

Sharifova Shahloxon Shavkatovna

Buxoro davlat universiteti tayanch doktoranti

sharifovashahloxon@gmail.com

GLOBAL HALOL MAHSULOTLAR BOZORINI HARAKATLANTIRUVCHI OMILLAR

Annotatsiya. Global halol sanoati hozirda eng tez rivojlanayotgan bozorlardan biri hisoblanadi. Ushbu bozorning o'sishi yiliga 20 foizni tashkil etmoqa. Halol mahsulotlar bozori oziq-ovqat mahsulotlari bilan chegaralanib qolmaydi. Ushbu maqolada jahon bozoridagi globallashuv jarayoni natijasida yangi imkoniyatlarning paydo bo'lishi bilan birga, Halol sanoatiga bo'lgan talabning ortib borayotganini belgilovchi omillarni kuzatish orqali global halol sanoati rivojlanishining hozirgi holati tadqiq qilingan. Tadqiqot maqsadlariga erishish uchun turli manbalardan olingan ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish metodologiyasi qabul qilingan. Jadal rivojlanayotgan global halol bozorini harakatga keltiruvchi uchta asosiy omil mavjud. Birinchidan, dunyoda musulmonlar sonining ko'pligi va yiliga 1,8 foizga o'sib borishi, ikkinchidan, musulmonlar yashayotgan mamlakatlarda iqtisodiy rivojlanishning o'sib borishi va buning natijasida musulmonlarning xarid qobiliyatining oshishi, uchunchidan, musulmon bo'lmagan davlatlarda halol sanoat bo'yicha potentsial bozorining paydo bo'lishi, shuningdek, istiqbolda halol sanoat ishtirokchilari halol bozori haqidagi bilim va tushunchalarni chuqurlashtirishlari, ma'lumotlarni muntazam yangilab turishlari va bozorda hali foydalanilmagan bo'shliqlardan, ayniqsa, mahsulotni sotish va reklama qilish orqali foydalanishlari kerak. Ushbu ishning natijalari va tavsiyalari tegishli sohalardagi bo'lajak tadqiqotchilar va olimlar, shuningdek, boshqa manfaatdor tomonlar uchun Halol sanoati sohasida o'zlarining strategik qarorlarini qabul qilishlari uchun manba bo'ladi.

Kalit so'zlar: Harakatlantiruvchi omillar, global halol sanoati, imkoniyatlar, muammolar

Kirish

Halol bozori oziq-ovqat mahsulotlari sektori chegarasi bilan cheklanib qolmaydi, balki u nooziq-ovqat mahsulotlari, jumladan kosmetika va farmatsevtika, dush va tibbiy asboblari, logistika, marketing, bosma va elektron ommaviy axborot vositalari, qadoqlash, brending va moliyalashtirish kabi xizmat ko'rsatish sohasi komponentlarini qamrab olgan holda o'z ko'lamini kengaytirdi. Global halol sanoati ko'lami 2021 yilda qariyb 2 trillion AQSH dollarini tashkil etdi. (Halal Food Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027, <https://www.imarcgroup.com/halal-food-market>) "Halol" tushunchasi arab tilidan tarjima qilinganda "yaxshi" ma'nosini anglatuvchi "Toyyib" tushunchasini bilan chambarchas bog'langan. Demak, "halol" tushunchasining kengroq ma'nosi Islom dinida ruxsat etilgan va inson uchun foydali bo'lgan har qanday narsa hisoblanadi. Diniy qadriyatlar bilan birga axloqiy qadriyatlar integratsiyasi butun dunyo bo'ylab 1.9 milliard nafar¹ musulmon iste'molchidan musulmon bo'lmagan

¹ ["Muslim Population by Country 2022". worldpopulationreview.com](https://www.worldpopulationreview.com). Retrieved 9 October 2022

iste'molchigacha halol sanoati chegarasini kengaytiradi. Hayvonlar farovonligi, ijtimoiy mas'uliyat, atrof-muhitga do'stona munosabat, yerni resurslarini oqilona boshqarish, iqtisodiy va ijtimoiy adolat va axloqiy sarmoya kabi halol sanoat tomonidan ilgari surilgan qadriyatlar tufayli u musulmon bo'lmagan iste'molchilar tomonidan hayot tarzi tanlovi sifatida yaxshi qabul qilinib kelmoqda. Hozirgi kunda musulmonlar soni 1.9 milliard kishini tashkil etadi, bu umumiy aholining 24 foizini tashkil qiladi, bu yiliga qariyb 2 foizga oshish qayd etilgan¹. Iste'molchi hajmi oshgani sayin, halol sanoatining bozor hajmi ham yiliga 20% ga oshib, 560 milliard AQSh dollarini tashkil etgan. Bundan tashqari, musulmonlarning aholi jon boshiga o'rtacha daromadi 1993 yildan 2015 yilgacha 1763 AQSh dollaridan 10 728 AQSh dollariga ko'tarilgan va IHTga a'zo 57 davlatning umumiy yalpi ichki mahsuloti 2018-yilda 20.6 trillion dollarni tashkil etdi(OIC Economic Outlook <https://www.sesric.org/publications-detail.php?id=490>) Musulmon bo'lmagan davlatlar halol bozorining imkoniyatlari va salohiyati o'sishini anglab yetgan va jahon iqtisodiyotining ushbu sektorida yetakchilik qilishga harakat qilmoqda. Misol uchun, Braziliya, Avstraliya va Singapur 2017-2018 yillarda halol oziq-ovqat bozorida GIEI (Global islom iqtisodi ko'rsatkichi) ko'rsatkichi eng yuqori bo'lgan davlatlar o'ntaligiga kirdi, garchi ular musulmon bo'lmagan davlatlar bo'lsa ham.(Latif, H., 2017). Halol oziq-ovqat sanoatida eng katta bozor go'sht va parranda go'shti bozori bo'lib, ajablanarlisi musulmon bo'lmagan mamlakatlar yetakchilik qiladi. Braziliya(\$5.19 mlrd) va Avstraliya(\$2.36 mlrd) halol go'sht eksporti bo'yicha dunyoda yetakchilik qilmoqda.² Braziliya va Argentina ayni paytda parrandachilikning eng yirik ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi. Halol sanoati global miqyosda o'zining potentsial o'sishini namoyish etsa-da, musulmonlar halol va bu sohaning istiqbollari haqida xabardor emaslar.³ Butun musulmon davlatlari uchun global halol bozorining imkoniyatlari va imtiyozlarini aniqlash va amalga oshirish va jahon miqyosida yetakchi o'rinlarni egallash hozirgi zamonning dolzarb masalasidir. Imkoniyatlar to'g'risida xabardorlik barcha darajalarda, shu jumladan hukumat, tadqiqotchilar, biznes tadbirkorlari, Ishlab chiqaruvchilar, siyosatchilar va iste'molchilar darajasida amalga oshirilishi kerak. Bundan tashqari, halol sanoati duch keladigan muammolar va masalalar siyosatchilar, tadqiqotchilar, hukumatlar va tegishli organlar tomonidan aniqlanishi va hal qilinishi kerak. Shunday qilib, ushbu maqolaning maqsadi global halol sanoatining hozirgi holati va istiqbollarini amalga oshirishdir. Shuningdek, u global halol bozorining tez o'sishini belgilovchi omillarni o'rganadi. Tadqiqotning yakuniy maqsadi global halol bozoridagi asosiy ta'sir etuvchi omillar aniqlangan. Tadqiqot natijalaridan global halol bozorining joriy holati va imkoniyatlari haqida xabardor qilish uchun foydalanish mumkin. Hukumat va siyosatchilar ushbu natijalardan tegishli mamlakatlarda halol bozorlarni yaxshilashga qaratilgan siyosat va dasturlarni ishlab chiqishda foydalanishlari mumkin.

Metodologiya

Tadqiqot maqsadlariga erishish uchun ushbu maqolada Literature meta-analyssis ya'ni, ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish metodologiyasi qabul qilindi. Barcha ikkinchi darajali ma'lumotlar va ma'lumotlarning manbalari keng qamrovli adabiyotlarni ko'rib chiqish, kutubxonalarni qidirish, bir qator turli veb-saytlar, onlayn jurnal nashrlari, konferentsiya materiallari, tezislari, turli institutsional hisobotlar va nashrlar edi.maqolani

¹ "Muslim Population by Country 2022". *worldpopulationreview.com*. Retrieved 9 October 2022

² <https://www.euromeatnews.com/Article-Top-10-exporters-shipped-halal-meat-worth-%2414.04-bn-to-OIC-countries-/798>

³ Yunus, R. M., Mahmood, C. F. C., & Mansor, N. H. A. (2014). Understanding mechanisms to promote halal industry-the stakeholders' views. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 160-166.

shakllantirish hamda tuzilmaviy izchillikni ta'minlash maqsadida malayziyalik soha mutaxassislari Md. Siddique E Azam, Moha Asri Abdullah tomonidan chop etilgan "Global halal industry: realities and opportunities" nomli maqolasidan foydalanildi.

Adabiyotlar tahlili

"Halol" atamasi arabcha "halla", "yahillu", "hillan", "vahalalan" soʻzidan kelib chiqqan boʻlib, shariat qonunlari bilan ruxsat etilgan yoki ruxsat etilgan degan maʼnoni bildiradi. Shariat qonunlariga koʻra, har bir musulmon oʻzi isteʼmol qilgan narsaning halol manbadan olinishini taʼminlashi kerak. Ushbu tasdiq nafaqat ingredientlar, balki ishlab chiqarish va xizmatlarning butun jarayoni bilan cheklanmasligi kerak. Malboobi va boshqa olimlar tomonidan olib borilgan yana bir tadqiqotda halol va harom mahsulotlar uchun baʼzi tamoyillar bayon etilgan. Tadqiqot halolni qonuniy, foydali va inson uchun jiddiy tahdid yoki zarar emas deb taʼriflaydi. (M. T. Malboobi, M. A. Malboobi; 2012) arom esa teskarisi sifatida qabul qilingan va foydali yoki zararli boʻlish darajasi maʼlum vaqt, joy va zarurat asosida mavzuga asoslangan shariat tartibi belgilaydi. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) tomonidan 2011 yil Savdo tavsifi buyrugʻida berilgan taʼrif qadoqlash, marketing, ishlab chiqarish, logistika, etkazib berish, binolarni saqlash, soʻyish va boshqalar kabi barcha biznes operatsiyalarini oʻz ichiga olgan mahsulot va xizmatlarni oʻz ichiga oladi (JAKIM, 2015). Birlashgan Millatlar Tashkilotining FAO (Oziq-ovqat va qishloq xoʻjaligi tashkiloti) halolning ahamiyati va uning jahon iqtisodiyotiga taʼsirini anglagan holda, unga aʼzo mamlakatlar tomonidan qabul qilinadigan "halol" atamasini qoʻllash boʻyicha koʻrsatmalarni ham tayyorladi. Faqat oziq-ovqat bilan cheklanib qolmagan "halol" tushunchasi halol sanoatini jahon iqtisodiyotida yangi salohiyatli oʻsish sohasiga aylantirdi. Sanoat yiliga 20 foizga oʻsib bormoqda, uning qiymati 560 milliard AQSh dollarini tashkil etadi va umumiy taxminiy qiymati 2,3 trillion AQSh dollarini tashkil etadi¹. Bu qiymat tez oʻsib borayotgan Islomiy moliyani oʻz ichiga olmaydi. Sanoat jahon miqyosida iqtisodiyotda oʻz qanotini jadal surʼatlar bilan yoymoqda. Endi u faqat 1,9 milliard musulmonlar bilan chegaralanib qolmaydi, balki musulmon boʻlmaganlar uchun ham bozordir. Malayziyadan tashqari, boshqa mamlakatlar Xitoy, Tailand, Indoneziya, Singapur, Koreya, Filippin va Avstraliya allaqachon bozorga kirishgan. Aksariyat musulmon boʻlmagan davlatlar halol sanoati salohiyatini roʻyobga chiqarishdi. Darhaqiqat, Braziliya, Avstraliya, Yangi Zelandiya, Italiya, Hindiston, Germaniya kabi baʼzi mamlakatlar halol sektorlari boʻyicha GIEI reytingida birinchi oʻntalikni egallab turibdi.

1-jadval. Global halol sanoati sohalari koʻlami (*prognoz qilingan)²

Yillar	Oziq-ovqat sohasi (trln \$)	Media va koʻngil ochish sanoati (mlrd \$)	Farmaseftika va kosmetika sanoati (mlrd \$)	Kiyim kechak va tashqi koʻrinish sohasi (mlrd \$)	Sayohat sohasi (mlrd \$)	Islom moliyasi (trln \$)
2019	1.17	222	94	277	194	2.88
2024*	1.38	270	105	311	208	3.69

¹ <https://www.euomeatnews.com/Article-Top-10-exporters-shipped-halal-meat-worth-%2414.04-bn-to-OIC-countries-/798>

² Manbaa: <https://wareeshalal.sg/halal-industry/> maʼlumotlari asosida muallif ishlanmasi

Demak, halol sanoati nafaqat farmatsevtika, sog'liqni saqlash mahsulotlari, gigiena vositalari va kosmetika kabi mahsulot tarmoqlarini, balki marketing, ta'minot zanjiri, logistika, qadoqlash, ishlab chiqarish, brending kabi xizmat ko'rsatish sohalarini ham kengaytirdi. , va moliyalashtirish. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, sayohat va turizm, mehmondo'stlik menejmenti va moda sanoati kabi turmush tarzi takliflari endi halol sanoatining asosiy sektori hisoblanadi. Tadqiqotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, musulmon aholisi yiliga 3 foiz o'sib dunyo aholisining 23 foizini tashkil qiladi. Musulmon mamlakatlarning ayrimlari xarid qobiliyati yuqori va iqtisodiyoti o'sib borayotgan bo'lsa-da, qolgan mamlakatlarda aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromad past. Uchinchi sanoat bosh rejasi; Malayziyaning 2016-2020 yillari Malayziyaning dunyodagi yetakchi halol markaziga aylanish maqsadini ko'rsatadi. Shu munosabat bilan halol sanoati Malayziya yalpi ichki mahsulotiga taxminan 5,8% hissa qo'shishi taxmin qilinmoqda. Jahon bozori hozir Malayziyani kuzatib bormoqda va halol sanoatida global markaz bo'lish uchun raqobatlashmoqda. Global miqyosda halol sanoatining jadal rivojlanishiga turtki beruvchi omillar mavjud. Bu omillarga dunyo bo'ylab musulmon aholisi, musulmon mamlakatlari YaIMning o'sishi, rivojlanayotgan halol bozorlari, musulmon turmush tarzi takliflari va halol ekotizimining o'sishi kiradi. Biroq, bu harakatlantiruvchi kuchlar halol sanoatning jahon iqtisodiyotidagi asosiy imkoniyatlaridan ham dalolat beradi. Quyida zikr etilgan omillar harakatlantiruvchi kuchlar sifatida ko'rsatilgan va global halol sanoati imkoniyatlari ko'rsatilgan. Dunyo bo'ylab musulmon aholisining tez o'sishi global halol bozorining kengayishiga eng ko'p turtki bo'lgan omil hisoblanadi.

Dunyo aholisi 8,3 milliardga yetadi va musulmonlar soni 2,1 milliardga yetishi kutilmoqda (Latif, 2017,pp.45-47). Biroq, so'nggi ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, musulmon aholisi allaqachon dunyo aholisining 28,26 foizini tashkil qiladi, bu 2,18 milliardni tashkil etadi¹. Millennial, shuningdek, Y avlodi sifatida ham tanilgan, bu iqtisodiyot va global halol sanoati o'sishining harakatlantiruvchi omilidir. Aynan ular musulmon ming yilliklarning ehtiyojlarini qondirishadi va chakana savdo iqtisodiyotiga o'zgarishlar kiritish orqali brendlarni o'rnatadilar. Ular tadbirkorlik, innovatsiyalar, texnologiyani bilish va potentsial kuch nuqtai nazaridan harakatlantiruvchi kuchdir. 2027 yilga kelib, Millennials asosiy iste'molchi kuchi sifatida dunyo aholisining 2,8 milliardini tashkil qiladi. Xuddi shu paytni o'zida, IHT mamlakatlari orasida Y avlodi 0,7 milliardga etadi va o'rtacha yoshi 28,2 ga oshadi, bu esa jahon yosh aholisining yoshidan kamroqdir (Latif, 2017). Aholi soni bo'yicha eng tez o'sayotgan din sifatida Islom 2070 yilga kelib eng ommabop din bo'lishi prognoz qilinmoqda, bu halol sanoati o'sishining yana bir muhim belgisidir (LIPKA, 2017). Yalpi ichki mahsulotning xarid qobiliyati pariteti yoki YaIM (PPP) bo'yicha ko'rsatkichi global halol sanoati o'sishining yana bir harakatlantiruvchi kuchi bo'lib, u iqtisodiyotning potentsial kuchini o'lchash uchun iqtisodiy vositalardan biridir. Jahon banki tomonidan berilgan YaIMning (PPP) ta'rifi Amerika Qo'shma Shtatlari bozoriga nisbatan "ichki bozorda bir xil miqdordagi tovar va xizmatlarni sotib olish uchun zarur bo'lgan mamlakat valyuta birliklari soni"; AQSH dollariga asoslanadi. Aholi soni ortib borayotgan bir paytda musulmonlarning jon boshiga o'rtacha daromadi 1993-yildan 2015-yilgacha 1763 AQSh dollaridan 10 728 AQSh dollarigacha ko'tarildi va 2018-yilda 57 IHT davlatining umumiy YaIM \$20,6 trln. IHT iqtisodiyoti.² Musulmonlar hamda butun dunyo bo'ylab iste'molchilarning xarid qobiliyati ham tegishli mamlakatlarning yalpi ichki mahsuloti o'sishi bilan ortib bormoqda.

¹ <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>

² Organization of Islamic Organization <https://www.sesric.org/publications-detail.php?id=490>

2-jadval.

Islom Hamkorlik Tashkilotining yetakchi davlatlarining yalpi ichki mahsuloti va ularning musulmon aholisi¹

Mamlakatlar	2016 (mlrd)	2017 (mlrd)	2018 (mlrd)	2019 (mlrd)	2020 (mlrd)	Aholisi (mln, 2020)
Misir	\$1,050.7	\$1,116.9 mlrd	\$1,193.2 mlrd	\$1,279.6 mlrd	\$1,372.9 mlrd	203.3
Indoneziya	\$3,018.8	\$3,240.4 mlrd	\$3,498.8 mlrd	\$3,789.3 mlrd	\$4,103.3 mlrd	273.5
Eron Islom Respublikasi	\$1,459.0	\$1,543.7	\$1,641.0	\$1,750.2	\$1,866.3	83.99
Malayziya	\$860.2	\$918.9	\$984.7	\$1,056.46	\$1,133.20	32.37
Nigeriya	\$1,166.4	\$1,240.5	\$1,325.8	\$1,421.2	\$1,525.9	206.1
Saudi Arabistoni	\$1,738.7	\$1,819.9	\$1,913.5	\$2,015.6	\$2,124.5	34.81
Pokiston	\$984.2	\$1,046.4	\$1,123.4	\$1,207.5	\$1,297.7	220.9
Turkiya	\$1,641.0	\$1,731.2	\$1,828.3	\$1,933.2	\$2,043.7	84.34
Jazoir	\$599.8	\$634.0	\$671.3	\$710.5	\$751.1	43.85
Bangladesh	\$623.3	\$678.5	\$740.9	\$810.0	\$883.3	164.7
Iroq	\$575.6	\$633.1	\$695.2	\$763.8	\$836.1	40.22
Qozog'iston	\$445.8	\$470.8	\$499.7	\$532.05	\$568.05	18.75
BAA	\$669.8	\$703.7	\$743.0	\$786.7	\$834.4	9.89
Qatar	\$344.2	\$364.8	\$385.9	\$407.2	\$427.6	2.881

2016 yildan 2022 yilgacha bo'lgan davrda 5,8 foiz o'sish sur'ati bilan PPP hisobiga ko'ra jahon yalpi ichki mahsuloti 168 trillion dollarga yetishi kutilmoqda. Biroq Xitoy 2014 yilda allaqachon AQSh YaIMdan oshib ketdi. IHT mamlakatlari esa 18,3 trillion dollarni tashkil qildi. 2016-yilda jahon iqtisodiyotining 15,3 foizini tashkil etdi. 2016-2022-yillarda Islom hamkorlik tashkilotiga a'zo bo'lgan 57 ta musulmon davlatlari 2016-2022 yillarda 6,2 foizga o'sishi kutilmoqda (Thomson Reuters Global Islamic Economy Report 2017/2018). Hisobotda, shuningdek, Xitoy islom iqtisodiyoti savdosida o'yinni o'zgartiruvchi o'yinchi sifatida ko'rsatilgan. Xitoyning "Bir belbog', bir savdo" tashabbusi 28 IHT davlatini o'z ichiga oladi va infratuzilma bilan bog'liq 3 trillion dollar sarmoyadan foyda ko'radi.

Eksport ham mamlakat yalpi ichki mahsulotining asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi. Halol eksporti 2016-yildagi jami 50 million dollardan 2030-yilga kelib 1 milliard dollardan oshishi kutilmoqda. Halol sanoatining eksport ekotizimi to'rt komponentdan iborat. Hayvonlarni import qilish va ko'paytirish orqali ishlab chiqilgan barqaror inventar yiliga 0,5 tonna jo'natiladi. Keyinchalik, ko'p millatli kompaniyalar tomonidan boshqariladigan ilg'or qayta ishlash, 5000 dan ortiq ish bilan ta'minlangan. Uchinchi komponent - sertifikatlash bo'lib, halol sertifikatlash va akkreditatsiya bo'yicha jahon darajasidagi yetakchi hisoblanadi. Nihoyat, kichik va o'rta korxonalar uchun mablag'larni taqdim etuvchi moliya (Thomson Reuters Global Islamic Economy Report 2017/2018).

Dunyoning ko'plab mamlakatlarida sanoat o'yinchilari halol bozor kuchiga olib keladigan halol mahsulotlar va xizmatlar haqida bilvosita xabardorlikni keltirib

¹ Manba: <http://materiaislamica.com/> ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

chiqaradigan ko'plab kompaniyalarga ega. Butun dunyo iste'molchilari "Halol"ning nafaqat oziq-ovqat iste'moli nuqtai nazaridan, balki unga integratsiyalashgan axloqiy qadriyatlarning ahamiyatini anglab yetmoqda, masalan. Musulmonlarga do'stona turizm (Muslim Friendly Tourism), oddiy moda, logistika, farmatsevtika va boshqalar. Halol sanoatida paydo bo'lgan trillion dollarlik biznes bu iste'mol ehtiyojining natijasidir. Ko'rinib turibdiki, Malayziya, Indoneziya, Saudiya Arabistoni, Pokiston kabi musulmonlar ko'p bo'lgan davlatlar va boshqa musulmon bo'lmagan davlatlar ham GIE (Global Islam Economy) ko'rsatkichi reytingida yetakchilik qilmoqda. Biroq, Tailand, Filippin, Xitoy va Singapur kabi boshqa mamlakatlarda rivojlanayotgan bozorlar halol sanoatining potentsial o'sishini ko'rsatadi. Bu barcha mamlakatlarning rivojlanayotgan bozorlari halolni eksport, turizm, qo'shimcha qiymat, savdo, tadqiqot, sertifikatlashtirish ekspertizasi, o'quv dasturlari, halol fanlari simpoziumi, xomashyo yetkazib beruvchi va boshqa jihatlar orqali iqtisodiyotni rag'batlantirish vositasi sifatida ko'rishadi (Imarat Consultants, n.d.). Rivojlanayotgan yangi o'yinchilarga Singapurning MyOutlets supermarketi, logistika xizmatlari bo'yicha Yaponiyaning Nippon Express kompaniyasi, Turkiyaning Banvit go'sht kompaniyasi, Buyuk Britaniyada joylashgan Willobruk fermasi, Halal Exotic Meats, Asada's, HonestChop AQSH va boshqalar kiradi. Fleishman Hillard Majlis, 2011 yil "Yangi Ipak Yo'li" kitobida Xitoyni potentsial rivojlanayotgan halol bozori sifatida tanishtiradi. Yivu shahri kitobda eslatib o'tilgan misollardan biridir, bu erda har yili 200,000 dan ortiq arab fuqarolari tashrif buyurishadi, chunki u Xitoydagi eng yirik ulgurji iste'mol tovarlari bozoridir. Halol sanoati ko'lamini anglab, savdo zonasida bir nechta tashabbuslar amalga oshirildi, masalan, musulmon iste'molchilarini qiziqtiradigan mahsulotlar mavjudligi, qulay savdo, 10 000 ga yaqin musulmonlar namoz o'qishi uchun namozxona, halol oziq-ovqatlardan oson foydalanish. AQSh halol sanoatining yana bir potentsial rivojlanayotgan bozoridir. Yaqinda imarat Consultants tomonidan e'lon qilingan ma'lumotlarga ko'ra, AQSh Kosher bozori iste'molchilarining 16 foizi musulmonlardir. Supermarketlar peshtaxtalarida har 1 ta halol mahsulotga 86 ta Kosher mahsuloti to'g'ri keladi. Shuningdek, AQSh musulmonlari kosher mahsulotlariga yiliga 16 milliard dollardan ko'proq mablag' sarflayotgani, chunki u yerda halol mahsulotlar mavjud emasligi aytiladi. Shunga o'xshash jarayonni Buyuk Britaniyaning halol bozorida ham kuzatish mumkin, u har yili o'rtacha 1% ga, umumiy 15%ga o'sishni qayd etgan.

Bundan tashqari, dunyo mamlakatlari halol sanoatida bir-biri bilan raqobatlashuvchi bozor ishtirokchilari sifatida paydo bo'lmoqda. 2015 yil Bio Malaysia va ASEAN bioiqtisodiy konferentsiyasida taqdim etilgan HDC tomonidan taqdim etilgan yaqinda hisobotida global miqyosda bir nechta rivojlanayotgan bozorlar qayd etilgan. Misol uchun, BAA islom iqtisodiyotining markaziga aylanish niyatida, Xitoyda ichki halol iqtisodiyoti yiliga 10% ga oshib bormoqda, Tailand halol qayta ishlangan oziq-ovqat mahsulotlarini eng yirik ishlab chiqaruvchisi sifatida dunyo oshxonasiga aylanish rejalashtirmoqda, Yaponiya iqtisodiyoti halolni asosiy manba sifatida ko'rmoqda. 2020 yilga kelib Janubiy Koreya halol turizmning asosiy yo'nalishiga aylanishni, Bruney davlati esa HDC, Bio Malaysia & Asean Bioeconomy Conferenceda 2015- yildayoq Halol mahsulotlar uchun uchun Google platformasi singari axborot manbai bo'lishni orzu qililayotganini e'lon qilib bo'lgan edi.

Dunyo bo'ylab musulmonlar soni tobora ortib borayotganligi sababli halol sanoati o'z takliflarini turmush tarzi sohalorida, jumladan halol ovqatlanish (halol oziq-ovqatni ta'minlash), musulmonlarga do'stona turizm va mehmondo'stlik xizmatlari, halol farmatsevtika va kosmetika, shuningdek, moda sanoati va ko'ngilochar sohalarda kengaytirdi. Sifatli va sog'lom bo'lgan halol oziq-ovqatlarni tanlash halol sanoatining

musulmonlar va musulmon bo'lmagan iste'molchilar uchun eng katta turmush tarzi takliflaridan biridir. Iste'molchilar halol sertifikat, halol standartlari va halol xomashyosi nuqtai nazaridan halol yaxlitligidan xabardor bo'lishlari bilan halol oziq-ovqatlarga talab ortib bormoqda. Oziq-ovqat va ichimliklar (F&B) sektori, shuningdek, sanoatning eng yirik sektori bo'lib, hayot tarzi sektorlari bo'yicha jahon musulmonlari xarajatlarining taxminan 56 foizini egallaydi. 2016-yilda musulmonlarning F&Bga sarflagani jami 1,24 trillion dollarni tashkil etdi, bu 2022 yilga kelib 2018- yilga nisbatan 6,2 foiz o'sish sur'ati bilan 1,94 trillion dollarga yetishi kutilmoqda. Global halol oziq-ovqat mahsulotlarini investitsiya qilish va yaratish uchun katta imkoniyatlar mavjud, chunki sektor global o'sishdan deyarli ikki baravar o'smoqda (Latif, 2017). 2050 yilga kelib oziq-ovqatga bo'lgan talab 70 foizdan ko'proq o'sishi kutilmoqda, bu kelajakda halol oziq-ovqatga bo'lgan talab kuchli ekanligini ko'rsatadi (Personal, Archive, Puah, Voon, & Entebang, 2009). Halol sayohat va musulmonlarga do'stona turizm - halol xizmat ko'rsatish sohasidagi yangi segment bo'lib dunyo yuzini ko'rmoqda. Talab parvoz va mehmonxonalarda halol taomlar, halol aviakompaniyalar, musulmonlarga mos mehmonxonalar va plyajlar va boshqalar bo'yicha mavjud. GIE hisobotiga ko'ra Thomson Reuters tomonidan 2018 yilda halol sayohatchilar 2016 yilda o'tgan yilga nisbatan 11,8 foiz o'sish sur'ati bilan jahon bozorining 12 foizini yoki 169 milliard AQSh dollarini sarflashi taxmin qilinmoqda. Bu qiymat 2022 yilga kelib 283 milliard dollarga yetishi prognoz qilinmoqda. Global Muslim Travel Index (GMTI) hisobotida taqdim etilgan shunga o'xshash tadqiqot 2017 yilda halol sayohatchilarning xarajatlari 155 milliard AQSh dollarini tashkil etganini, 2019-yilda sayohat uchun \$194 mlrd pul sarflanganligi qayd etilib bu ko'rsatkich oldingi yilgi ko'rsatkichga nisbatan 2.7%ga oshgani ma'lum.¹ 2024-yilga borib World Islamic Tourism Conference mutaxassislari tomonidan bu ko'rsatkich \$208 mlrdni tashkil etishi qayd etilgan. Musulmonlarning ko'pchiligi uzoq vaqt sayohat qilishda samolyotda halol taom haqida juda tashvishlanadilar. Yaqin Sharq aviakompaniyalari global tendentsiyadan chetga chiqqan dunyodagi barcha yirik aeroportlardan jo'natilgan bortda halol taomlarni taqdim etishni shu nuqtai nazardan juda yaxshi biladi. Bu haqida Aviatsiya markazi (CAPA) tomonidan doimiy ravishda xabar qilinib, halol sanoatining o'sishi va kengayish sur'ati boshqa hech qanday jahon bozorida kuzatilmagan. Plyaj kurortlari rivojlanayotgan bozor va halol sayohat qilishning potentsial imkoniyatidir. "Salaam Gateway 2016 yil yanvar" ushbu bozorning ahamiyatini ta'kidlaydi. Hisobotga ko'ra, bozor 250 milliard dollarga baholangan, musulmonlar 2014-yilda 28 milliard dollar sarflagan. Ushbu plyajdagi kurortlar musulmon sayohatchilarga halol taomlarni taklif qilish, spirtli ichimliklarsiz yashash, maxsus namozxonalar, alohida basseynlar va fitnes markazlarini taklif qilish orqali mo'ljallangan. va boshqa musulmonlarga do'stona xizmatlar musulmonlarning turmush tarzi ehtiyojlariga javob beradi. Hisobotda Turkiya, Tailand, Maldiv orollari, Misr, Iordaniya, Quvayt va BAA kabi turli mamlakatlardagi 32 ta plyaj kurortlari esga olinadi, ular byudjetdan hashamatgacha bo'lgan narxlarining keng doirasini taklif qiladi. Musulmon sayohatchilarning aniq xarajatlaridan biri bu har yili millionlab musulmonlar tomonidan bajariladigan muqaddas vazifa bo'lgan Haj yoki Umra uchundir. Haj va Umra bozorida potentsial imkoniyatlar ustunlik qilmoqda. Masalan, 2018-yilda Malaysia Airlines tomonidan arzon aviakompaniyalar ishga tushirilishi, Umra al-badal ado etish uchun raqamli yechim, Saudiya Arabistoni tomonidan Haj xavfsizligini ta'minlashda yuqori hi-tech bilaguzuklarning joriy etilishi va boshqa ko'plab bozor ishtirokchilari.

¹ <https://salaamgateway.com/story/global-muslim-expenditure-on-travel-to-reach-pre-pandemic-level-by-2023-study>).

Sog'liqni saqlash mahsulotlari va farmatsevtika mahsulotlari ham halol sanoati tomonidan hayot tarzining potentsial takliflari bo'lib, ular ta'sirchan o'sish ko'rsatkichlarini ko'rsatdi. (The Business Research Company www.marketresearch.com). Thomson Reuters hisobotiga ko'ra, dang isitmasi, poliomielit va meningokokk meningitiga qarshi halol sertifikatlangan vaksinalar tez orada butun dunyo bo'ylab ishlab chiqariladi. Biologiya va nutratsevtika sohasida o'z o'rniga ega bo'lsa-da, bu sohadagi jami musulmonlar 2016 yilda 83 milliard dollarni tashkil etdi va 2022 yilga kelib 132 milliard dollarga yetishi kutilmoqda.

Kosmetika va shaxsiy parvarish hayot tarzining ajralmas qismidir. Musulmonlar halol muammolari haqida qayg'uradilar, chunki ingredientlar halol bo'lmagan manbalardan bo'lishi mumkin bo'lgan mahsulotlardan foydalanishadi. Bu xabardorlik musulmon iste'molchilarni halol kosmetika va shaxsiy parvarishlash mahsulotlariga ko'proq talab qilishga majbur qildi, 2016-yilda 57 milliard dollar sarflab, 2022-yilgacha prognozi 82 mlrd dollarni tashkil etadi. Biroq, global miqyosda ushbu sektorda talab va taklif katta farq bor, bu halol sanoati uchun ajoyib imkoniyatdir. Hozirda halol kosmetika va shaxsiy parvarish mahsulotlari yetkazib berish butun dunyo bo'ylab jami 56 milliard dollarlik talabning atigi 18 foizini tashkil etadi. Eksportchilar global miqyosda atigi 10 milliard AQSH dollarini yetkazib berishmoqda, bunda 46 milliard AQSH dollari miqdorida katta talab-taklif tafovuti mavjud (HDC, Bio Malaysia & Asean Bioeconomy Conference, 2015).

3-jadval. Global Islom Iqtisodiyoti (*prognoz)¹

	2021-yil (trln \$)	2025*-yil (trln \$)	O'sish(%)
Islom moliyasi	3.637	4.992	7.9
Halol oziq-ovqat	1.267	1.668	7.1
Kosmetika	0.7	0.93	7.4
Kamtarona moda (Musulmon ayollar kiyimi)	0.295	0.375	6.1
Sayohat	0.102	0.189	16.5
Media va rekreatsiya	0.231	0.308	7.5
Farmasevtika	0.100	0.129	6.7

Kamtarona moda (Musulmon ayollar kiyimi), ommaviy axborot vositalari va dam olish - bu halol sanoatning segmentlari hisoblanadi. Kiyim bozori asta-sekin o'sib bormoqda, zamonaviy va oddiy sport kiyimlari, hijoblar, dizaynerlik brendlari va butiklari, shuningdek, Ramazon kolleksiyasi. 2016 yilda 254 milliard dollar bo'lgan va 2021 yilga kelib 295 milliard dollarga yetgani musulmonlarning modaga sarflagan mablag'lari ko'rsatadi. Ommaviy axborot vositalari va dam olish bir xil darajada qiziqish uyg'otmoqda va ayniqsa musulmon ming yilliklarning ehtiyojlariga moslashmoqda. Sanoat islomiy mazmundagi yangi filmlar va hujjatli filmlar (musulmon madaniyati, tarixi va hayoti), efirga uzatilayotgan yangi islomiy kanallar va ko'plab islomiy dasturlarni translyatsiya qilish orqali bozor ulushini egallab bormoqda. 2025 yilga borib musulmonlar xarajatlari 2016 yildagi 198 milliard dollardan 308 milliard dollarga yetishi kutilmoqda.

Turli mamlakatlardagi halol bog'lari halol sanoati ekotizimida muhim rol o'ynashi mumkin, turli yo'llar bilan imkoniyatlar yaratadi. Masalan, Malayziyada 18 ta transmilliy kompaniyaga xizmat ko'rsatuvchi 21 ta halol bog' mavjud bo'lib, ularda 5274 kishi band.

¹ Manba: State of the Global Islamic Economy 2022 Report ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Bundan tashqari, ushbu halol parklar 110 dan ortiq kichik va o'rta korxonalarni o'z ichiga oladi va investitsiyalar RM (malay pul birligi) da 8,07 milliardni tashkil etadi.¹

Butun Halol ta'minot zanjirining yaxlitligi halol sanoati uchun halol ta'minot zanjirini samarali nazorat qilish an'anaviy logistika operatsiyalariga qaraganda ancha murakkab bo'lishi uchun juda muhim komponent hisoblanadi. Dunyo bo'ylab ba'zi musulmon bozorlari turli xil ta'm, qadoqlash, tarqatish va sertifikatlashni talab qiladi. Shunday qilib, halol ekotizimini etkazib berish zanjirining ushbu barcha jihatlarida diniy talablarni qabul qilish yanada foydali bo'ladi. Misol uchun, Meat & Livestock Australia (MLA) Yaqin Sharq va Osiyoda avstraliyalik go'sht uchun halol brendini ishga tushirdi. Bir nechta Middle East Airlines aviakompaniyalari va mahalliy yuk ekspeditorlari alohida yuk tashish va saqlash joylari bilan halol eksport logistika xizmatlarini joriy etishni ko'rib chiqmoqda. Yaponiyaning Nippon Express kompaniyasi o'sib borayotgan Osiyo talabini qondirish uchun halol oziq-ovqat logistika xizmatlarini taklif qilmoqda. Halol logistikaning potentsial istiqbolining ko'proq dalillari Tailandning halol logistika dasturlarini o'z ichiga oladi. KosolSurinandha (Chulaongkorn universitetining Halol logistika va turizm bo'limi rahbari) halol eksport talablarini qondirish uchun yangi ishlab chiqarish texnikasi va logistik tartib-qoidalar bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlarini o'z ichiga olgan halol mahsulotlar uchun biznes inkubatsiya (Bihap) logistika dasturini boshqaradi (Catto-Smith, n.d.).

Halol mahsulotlarga jahon talabi tobora ortib borayotganligi sababli, sertifikatlash organlari sinov, tekshirish va sertifikatlashtirish xizmatlarini o'z ichiga olgan doirasini kengaytirmoqda. Malayziyaning JAKIM kompaniyasi 2017-yilda retsept bo'yicha beriladigan dori-darmonlarga "Halol" sertifikatini kengaytirdi. 2017-yilda dunyo bo'ylab 100 dan ortiq eksportga yo'naltirilgan kompaniyalar sertifikatlangan. Global miqyosda 350 dan ortiq sertifikatlovchilar cheklangan nazoratga ega va 2015 yilda butun dunyo bo'ylab 27 000 sertifikatlangan organik operatsiyalar mavjud. BAAning Xalqaro Halol Akkreditatsiya Forumi (IHAF), Dubay Islom Iqtisodiyotini Rivojlantirish Markazi (DIEDC), Standartlashtirish va Metrologiya bo'yicha Amirlik ma'muriyati (ESMA), va Islom mamlakatlari standartlari va metrologiya instituti (SMIIC) sertifikatlashtirish va standart ishlab chiqish bo'yicha ba'zi xalqaro organlardir (Thomson Reuters Global Islamic Economy Report 2017/2018).

Global halol sanoati muammolari

Musulmonlarning diniy e'tiqodi butun dunyo bo'ylab bir xil bo'lsa-da, ularning o'ziga xos madaniyati, mintaqaviy yoki mahalliy qiziqishlarida va talablarda farqlar mavjud. Buning sababi shundaki, musulmonlar dunyoning deyarli barcha mamlakatida hayot guzaronlik qilib, ular turli irq va sinf, ijtimoiy va iqtisodiy qatlamlarga mansubdir (Personal va boshqalar, 2009).

Musulmonlar sonining o'sishi va halol sanoatining o'sishi musulmon bo'lmagan aholi tomonidan ham tahdid ostida bo'lishi mumkin. Musulmon bo'lmagan ishlab chiqaruvchilar, ayniqsa oziq-ovqat va ichimliklar sanoatida. Musulmon bo'lmagan sanoat o'yinchilari halol deb da'vo qilgan oziq-ovqat, kiyim-kechak va boshqa xizmatlarga nohalol elementlarni kiritish bo'yicha do'stona va yomon harakat global miqyosda halol sanoati rivojlanishiga katta muammo tug'dirmoqda. Bu halokatli tahdidga aylanishi mumkin, chunki musulmon bo'lmaganlarning bu yomon niyati mahsulot va xizmatlarning halol yaxlitligini pasaytiradi va iste'molchilarning ishonchini yo'qotadi (Personal va boshqalar, 2009).

Halol sanoati uchun eng katta muammolardan biri xalqaro miqyosda tan olingan halol standartlari va akkreditatsiyasini o'rnatish, ayniqsa oziq-ovqat sohasida. Yaqinda Daniyada

¹ Nor Ai'han Muiar, N. H. (2015). The Economics of Halal Industry. Journal of Experimental Psychology: General, 136(1), 23–42.

halol va kosher so'yishni taqiqlash va ommaviy axborot vositalarida Halol oziq-ovqatlar haqidagi salbiy xabarlar global halol sanoati uchun ogohlantirishdir. Bu Yevropa va AQShda halolga nisbatan keng tarqalgan salbiy munosabat haqida fikr yuritish va halol oziq-ovqat sektorining kelajakdagi muvaffaqiyati uchun muhim bo'lgan bunday tushunchalarni yo'q qilish uchun qiyinchiliklarga duch kelishdir (Thomson Reuters va Dinar Standard, 2016).

Halol standartlari va akkreditatsiyasini o'rnatish muammosi ham iste'molchi va ishlab chiqaruvchilar darajasida halol standartlari bilan bog'liq chalkashliklarni bartaraf etishda muhim ahamiyatga ega. Tegishli mamlakatlarda Halol sertifikatlash organlarini (HCB) akkreditatsiya qilishning xalqaro sxemasi mavjud emas.

Bundan tashqari, standartlar hukumatga bog'liq bo'lgan turli tashkilotlar, xususiylar agentliklar va HCBlar, milliy organlar, mintaqaviy organlar, shuningdek, SMIIC (Islom mamlakatlari uchun standartlar va metrologiya instituti) yoki IHT tashabbusi kabi xalqaro tashkilotlar tomonidan ishlab chiqariladi. Juda ko'p standartlar ishlab chiquvchi organlar qaysi biri bozorga kirishni ta'minlashi haqida qaror qabul qilishda chalkashliklarni keltirib chiqaradi va ko'p hollarda eksportchilar uchun bir nechta sertifikatlar kerak bo'ladi (Personal va boshqalar, 2009). Shunga o'xshash muammolar Bio Malaysia & Asean Bioeconomy Konferentsiyasida, 2015 yilda sertifikatlash organlari o'rtasidagi imkoniyatlar va imkoniyatlar bo'shlig'ini ko'rsatib o'tdi.

Umumjahon Halol standartlarini ishlab chiqish muammosi, shuningdek, ta'minot zanjiri va logistika boshqaruvi bo'ylab halol yaxlitligini saqlash nuqtai nazaridan ustunlik qiladi. Ta'minot zanjiri bo'ylab halol bo'lmagan materiallar/ingrediylarning nol ifloslanishini ta'minlash uchun maxsus harakatlar, tegishli siyosat, standartlar va protseduralar ishlab chiqilishi kerak. Xabardorlikning yo'qligi va ta'minot zanjirining nomutanosibliigi halol sanoati rivojlanishi uchun to'siq bo'lishi mumkin (Bio Malaysia & Asean Bioeconomy Conference, 2015).

Aniqroq qilib aytadigan bo'lsak, muammo halol sanoatining oziq-ovqat va ichimliklar kabi barcha sohalarida yuqorida aytib o'tilganidek. Masalan, "Halol" sayyohlik bozori musulmonlarni ham, musulmon bo'lmaganlarni ham bir mehmonxonada joylashtirish, sarmoyaviy va shariatga muvofiq mablag'lar yetishmasligi, halol sayohatlarning umumiy standartlari yo'qligi, marketingdagi dilemma va turli atamalarning kelishilgan ta'rifi yo'qligi kabi muammolarga duch kelmoqda. bozorda ishlatiladi, masalan. Halol bayram, musulmonlarga do'stona va oilaviy mehmondo'stlik (Personal va boshq. 2009, Thomson Reuters Report 2017/18).

Kamtarona moda, halol sanoatida rivojlanayotgan bozor segmenti va ko'plab imkoniyatlarga ega bo'lgan moda ham qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Ayrim davlat idoralari tomonidan diniy liboslarga nisbatan joriy qilingan qoidalar bu sohaning musulmon bo'lmagan mamlakatlarga yetib borishini qiyinlashtirdi. Ushbu sektordagi boshqa muammolar qatoriga marketingning murakkabligi, mahsulot innovatsiyasining yo'qligi va global muvaffaqiyatlarning cheklanganligi sababli investorlarning moliyalashtirishni istamasligi kiradi.

Halol media va dam olish, sanoatning yana bir rivojlanayotgan bozor segmenti bo'lib, u ko'p kanalli kengayish orqali sezilarli o'sishni boshdan kechirishi mumkin, shuningdek, bir vaqtning o'zida yengib o'tish uchun xavf va qiyinchiliklarni o'z ichiga oladi. Boshqa tarmoqlardan farqli o'laroq, moliyalashtirish va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash bu sektor uchun yanada istiqbolli vazifadir. O'sish innovatsiyalarni va sektorni faqat diniy namoyishlar bilan cheklaydigan zaif intellektual mulk (IP) huquqlari tufayli ham to'sqinlik qilishi mumkin. Madaniy va diniy mavzudagi shoularni diversifikatsiya qilish va yosh

avlodlar talabini qondirish ham ushbu sektordagi muammolarni kuchaytiradi (Thomson Reuters Report 2017/18).

Musulmonlar iste'mol qiladigan narsalar haqida ko'proq tashvishlanar ekan, bir qator kompaniyalar hayvonlardan olingan ingredientlardan xoli farmatsevtika va kosmetika mahsulotlarini taklif qilmoqdalar. Biroq, segment ham qiyinchiliklardan xoli emas. Halol ingredientlarning yo'qligi, potentsial investorlar, cheklangan standartlashtirish va faqat musulmon iste'molchilar bilan cheklanib qolish qo'rquvi bozorning global miqyosda o'sishini ta'minlash uchun duch keladigan muammolardan biridir. (Tomson Reuters hisoboti 2017/18).

Natija va muhokama

Halol sanoatining o'sishi musulmon aholisi sonining o'sishi, musulmon mamlakatlari YaIMning o'sishi, rivojlanayotgan halol bozorlari va ushbu bozor vakillari, musulmon turmush tarzi takliflari va halol ekotizimlari kabi ma'lum kuchlar tomonidan boshqariladi. Bu omillar halol sanoatining global miqyosda kengayishini kuchaytirish bilan birga, iqtisodiyotning har bir bozor segmentlarida imkoniyatlar yaratmoqda. Halol oziq-ovqat sektori sezilarli yutuq ko'rsatdi va musulmonlar yiliga 6 foiz o'sishda davom etmoqda. Halol oziq-ovqat va ichimliklar sektoridagi potentsial imkoniyat hatto IHTga a'zo bo'lmagan davlatlar tomonidan ham ko'rib chiqilmoqda. Halol oziq-ovqat kompaniyalari savdoni moliyalashtirish, aylanma mablag'lar va kapitalni kengaytirish orqali ko'p milliard dollarlik xalqaro korxonalar bo'lishi mumkin. Halol oziq-ovqat kompaniyalari, shuningdek, mahsulot assortimentlarini ishlab chiqish va halolga ixtisoslashgan erkin zonalarni yaratish orqali halol turmush tarzi konglomeratlariga aylanishi mumkin. Nestle, Janan Halal Meat, Kingsley va boshqalar kabi dunyo bo'ylab turli firmalarning sezilarli sarmoyalari halol xususiy sarmoya kompaniyalari uchun diqqat markaziga aylanayotganini bildiradi.

Xulosa

Tadqiqot ikkilamchi ma'lumotlar va Halol sanoatiga tegishli adabiyotlarni ko'rib chiqish bilan cheklangan. Asosiy muammo - bu sanoatni chalkashligidadir, hamda unda uyg'unlashgan va umumtanolingan standartlarning yo'qligidadir. Halol sayohat va turizm halol sanoatning potentsial sohalaridan biri bo'lib, tegishli tarmoqlarni aniqlash va shunga mos ravishda mahsulotlarni ishlab chiqish orqali global miqyosda tezroq rivojlanishi mumkin.

Umuman olganda, sanoat global miqyosda tan olingan va qabul qilingan standartlar, tadqiqot va ishlanmalar, innovatsiyalar, muqobil ingredientlar va fermadan tortib to vilkagacha yetkazib berish zanjiri boshqaruvida halol yaxlitligini saqlash nuqtai nazaridan muammolarga duch kelinmoqda. Buni Bio Malaysia & Asean Bioeconomy Conference, 2015 tomonidan chop etilgan hisobot tasdiqlaydi. Halol sanoatining boshidanoq muammo halol sertifikatlash organlarini (HCB) akkreditatsiya qilish uchun xalqaro tashkilotlar tomonidan tan olingan yagona yaxlitlashgan sxemalarning yo'qligi bilan bog'liq. Dunyo miqyosida halol oziq-ovqatning asosiy qismini musulmon bo'lmagan davlatlar ishlab chiqaradi. Ushbu mamlakatlarda mustaqil HCBlarning akkreditatsiyasini kuchaytirish uchun SMIIC (Islom mamlakatlari uchun standartlar va metrologiya instituti), GSO (G.C.C. Standartlashtirish tashkiloti) va ESMA (Amirliklar Standartlari va Metrologiyasi Authority) tomonidan tashabbuslar ishlab chiqilmoqda.

Sayohat va boshqa tegishli sohalarining mahsulotlari xizmatlari aviakompaniyalarda taklif etilishi mumkin. HOTREC Hotel stars Union va The Green Key Global kabi samarali standartlar tizimi Halol sayyohlik sanoati uchun yagona global standartlarning mohiyatini o'rganish va amalga oshirishning ikkita muvaffaqiyatli namunasidir. Kamtarona moda

kompaniyalari kengroq iste'molchi bazasini qamrab olish orqali musulmonlarni ham, musulmon bo'lmaganlarni ham jalb qilishlari kerak. Sifat, kuchli DNK va mahoratga e'tibor qaratishdan tashqari, sanoat brend yaratish siyosatini amalga oshirishi kerak. Ushbu brend barcha demografik, ayniqsa musulmon jamoatchiligining kamtarona moda uslubi talabiga javob beradi. Rivojlanayotgan bozorlardan yana biri bu Halol media va dam olish bo'lib, u yerda kompaniyalar ko'p kanalli kengayish orqali rivojlanishi mumkin. E'tiborni diniy sohalardan tashqariga o'tkazish orqali ko'lamni kengaytirish mumkin. Madaniy va diniy mavzudagi ommaviy axborot vositalarini diversifikatsiya qilish muhim. Jamoatchilik moliyalashtirish orqali 152 000 AQSH dollaridan ortiq mablag' to'plagan Alchemiya Media muvaffaqiyati bunga yaqqol misoldir. Biroq, o'sishni osonlashtirish uchun hukumat va investorlarning ishtiroki zarur, bu sanoat uchun qiyin. Sanoat uchun boshqa muammolar orasida musulmon bo'lmagan auditoriyaga marketing va ming yilliklarning ehtiyojlarini qondirish kiradi. Turli mamlakatlarda ishlab chiqarilgan va turli HCBlar tomonidan sertifikatlangan barcha halol mahsulotlar ko'proq tartibga soluvchi nazoratga muhtoj. Keraksiz takrorlash yoki raqobatni oldini olish uchun akkreditatsiya organlari o'rtasida ko'proq muvofiqlashtirish zarur. Kelajakdagi tadqiqot Halol sanoatining muayyan segmentini chuqur o'rganishga qaratilishi mumkin.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Ager, S. N. S., et al. (2015). An Analysis of the Definition of Halal: Shari'ah Vs Statutes. World Academic and Research Congress 2015 (World-AR 2015) Ar-Rahim Hall, YARSI University, Jakarta, Indonesia.
2. Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). Global halal industry: realities and opportunities. IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics), 5(1), 47-59. Doi: <http://dx.doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
3. Bio Malaysia & Asean Bioeconomy Conference. (2015). *Halal Economy: Opportunity and Challenges*. [http://biomalaysia.bioeconomycorporation.my/speakerssliders/day1/session2perlis/BioMalaysia2015-v4\(17.08.2015\).pdf](http://biomalaysia.bioeconomycorporation.my/speakerssliders/day1/session2perlis/BioMalaysia2015-v4(17.08.2015).pdf)
4. Catto-Smith, C. (n.d.). *THE WEEKLY LINK Halal logistics a fast-growing market*. Retrieved from <http://www.halalrc.org/images/Research Material/Literature/Halal logistics a fastgrowing market.pdf>
5. Economy of the Organisation of Islamic Cooperation. (n.d.). *Arabian Business*. <http://www.arabianbusiness.com/muslim-tourism-sector-said-be-worth-over-138bn--growing-656633.html>
6. Fleishman Hillard Majlis (2011). "The Market Opportunity of the Muslim World". Global halal market - Statistics & Facts | Statista. (n.d.). October 17, 2018, <https://www.statista.com/topics/4428/global-halal-market/> imarat Consultants. (n.d.).
7. *An Overview of the Global Halal Market South East Asia Driving the Halal Media*. <http://www.halalrc.org/images/Research Material/Presentations/overview of global halal market.pdf>
8. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. (2015). Manual Procedure for Malaysia Halal Certification (Third Revision) 2014. Manual Procedure for Malaysia Halal Certification (Third Revision) 2014, 67. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
9. Latif, H. (2017). Outpacing The Mainstream: State of the Global Islamic Economy Report 2017/18. <https://doi.org/10.1007/s00348-013-1600-9>

10. LIPKA, M. (2017). Muslims and Islam: Key findings in the U.S. and around the world. November 5, 2018, <http://www.pewresearch.org/facttank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>
11. List of Muslim Countries by GDP Purchasing Power Parity (2016—2020) - Materia Islamica. (n.d.). Retrieved November 5, 2018, from [http://materiaislamica.com/index.php/List_of_Muslim_Countries_by_GDP_Purchasing_Power_Parity_\(2016—2020\)](http://materiaislamica.com/index.php/List_of_Muslim_Countries_by_GDP_Purchasing_Power_Parity_(2016—2020))
12. Malboobi, M. T. and M. A. Malboobi (2012). Halal concept and products derived from modern biotechnology. International workshop for Islamic scholars on agribiotechnology: Shariah compliance.
13. Md. Siddique E Azam, Moha Asri. Abdullah GLOBAL HALAL INDUSTRY: REALITIES AND OPPORTUNITIES. IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics) Vol. 5 No. 1 March 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
14. Nor Ai'han Muiar, N. H. (2015). The Economics of Halal Industry. Journal of Experimental Psychology: General, 136(1), 23–42.
15. Pacific, A. (2010). Global Halal Industry : An Overview. Global Islamic Finance Report 2013, 140–159. http://www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF
16. Personal, M., Archive, R., Puah, C., Voon, S., & Entebang, H. (2009). Halal Industry : key challenges dan Oppotunities, (10679).
17. Price level ratio of PPP conversion factor (GDP) to market exchange rate. World Bank (The World Bank Group). Retrieved Nov 5th, 2018.
18. Pharmaceutical Drugs Global Market Report 2018, The Business Research Company, March 2018, retrieved from <https://www.marketresearch.com/Business-Research-Companyv4006/Pharmaceutical-Drugs-Global-Musculoskeletal-Disorder-11518658/?progid=90731>
19. Yunus, R. M., Mahmood, C. F. C., & Mansor, N. H. A. (2014). Understanding mechanisms to promote halal industry-the stakeholders' views. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 130, 160-166.
20. Zakaria, Z. (2008). "Tapping into the world halal market: some discussions on Malaysian laws and standards." Shariah Journal 16(3): 603-616.