

“HALAL“ VA “ORGANIC” SERTIFIKATLARINING MAHSULOT RAQOBATDOSHLILIGINI OSHIRISHDAGI ROLI

*Toshkent kimyo-texnologiya instituti
Sanoat muhandisligi va menejment fakulteti
24-50 MK guruh talabasi
Murodullayev Javohir Jamoliddinovich*

Annotatsiya: Mazkur tezisdagi “Halal” va “Organic” sertifikatlarining mahsulot raqobatdoshligini oshirishdagi roli tahlil qilinadi. Unda ushbu sertifikatlarining iste'molchilar ishonchini shakllantirish, mahsulot sifatini tasdiqlash va xalqaro bozorlarga chiqishdagi ahamiyati yoritiladi. Tadqiqot davomida sertifikatlash jarayonining marketing strategiyasidagi o'rni, uning brend imijiga ta'siri hamda iste'molchilar xulq-atvoriga ko'rsatadigan ta'siri ko'rib chiqiladi. Shuningdek, xalqaro tajribalar asosida “Halal” va “Organic” mahsulotlar bozorining rivojlanish tendensiyalari tahlil qilinadi va korxonalar uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: Halal sertifikat, organic mahsulotlar, raqobatdoshlik, brend ishonchi, marketing, iste'molchi xulqi, sifat

Kirish. Bugungi kunda global bozor sharoitida mahsulotlarning raqobatdoshligini ta'minlash korxonalar oldida turgan muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Iste'molchilar talabining o'zgarishi, sog'lom turmush tarziga bo'lgan qiziqishning ortishi hamda ekologik muammolarning kuchayishi natijasida mahsulot sifati va xavfsizligiga bo'lgan talab keskin oshmoqda. Shu nuqtai nazardan, “Halal” va “Organic” sertifikatlari mahsulotlarning bozordagi ustunligini ta'minlovchi muhim omillardan biriga aylanmoqda.

“Halal” sertifikati mahsulotning islomiy talablarga muvofiq ishlab chiqarilganligini bildiradi. Bu nafaqat diniy talablarni qondiradi, balki mahsulotning tozaligi, xavfsizligi va sifatini ham kafolatlaydi. Shu sababli “Halal” sertifikatiga ega mahsulotlar musulmon aholisi ko'p bo'lgan mamlakatlarda, shuningdek, global bozorda yuqori talabga ega.

“Organic” sertifikatida esa mahsulotning ekologik toza sharoitda, kimyoviy o‘g‘itlar va zararli moddalar ishlatilmasdan yetishtirilganligini anglatadi. Bunday mahsulotlar sog‘lom ovqatlanishga e‘tibor qaratadigan iste‘molchilar orasida ayniqsa mashhur. Organik mahsulotlar nafaqat sog‘liq uchun foydali, balki atrof-muhitni muhofaza qilishga ham xizmat qiladi.

Mazkur sertifikatlar marketing nuqtai nazaridan ham muhim ahamiyatga ega. Ular mahsulotni bozorda differensiallash, ya‘ni boshqa mahsulotlardan ajratib ko‘rsatish imkonini beradi. Natijada iste‘molchilar ushbu mahsulotlarni yanada ishonch bilan tanlaydi.

Xalqaro tajribalar shuni ko‘rsatadiki, “Halal” va “Organic” sertifikatlariga ega mahsulotlar eksport salohiyatini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Ko‘plab rivojlangan davlatlarda ushbu sertifikatlar mahsulot sifatining muhim ko‘rsatkichi sifatida qabul qilinadi. Shu sababli ishlab chiqaruvchilar ushbu sertifikatlarni olish orqali yangi bozorlarga chiqish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

O‘zbekiston sharoitida ham ushbu yo‘nalish dolzarb hisoblanadi. Mamlakatimizda organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish va halal sanoatini kengaytirish bo‘yicha qator chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun “Halal” va “Organic” sertifikatlarini joriy etish eksport hajmini oshirish va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni kuchaytirish imkonini beradi.

Biroq ushbu jarayonda ayrim muammolar ham mavjud. Jumladan, sertifikatlash jarayonining murakkabligi, xarajatlarning yuqoriligi va iste‘molchilar orasida yetarli darajada xabardorlikning yo‘qligi ushbu yo‘nalishning rivojlanishiga to‘sqinlik qilishi mumkin. Shu sababli ushbu muammolarni hal etish uchun davlat va xususiy sektor hamkorligi muhim ahamiyatga ega.

Xulosa qilib aytganda, “Halal” va “Organic” sertifikatlari zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulot raqobatdoshligini oshirishning muhim vositalaridan biri hisoblanadi. Ushbu sertifikatlar mahsulot sifatini tasdiqlash, iste‘molchilar ishonchini oshirish va brend imijini mustahkamlashda muhim rol o‘ynaydi.

Iste'molchilarning sog'lom turmush tarziga bo'lgan qiziqishi ortib borayotgan bir paytda, ekologik toza va xavfsiz mahsulotlarga bo'lgan talab ham oshmoqda. Shu sababli "Organic" mahsulotlar bozorda katta ustunlikka ega bo'lib bormoqda. Shuningdek, "Halal" sertifikat mahsulotning diniy va gigiyenik talablarga mosligini ta'minlab, keng iste'molchilar qatlamini qamrab olish imkonini beradi.

Korxonalar uchun ushbu sertifikatlarni joriy etish nafaqat marketing strategiyasini takomillashtirish, balki eksport salohiyatini oshirish va xalqaro bozorlarda o'z o'rnini mustahkamlash imkonini beradi. Shu bilan birga, ushbu yo'nalishda davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash, sertifikatlash tizimini soddalashtirish va iste'molchilarni xabardor qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

Kelgusida "Halal" va "Organic" mahsulotlar bozori yanada kengayishi kutilmoqda. Shu bois ishlab chiqaruvchilar ushbu tendensiyalarni inobatga olgan holda innovatsion yondashuvlardan foydalanishi va sifat standartlariga qat'iy rioya qilishi zarur. Bu esa nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshiradi, balki jamiyat salomatligini yaxshilashga ham xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasining "Oziq-ovqat xavfsizligi to'g'risida"gi qonuni.
2. Halal sertifikatlash bo'yicha xalqaro standartlar (OIC/SMIIC).
3. Organic farming standards (IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements).
4. Keller K. L. Strategik marketing va brend boshqaruvi.
5. Хайдарова, Камола, and Хуснора Ахмедова. "ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ." *Универсальная индексная библиотека Евразийского журнала академических исследований* 2.13 (2022): 1259-1261.
6. Axinjanovna X. K. et al. YANGI BOZORLARGA KIRISH STRATEGIYALARI //Ta'lim innovatsiyasi va integratsiyasi. – 2025. – T. 44. – №. 2. – S. 133-143.

7. Tulkunovna K. F. ISSUES OF EVALUATING THE LEVEL OF DEVELOPMENT OF MARKETING ACTIVITIES OF SMALL BUSINESS IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN //ЕВРАЗИЙСКИЙ СОЮЗ УЧЕНЫХ (ЕСУ). – Т. 17.
8. Xaydarova, Kamola, et al. "Differensiyalangan Marketing Strategiyasining Mohiyati Va Uning Samaradorligi." *Advanced Economics and Pedagogical Technologies*, vol. 2, no. 3, 23 May. 2025, pp. 49-54, doi:[10.60078/3060-4842-2025-vol2-iss3-pp49-54](https://doi.org/10.60078/3060-4842-2025-vol2-iss3-pp49-54).
9. Хайдарова К. А., Инатова Н. А. ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ НАССР НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ //Интернаука. – 2018. – №. 19-2. – С. 27-28.