash orqali kompaniyalar o'z brend imijini sezilarli darajada mustahkamlashga



erishmoqda. Masalan, rivojlangan davlatlarda faoliyat yurituvchi yirik oziq-ovqat kompaniyalari ISO 22000 va HACCP kabi xalqaro standartlarni joriy etish orqali mahsulot xavfsizligini ta'minlab, iste'molchilar ishonchini oshirmoqda. Shu bilan birga, mahsulot tarkibi haqida to'liq ma'lumot berish, ekologik toza xom-ashyodan foydalanish va sifat nazoratini kuchaytirish marketing strategiyasining ajralmas qismiga aylangan.

Rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi esa oziq-ovqat xavfsizligi va brend ishonchi o'rtasidagi bog'liqlikni yanada yaqqol namoyon etadi. Ushbu mamlakatlarda iste'molchilar sifatsiz yoki soxta mahsulotlarga duch kelish ehtimoli yuqori bo'lgani sababli, ular ishonchli va taniqli brendlarga ustunlik berishadi. Bu esa brend imijining bozordagi raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyatini ko'rsatadi.

O'zbekiston sharoitida ham oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash va brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlash muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Mamlakatimizda oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish, sifat nazoratini kuchaytirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilishga qaratilgan qator qonunlar va davlat dasturlari qabul qilingan. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar tomonidan zamonaviy standartlarni joriy etish, mahsulot sifatini oshirish va marketing strategiyalarini takomillashtirish orqali iste'molchilar ishonchini mustahkamlash imkoniyati mavjud.

Biroq ushbu sohada bir qator muammolar ham mavjud. Jumladan, ayrim korxonalarda sifat nazoratining yetarli darajada yo'lga qo'yilmaganligi, saqlash va transport jarayonlarida kamchiliklar mavjudligi, shuningdek, iste'molchilarga yetarli darajada axborot berilmasligi brendga bo'lgan ishonchni pasaytiradi. Bundan tashqari, soxta mahsulotlar (kontrafakt) muammosi ham dolzarbligicha qolmoqda.

Shu sababli oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda kompleks yondashuv zarur. Bu jarayonda davlat organlari, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi hamkorlik muhim ahamiyatga ega. Ayniqsa, mahsulot sifatini nazorat qilish tizimini takomillashtirish, sertifikatlash jarayonlarini kuchaytirish va iste'molchilarni xabardor qilish orqali brendga bo'lgan ishonchni oshirish mumkin.



Oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash orqali ishlab chiqaruvchilar iste'molchilar salomatligini himoya qilish bilan birga, o'z brendining bozordagi mavqeini mustahkamlash imkoniyatiga ega bo'ladi. Sifatli va xavfsiz mahsulot ishlab chiqarish, xalqaro standartlarga rioya qilish, ishlab chiqarish jarayonining shaffofligini ta'minlash hamda iste'molchilarga to'liq va aniq ma'lumot berish brendga bo'lgan ishonchni oshiruvchi asosiy omillar hisoblanadi.

Shuningdek, tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilar ko'pincha o'zlari ishonadigan brendlarni tanlaydi va ularga sodiq bo'lib qoladi. Bu esa kompaniyalar uchun uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlaydi. Aksincha, oziq-ovqat xavfsizligi talablariga rioya qilinmasligi, sifatsiz mahsulot ishlab chiqarilishi yoki noto'g'ri axborot berilishi brend obro'siga jiddiy zarar yetkazib, iste'molchilar ishonchini yo'qotishga olib keladi.

O'zbekiston sharoitida ham oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash va brendga bo'lgan ishonchni oshirish muhim strategik vazifalardan biri hisoblanadi. Bu borada davlat tomonidan qabul qilingan qonunlar, normativ-huquqiy hujjatlar va dasturlar muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar tomonidan zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, sifat nazoratini kuchaytirish va marketing strategiyalarini takomillashtirish orqali iste'molchilar ishonchini yanada mustahkamlash mumkin.

Kelgusida oziq-ovqat bozori yanada rivojlanishi bilan birga, iste'molchilarning talab va ehtiyojlari ham ortib boradi. Shu sababli korxonalar o'z faoliyatida innovatsion yondashuvlardan foydalanishi, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishga e'tibor qaratishi va ijtimoiy mas'uliyat tamoyillariga amal qilishi zarur. Bu esa nafaqat brend imijini mustahkamlaydi, balki jamiyatda sog'lom turmush tarzini shakllantirishga ham xizmat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, oziq-ovqat xavfsizligi va brendga bo'lgan ishonch o'zaro chambarchas bog'liq va bir-birini to'ldiruvchi tushunchalar hisoblanadi. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchilar nafaqat mahsulotning narxiga, balki uning sifati, xavfsizligi, tarkibi va ishlab chiqarish jarayoniga ham alohida e'tibor qaratmoqda. Aynan shu omillar brendga nisbatan ishonchni



shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Yakuniy natija sifatida aytish mumkinki, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash bugungi kunda nafaqat sog'liqni saqlash masalasi, balki marketing va brend boshqaruvining ajralmas qismiga aylangan. Shu bois ishlab chiqaruvchilar, davlat organlari va iste'molchilar o'rtasida samarali hamkorlikni yo'lga qo'yish orqali ushbu sohada barqaror rivojlanishga erishish mumkin.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. O'zbekiston Respublikasining "Oziq-ovqat mahsulotlarining sifati va xavfsizligi to'g'risida"gi Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasining "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi Qonuni.
3. ISO 22000: Food Safety Management Systems – Requirements.
4. HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) tizimi bo'yicha xalqaro qo'llanmalar.
5. Kotler F., Keller K. L. Marketing menejmenti.
6. FAO (Food and Agriculture Organization). Food Safety and Consumer Protection materials.
7. Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti (WHO) ma'lumotlari.
8. Mahalliy va xorijiy ilmiy maqolalar hamda internet manbalari.
9. Хайдарова, Камола Ахинжановна. "ОЗИҚ-ОВҚАТ САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ." *Лучшие интеллектуальные исследования* 60.1 (2026): 424-428.
10. Хайдарова, Камола, and Хуснора Ахмедова. "ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ." *Универсальная индексная библиотека Евразийского журнала академических исследований* 2.13 (2022): 1259-1261.
11. Касимова, Фатима Тулкуновна. "ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ГЛАВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЕЕ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ." *ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ*



*ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ.*  
2021.