

Sharifova Shahloxon Shavkatovna

tayanch doktorant, Buxoro davlat universiteti

RESTORANLARDA HALOL OVQATLANISHGA BO'LGAN AHOLI EHTIYOJINING TAHLILI (BUXORO SHAHRIDA O'TKAZILGAN TADQIQOT NATIJALARI)

Abstrakt

Kirish. Halol ovqatlanish nafaqat diniy qadriyat balki bugungi kunda oziq-ovqatning sifat ko'rsatkichi darajasiga yetdi. Dunyoda musulmon aholining oshishi bu dinga e'tiqod qiluvchi davlatlar hamda aholisining asosiy qismi musulmon bo'lmagan hukumatlar oldida halol ovqatlanish masalasini qayta va qayta yuzaga keltirmoqda. Musulmon sayyohlar hamda musulmon aholining bazaviy ehtiyoji sanalmish halol restoranlarda musulmon-do'stona xizmatlarning joriy etilishi bugungi kunda dolzarb hisoblanadi. Ushbu maqolada yoritilgan tadqiqotning asosiy maqsadi - aholisining asosiy qismi islom diniga e'tiqod qiluvchi hamda ziyorat turizmnini rivojlantirishga katta diqqat e'tibor qaratib kelayotgan mamlakatimiz restoranlarida halol ovqatlanishni joriy etishda aholining ehtiyoji qay darajada ekanligi, halol tushunchasining iste'molchilar ongidagi tushunchasi qanday ekanligi hamda halol restoranlar haqida ma'lumotga egalik darajasini bilish haqida ma'lumot olishdir. Iste'molchilarning fikr-mulohazalariga ega bo'lish uchun so'rovdan foydalanildi. So'rov natijalari Buxoro shahridagi restoran industriyasini yanada rivojlantirish uchun yo'nalishlar va tavsiyalar taqdim etiladi.

Metodologiya. Tadqiqot mazmunini tushunilishi respondentlar tomonidan oson bo'lishi hamda natijalarni yaqqol aks ettirish uchun javob berishga nisbatan vaqt tejallishini hisobga olgan holda 7 ta ko'p variantli savolnoma tuzildi, ijtimoiy tarmoq orqali savolnomalarga ko'ngillilar tomonidan javob berilib, ularning javoblari asosida tahlillar o'tkazildi hamda xulosaviy fikrlar taqdim etildi.

Tadqiqot natijalari va tahlillar. Anketa savollari ijtimoiy tarmoqlardan Telegram messenjeri orqali o'tkazildi. So'rov 10 kun davomida ijtimoiy tarmoq orqali online tarzda amalga oshirildi. So'rov natijalariga qiziqqanlar tomonidan ssilkalar qo'shimcha Telegram guruhlariga ham taqdim etildi. So'rovnoma asosida tadqiqotimiz uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni yig'dik hamda ular asosida xulosa va takliflar taqdim etdik.

Xulosa. Insonlarning ko'pchilik qismi halol ovqatlanishga ehtiyoj sezsada, uning halollik darajasini aniqlash ko'nikmalariga ega emas. Restoranlarda ovqatlanish jarayonida insonlar xizmat ko'rsatuvchi personaldan mahsulotda cho'chqa go'shti va hosilalari mavjudligi haqidagi ma'lumotlar bilan kifoyalanishadi. Vaholanki, halol restoranning asosiy hamda bazaviy talablaridan biri halol sertifikatiga ega bo'lish hisoblanadi.

Kalit so'zlar: halol ovqatlanish, halol sertifikat, halol restoran xizmatlari, musulmon-do'stona qulaylik, xizmat sifati.

Asosiy qism.

Kirish. Oziq-ovqat sanoati, boshqa har qanday sanoat singari, iste'molchilarning talab va ehtiyojlariga javob beradi. Dunyo bo'ylab odamlar endi oziq-ovqat, sog'liq va ovqatlanish haqida ko'proq bilishadi. Ular tarkibida kaloriya, xolesterin, yog 'va natriy kam miqdorda bo'lgan foydali ovqatlarni iste'mol qilishga qiziqishadi. Ko'p insonlar oziq-ovqat mahsulotlarini organik yo'l bilan ya'ni, sintetik pestitsidlar va boshqa tabiiy bo'lmagan kimyoviy moddalardan xoli bo'lishi tarafdoridirlar. Jamiyati etnik va diniy

xilma-xillikka xayrixoh bo'lgan bugungi kundagi ko'plab mamlakatlar (AQSH, Kanada, Yevropa davlatlari, Osiyo hamda Markaziy Osiyo davlatlari) xitoylik, yapon, italyan, hind, meksikacha, Yettinchi kun adventistlari (protestanlar oqimiga mansub), vegetarian, yahudiy va musulmon singari turli xil guruhlariga mos mahsulotlar tayyorlash uchun oziq-ovqat sanoati mahsulotlarini moslashtirmoqdalar.

O'zbekiston Respublikasi prezidentining 2021 yil 9-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" PF-6165-sonli farmonining asosiy maqsadi: "Respublikada turizm bozorining turli segmentlariga yo'naltirilgan turizm mahsuloti va xizmatlarini diversifikatsiya qilish, ularning raqobatbardoshligini yanada oshirish, maqbul va qulay ichki va xalqaro ziyorat turizmi muhitini yaratish, ... turizm mahsulotlarini keng targ'ib qilish, shuningdek, mamlakatimizning sayohat va dam olish uchun xavfsiz manzil sifatidagi imijini mustahkamlash"¹, deb belgilab qo'yildi. Farmonda ziyorat turizmi segmentining ehtiyojlarini qamrab olishga alohida diqqat qaratilgan. Bu qatlamning halol ovqatlanishga bo'lgan ehtiyoji esa birlamchi bo'lib hisoblanadi. Nafaqat xorijdan tashrif buyurayotgan musulmon sayyohlar, balki yurtimizda istiqomat qilayotgan aholining aksar qismi oziq-ovqat mahsulotlarining pokligiga asosiy masala sifatida qaraydi. O'zbekistonda 2017-yildan beri oziq-ovqat mahsulotlariga "Halol" standartini joriy etish amaliyoti qo'llanib kelinmoqda. Lekin shunga qaramay, bizning yurtimizda Malayziya va Indoneziya davlatlari singari umumiy ovqatlanish tarmoqlarida "Halol" sertifikatini ko'rish odatiy holga aylanmagan, boshqacha qilib aytganda, bu sertifikat mamlakatimizda keng miqyosda ommalashmagan. Buning asosiy sabablaridan biri bizning fikrimizcha, rivojlangan va jadal sur'atlar bilan rivojlanayotgan davlatlarda halol ovqat tushunchasi ilmiy jihatdan tadqiq etilgan bo'lishiga qaramay, bizning yurtimizda halol oziq-ovqat borasidagi ilmiy tadqiqotlar va amaliy targ'ibotlarning yetarlicha bo'lmaganlidir.

Hozirgi vaqtda O'zbekistonda halol oziq-ovqat sohasida cheklangan tadqiqotlar o'tkazilgan, shu jumladan iste'molchilar tomonidan halol sertifikatining ahamiyati hamda halol va oziq-ovqat xavfsizligi o'rtasidagi bog'liqlik yetarli darajada anglab yetilmagan. Shu sababli, iste'molchilarga halol ovqatlanish xizmatlarini, shuningdek, halol sertifikatining muhimlik darajasini va iste'molchilarning halol mahsulot uchun qo'shimcha to'lashga tayyorligini o'rganishga qaratilgan tadqiqotlar o'z dolzarbligini saqlamoqda.

Tadqiqot maqsadlari va savollar. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi – halol ovqatlanish sifatining ahamiyatini, iste'molchilarning halol restoran xizmatlarini olishda qo'shimcha to'lovga tayyorligini o'rganishdan iborat.

Hozirgi kunda butun dunyoda iste'molchilar halol yorlig'i yoki sertifikatiga tayanishga moyil bo'lsalarda, bizning yurtimizda musulmon aholining ko'pchilikni tashkil etishiga qaramay halol ovqatlanish faqatgina cho'chqa go'shtidan tashqari boshqa diniy jihatidan taqiqlanmagan hayvonlarning go'shtlarini halol sanash amaliyotda uchraydi. Fikrimizning dalili sifatida bozor rastalarida, restoranlarda va boshqa umumiy ovqatlanish shahobchalarida taom tanavul qilishdan oldin halol sertifikating mavjudligi, taom tayyorlashda halollik tamoyillariga rioya etib mahsulot tayyorlanishi hamda xizmat ko'rsatilishiga ko'p holatlarda nazarimizdan chetda qolayotganligini ko'ramiz.

Metodologiya. Tadqiqot maqsadlariga erishish uchun quyidagi tadqiqot savollari tuzildi:

¹ O'zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 09.02.2021 yildagi PF-6165-son <https://lex.uz/docs/-5283956>

1. Halollik tamoyiliga sizning munosabatingiz qanday?
 - a) halol mahsulot bu sogʻlik uchun foydali;
 - b) halol mahsulot bu diniy qadriyat;
 - d) halol mahsulot bu milliy qadriyat;
 - e) mahsulotning barchasini halol deb bilaman.
2. Oziq-ovqat mahsulotlarining halolligini aniqlash boʻyicha bilim koʻnikmalariga egasizmi?
 - a) Ha;
 - b) Yoʻq;
 - d) Juda yaxshi emas.
3. Ovqatlanganda mahsulotlarning halolligiga eʼtibor qaratasizmi?
 - a) Ha;
 - b) Yoʻq;
 - d) Unchalik emas.
4. Halol mahsulotlarni tanlashda qaysi atributlarga diqqat qaratasiz?
 - a) Soʻyilish usuli;
 - b) Sotib olish joyi;
 - c) Tanishlarning fikri;
 - d) Halol sertifikat.
5. Sizning fikringizcha ovqatlanish halol boʻlsa qimmatroq boʻlishi kerakmi?
 - a) Ha;
 - b) Yoʻq;
 - d) Unchalik emas.
6. Siz halol mahsulot uchun qoʻshimcha (masalan 100 ming soʻmdan ortiqroq) toʻlashga tayyormisiz?
 - a) Ha;
 - b) Yoʻq;
7. Oʻzbekistonda Halol restoranlar haqida maʼlumotga egamisiz?
 - a) Ha;
 - b) Yoʻq.

Soʻrovda qatnashganlar hamda maʼlumotning yiʼgʻilishi. Soʻrovnoma obyekti sifatida Buxoro shahrida yashovchi potensial restoran xizmati isteʼmolchilarga diqqat qaratildi. Buxoro davlat universiteti jamoasi yaʼni, pedagog-xodimlari, ularning oila aʼzolari va talabalardan tashkil topgan 193 nafar koʻngillilar bu soʻrovnoma ishtirok etdilar.

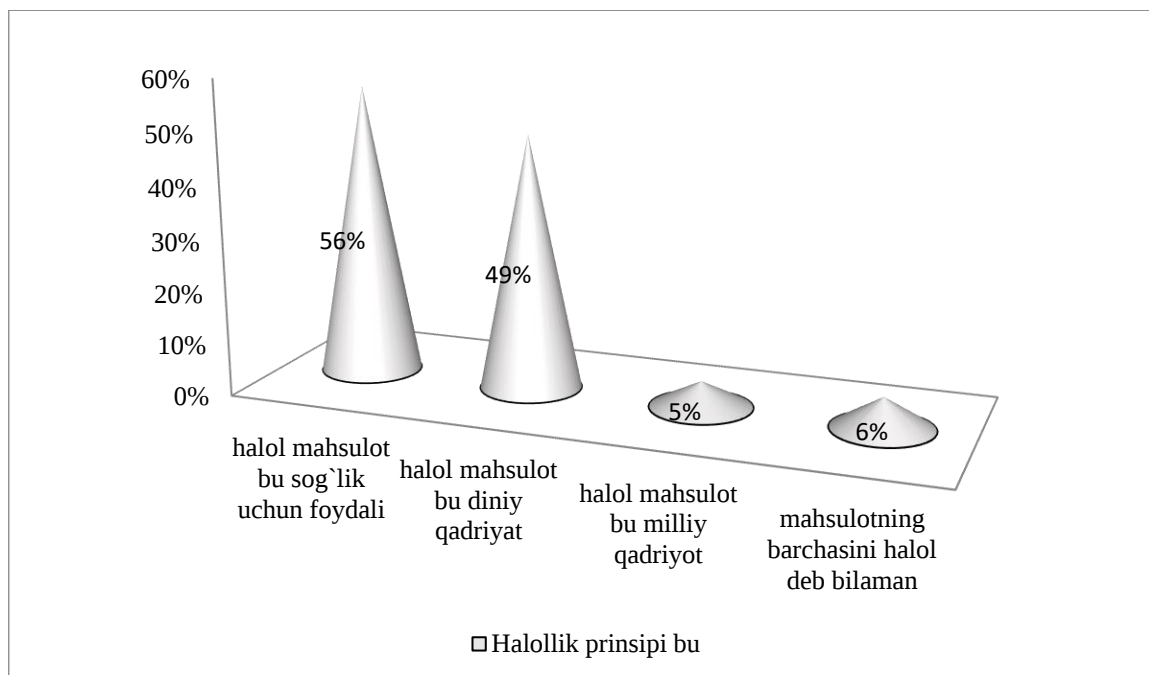
Soʻrovnoma savollari ijtimoiy tarmoqlardan “Telegram” messenjeri orqali oʻtkazildi. “Telegram” xoriyga yoʻnaltirilgan boʻlishiga qaramay, hozir mintaqamizdagi eng qiziqarli messenjer hisoblanadi. Bu shunchaki shaxsiy xabar almashish vositasi emas, balki kontent va botlarga ega butun bir muloqot platformasi. Mamlakatimizning deyarli barcha davlat va nodavlat tashkilotlari oʻzlarining rasmiy hamda norasmiy Telegram guruhlarini orqali muloqotlarni amalga oshiradi. Bundan tashqari Google platformasi instrumentlari asosida tadqiqot oʻtkazish ham aholining ziyoli qatlami orasida keng ommalashgan. Soʻrovnoma hamizning soddaligini hamda mumkin qadar kengroq auditoriyani jalb etish maqsadida Telegram ijtimoiy tarmogʻi online soʻrovnoma panelidan foydalanishga harakat qildik. Soʻrov 10 kun davomida ijtimoiy tarmoq orqali online tarzda amalga oshirildi. Soʻrov natijalariga qiziqqanlar tomonidan soʻrovnoma havolalari qoʻshimcha Telegram guruhlariga ham taqdim etildi.

So'rov eslatmalari jami 547 nafar a'zosi bo'lgan guruhlariga 3 marotaba yuborildi. Ishtirokchilarni so'rovnomada qatnashishlari ixtiyoriy hamda anonim bo'ldi hamda potensial qatnashuvchilarga so'rov natijalariga daxldorlik hissini hamda mas'uliyat bilan yondashish so'rovnoma kirish so'zi sifatida takidlab o'tildi. 5 nafar restoranning menejer xodimlaridan og'zaki tarzda anonym javoblar ham olindi. Natijada, javob darajasi 35.2% ni tashkil etdi, bu yetarlicha past natija hisoblanadi. Cole (2005), onlayn so'rovlar uchun past javob darajasi ko'rsatkichi asosan kichik biznes vakillarida kuzatiladi. (Uilyam, 2003) Shuningdek, mehmondo'stlik va unga aloqador sohalarda past javob darajasi qayd etiladi (Cho va boshq. 2006; Moncarz & Kay, 2005). Ba'zi ma'ruzalarda javob reprezentativligi javob tezligidan ko'ra ko'proq ahamiyatga ega ekanligi ta'kidlanadi (Sax va boshqalar, 2003). Shunday qilib, umuman olganda, O'zbekistonda, xususan Buxoro shahrida restoranlarda halol standarti asosidagi xizmatlarni joriy etishga doir tadqiqotlar bugungi kunga qadar yetarlicha o'rganilmaganligi hamda respondentlarning so'rovnomadan hech qanday manfaatdor emasligini hisobga olsak, 35%lik ko'rsatkich yaxshiligiga ishonch hosil qilamiz.

Tahlil va natijalar. So'rovnomada ishtirok etganlarning 56%i ayollar, 44% erkaklarni tashkil etdi. Ularning yoshi 20-30 yosh (51%), 31-45 yosh (40%) 46 va undan yuqori (9%) ekanligi qayd etildi. Ma'lumot darajasi 7%i o'rta-maxsus, 91%i oliy hamda 2% turli nodavlash tashkilotlari o'quv kurslarida malaka sertifikatiga ega bo'lganlar hissasiga to'g'ri keladi. Oylik daromad haqida so'ralganda respondentlarning 36% 3 mln. so'mgacha, 44%i 5 mln so'mgacha hamda 20%i 7mln. hamda ortiq daromadni qayd etib o'tgan.

O'zining maqsadli auditoriyasini bilmagan tadbirkor noma'lum tomonga ko'zi bog'langan holda yurgan sayohatchiga o'xshaydi. Agar oxirida u to'g'ri joyga kelsa, u bir necha marta qoqilib, yiqilib tushadi. Yoki tanlangan yo'l butunlay noto'g'ri bo'lib chiqishi mumkin. Xuddi shunday, biznes rahbari ko'r-ko'rona harakat qilib, odatda birin-ketin xato qiladi. Albatta, stsenariy har doim ham pessimistik emas: intuitiv ravishda qabul qilingan qarorlar ba'zan to'g'ri bo'lib chiqadi. Ammo, tan olish kerakki, omadga emas, balki bozor va maqsadli auditoriya haqidagi ob'ektiv ma'lumotlarga tayanib, ataylab harakat qilish ancha xavfsizroqdir. Shunda sizning harakatlaringiz to'g'ri bo'ladi va ularning oqibatlarini oldindan aytish mumkin. Shu yerda halol ovqatlanishga qiziquvchan aholi qatlamining portfoliosi quyidagicha ekanligini ta'kidlash mumkin: asosiy qismi yoshlar va o'rta yosh qatlamlar vakili, oliy ma'lumotli, oylik daromadi \$450-500 atrofida.

Islom dunyodagi ikkinchi eng yirik, shuningdek, eng tez rivojlanayotgan din bo'lib, bugungi kunda yer kurrasida yashovchi 1.9 mlrd.dan ziyod aholi ayni shu dinga e'tiqod qiladi. Musulmon aholisi 2030 yilga borib 2.2 mlrd. kishini tashkil qilishi taxmin qilinmoqda (the Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life). Islom shunchaki marosim va urf odatlar dini emas, balki u yashash tarzi demakdir. Musulmonning hayotini qonun-qoidalar va odob-axloq boshqaradi. Islomda ovqatlanish boshqa ibodatlar singari Allohga sig'inish (iymon keltirish) masalasi hisoblanadi. Musulmonlar Islomiy ovqatlanish dasturi va me'yoriga javob beradigan ovqatlar halol (qonuniy yoki ruxsat etilgan) deb nomlanadi. Musulmonlar yaxshi sifatga ega halol oziq-ovqatlarni iste'mol qilishga buyurilganlar. Iste'molchilarning halol so'zini qanday tushunishlari kelajakda halol restoran boshqaruvchilari va egalari uchun qanday yo'l tutishlari, qaysi jabhalarga diqqat qaratib turib faoliyat yuritishi zarurligi haqida muhim ma'lumotni aks ettiradi. So'rovnomamizning 1-savoli orqali aynan shu masalaga oydinlik kiritishga qaror qilingan edik.



1-chizma. Halollik prinsipiga sizning munosabatingiz qanday?

Manba: muallif ishlanmasi

Chizmadan shuni yaqqol ko'rish mumkinki, halol ovqatlanish deganda insonlar avvalo bu mahsulotning turli kimyoviy va sun'iy qo'shimchalardan xoli, sanitar-gigiyenik talablar asosida tayyorlangan va taqdim etilgan oziq-ovqat sifatida qabul qilishadi hamda uni sog'lik uchun foydali deb hisoblashadi. Butun dunyoda sohaga doir o'tkazilgan tadqiqotlarda ham halol oziq-ovqat sog'liq uchun zararsiz degan tushuncha iste'molchilar ongida shakllanib ulgurgan.¹ Halol so'zini diniy qadriyatlarga taqash ham tez –tez uchrab turadigan holat. Buning negizi ushbu so'zning arab tilidan kelib chiqqanligiga hamda islom dinidan halol kategoriyasi bilan bog'liq bir qancha masalalarning (halol munosabat, halol savdo, halol taom, halol boylik va h.k.) mavjudligi bilan izohlash mumkin.

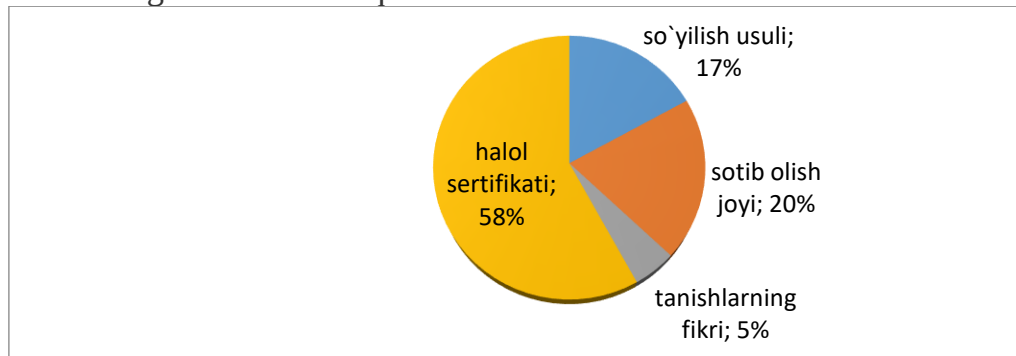
Oziq-ovqat mahsulotlarining halolligini aniqlash ko'nikmalariga egalik haqidagi savolga respondentlarning 52% "ha", 12% "yo'q", 36%i juda yaxshi emas degan javoblarni belgilashgan. Mahsulotning halolligini aniqlashda xalqaro tajribada bir necha usullar mavjud. Bular: halol sertifikat, mahsulotning halol ekanligini uning tarkibidan aniqlash imkonini beradigan laborator qurilmalar va ekspertlar fikri asosida, mobil qurilmalar va mahsulotlarning QR kodlari asosida, intuitiv va shaxsiy qarashlar asosida (shaxsiy intervyular orqali aniqlangan ma'lumotlar). Insonlarning ko'pchilik qismi halol ovqatlanishga ehtiyoj sezsa, uning halollik darajasini aniqlash ko'nikmalariga ega emas. Restoranolarda ovqatlanish jarayonida insonlar xizmat ko'rsatuvchi xodimdan mahsulotda cho'chqa go'shti va hosilalari mavjudligi haqidagi ma'lumotlar bilan kifoyalanishadi. Vaholanki, halol restoranning asosiy hamda bazaviy talablaridan biri halol sertifikatiga ega bo'lish hisoblanadi.

"Ovqatlanganda mahsulotning halolligiga diqqat qaratasizmi?" degan so'rovimizga respondentlarning 83%i "ha, albatta", 3%i "yo'q", 14%i ko'p ham "o'ylab o'tirmayman" degan javoblarni berib o'tishgan, ushbu savolga ijobiy javoblaning ko'pligi maqsadli auditoriyani to'g'ri tanlay olganimizdan darak beradi. Ushbu punktdan chiqaradigan

¹ Mohd Hafiz Zulkar, et el. Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. Procedia - Social and Behavioral Sciences. Volume 121, 19 March 2014, Pages 58-67

xulosamiz, aholining asosiy qismi halol mahsulot iste'mol qilishni istashadi hamda halol restoran ximzatlariga bo'lgan talabning oshib borishidan dalolat beradi.

Mahsulotlarning halol yoki harom tushunchasi ma'nosi Qur'oni karimda zikr etilgan, hadislar orqali bizga qadar yetib kelgan sunnat amallarda ta'kidlangan hamda bu Islomiy qoidalarni shariat fatvosi (ahkomi) bilan mustahkamlab qo'yilgandir. Bugungi davrning zamonaviy ilm-fani esa "halol ovqatlanish"ni faqatgina diniy ibora emasligini yaqqol isbotlab, bu hukmning inson salomatligi, ruhiy va jismoniy kamolotiga qaratilgan asoslari mavjudligini yana bir karra takidlamogda. Halol mahsulot xususiyatlarining asosiylarini aniqlash navbatdagi savolimiz maqsadi edi.



2-chizma. Halol mahsulotlarni tanlashda qaysi atributlarga diqqat qaratasiz?

Manba: muallif ishlanmasi

Halol sertifikat xorrandalar restoranning xizmatlaridan foydalanishning asosiy vositasi hisoblanadi (58%). Demak, iste'molchilarning asosiy qismi restoranlarda halol sertifikat mavjudligini asosiy talab deb biladi hamda u mahsulot halollik sifatini ifoda etuvchi asosiy dalil sifatida e'tirof etadi. Shunga qaramay, O'zstandart agentligi mas'ul xodimi bilan telefonda o'tkazgan qayd etib boriladigan rasmiy suhbat jarayonida respublikamizda O'zSTD agentligi tomonidan taqdim etiladigan halol sertifikatini 2021-yil sentyabr oyiga qadar birorta restoran qo'lga kiritmaganligi aytib o'tildi. Restoran menejerlari bilan o'tkazgan anonym suhbat jarayonida ma'lum bo'lishicha, restoranning go'sht va go'sht mahsulotlari yetkazib beruvchi ta'minotchilarining halol sertifikatini taqdim etishi restoran binosi peshtaxtasida "Halol" yorlig'ining osilib qo'yilishiga to'laqonli sabab bo'lar ekan. Jonliqlarning so'yilish usuli, hamda mahsulotning sotib olish joyi kabi xususiyatlar ham oziq-ovqatning halol sanalishiga salmoqli hissa qo'shishini yuqoridagi chizmadan xulosa qilish mumkin.

Halol mahsulotga uning halolligini ko'rsatuvchi belgi uchun iste'molchilarning qo'shimcha to'lovga tayyorligini aniqlash maqsadida navbatdagi savolni tuzdik hamda "Sizning fikringizcha ovqatlanish halol bo'lsa qimmatroq bo'lishi kerakmi?" degan savolga respondentlardan ijobiy javobni 46%, salbiy munosabatni 56% ni qayd etganliklari guvohi bo'ldik. Ma'lum bo'ladiki, restoranlarda halol mahsulotlar hamda halolligi isbotlanmagan mahsulotlar narxlari orasidagi farqni javob berganlarning yarmidan ko'pi o'rinsiz deb hisoblaydi. Musulmon davlatlarida¹ o'tkazgan tadqiqotlarda esa insonlarning halol mahsulotga odatdagidan ortiqcha pul to'lashga tayyorligi qayd etilgan tadqiqotlar o'tkazilgan.

Bizning o'tkazgan tadqiqotimizdagi biroz salbiy farqni quyidagicha izohlash mumkin:

- Aholimizning asosiy qismi musulmon bo'lganligi sababli asosiy oziq-ovqat mahsulotlar halol manbadan kelib chiqqanligiga qadriyat sifatida qarash shakllangan;

¹ 1. Ahmed W. et al. Consumer behaviour towards willingness to pay for Halal products: An assessment of demand for Halal certification in a Muslim country //British Food Journal. – 2018.

- Mintaqamiz hududida cho`chqa boqish nisbatan noqulay bo`lganligi tufayli, ko`pchilik halol bo`lmagan mahsulot asosi hisoblangan ushbu jonzo`tni boqish va ko`paytirish qo`y va sigir boqish va parvarishiga nisbatan qimmatroq bo`lishi hisobiga halol bo`lmagan mahsulotlar sanoatda o`zini oqlamaydi, degan fikri kelib chiqqan;

- Asosiy milliy taomlarimiz ana`naviy tarkibi halol bo`lmagan mahsulotlardan xoli ekanligiga milliy qadriyat sifatida qarash izohlangan;

- Aholimizning asosiy qismi musulmon bo`lganligi sababli oziq-ovqat sanoati va xizmat ko`rsatish tarmoqlarida ham musulmon odob axloq normalariga asosan ish yuritilishiga ishonch shakllangan;

- Insonlar mahsulotlarning halol ekanligini shaxsiy tajribasidan kelib chiqib aniqlay olishiga ishonch hosil qilganligi tufayli mahsulotning halolligini dalillovchi yorliqlarni salmoqli deb bilmasligi shakllangan va b.

46 %lik ijobiy mulohazalar esa restoranlar uchun halol sertifikatining mavjudligi uning musulmon iste`molchilar nazdidagi imiji ortishidan dalolat beradi. Hamda sohada faoliyat yuritib kelayotgan tadbirkorlarga halol sertifikati bozorda uzoq daromadli faoliyat uchun asosiy unsur ekanligi yana bir karra o`z isbotini topdi.

Halol mahsulot uchun qo`shimcha 100 ming so`m (o`rtacha \$10) pul to`lshga javob beruvchilarning 70% moyillikni ifoda etishgan. 30% javoblar esa halol mahsulot uchun qo`shimcha to`lov qilishga tayyor emasliklarini ko`rsatadi. Ya`ni, ko`pchilik insonlar restoranda ovqatlanish jarayonida uning halol ekanligini isbotlovchi maxsus belgilar (masalan, halol sertifikati, halol yozuvi, cho`chqa va alkagol mahsulot birikmalaridan xoli ekanligini bildiruvchi so`zlar, yozuvlar va h.k.) mavjud bo`lsa qo`shimcha to`lov qilishga tayyor bo`ladilar. Bu restoran ma`muriyati uchun halol sertifikatini olishga stimuly bo`lib xizmat qiladi. Restoranlarda halol sertifikatining mavjud bo`lishi mahalliy aholi hamda xorijiy sayyohlar uchun halollik, zararsizlik, tozalik belgisi sifatida xizmat qiladi.

Yurtimiz aholisining aksar qismi musulmon bo`lishiga qaramay bizning bozorlarimizdagi oziq-ovqat mahsulotlarining aksar qismi halol sertifikatiga ega emas. Ba`zi mahsulotlarda esa Qozog`iston respublikasi halol sertifikati masalalariga mas`ul bo`lgan tashkilot tomonidan taqdim etilgan halol sertifikati yorlig`i mavjud. 2018-yildan beri qo`llanib kelinayotgan halol standartlari asosida yurtimizning yetakchi oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi korxonalar endilikda MChJ «O`zbek-Turk Test Markazi» QK tomonidan halol sertifikatlarini qo`lga kiritib kelmoqdalar. MChJ "Crafer" hamda "To`xtaniyoz ota" FX shular jumlasidandir. Tadkidlash joizki, BAAda 6581ta, Qirg`iziston respublikasida 120ta oziq-ovqat mahsuloti ishlab chiqaruvchilari halol sertifikani qo`lga kiritgan. Indoneziyada 2014-yilda qabul qilingan "Halol mahsulotlar bilan ta`minlash" to`g`risidagi qonunga muvofiq mamlakat hududidagi barcha mahsulotlar halol standartlari talabiga javob berishi hamda halol yorlig`i bilan belgilanishi shartligi keltirilgan.

Navbatdagi javoblardan kelib chiqadigan bo`lsak, O`zbekistonda halol restoranlar haqida ma`lumotga 44% insonlar ega, 56%i esa bunday ma`lumotga ega emasligini qayd etishgan. Yuqoridagi milliy hamda diniy qadriyat sifatida azaldan shakllangan xulq-atvor normalaridan hamda O`zbekistonda halol sertifikatini joriy etilganligiga hali ko`p vaqt bo`lmaganligi hamda bundan aholining asosiy qismi xabardor emasligidan kelib chiqadigan bo`lsak, restoranlarning halol xizmatlarni keng ommaga taqdim etish hamda halol mahsulotga bo`lgan talabni rag`batlantirish uchun marketing amaliyotlarni joriy etish kerakligini taqozo etmoqda. Bunday marketing amaliyotlari sifatida xalqaro oziq-ovqat bozorida amaliyotda keng qo`llanilayotgan "halol mahsulot-xavfsiz mahsulot", "halol-sog`liq garovi", "halol-ekologik oziq-ovqat" kabi sotuvni siljituvchi dastaklardan

foydalanish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Buning uchun halol kategoriyasiga nafaqat dininy balki oqilona tushuncha sifatida qarashni shakllantirish lozim.

Xulosa. “Halol” sertifikatini keng joriy etishda avvalambor, “halol” kategoriyasini ilmiy tadqiq etib, unga keng iste’molchilar ommasini diqqatini faqatgina diniy tushuncha sifatida qarashlikdan global miqyosda “foydali” degan tushuncha sinonimi sifatida qaratilishini maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

Tadqiqotda ishtirok etganlarning 1/3 qismi halol mahsulotning muqobilidan ajratish ko’nikmasi past ekanligini e’tirof etgan. Bu ko’nikmani oshirish yo’llari aholisining asosiy qismi musulmon bo’lgan davlatlarda (Malayziya, Indoneziya, Saudiya Arabistoni va b.) izlab topilgan, ayni shu tajribalarni o’rganib O’zbekiston sharoitiga muvofiqlashtirib amaliyotga joriy etish ijobiy natijalarni beradi. Mahsulotning halollik tamoyillari orqali taqdim etilishi biz o’tkazgan tadqiqotimizga qatnashganlarning yirik qismi tomonidan xohish bildirilganligidan kelib chiqsak, bu borada ilmiy hamda amaliy izlanishlarning dorzarb ekanligi hamda musulmon oziq-ovqati yetkazib beruvchilar uchun yurtimizda bozorning hajmi kattaligidan dalolat beradi.

Yuqoridagilarga xulosa tarzida, halol “ovqatlanish”ga “inson hayoti, faoliyati uchun zarur bo’lgan birlamchi ehtiyojlardan biri bo’lib, uning jismoniy va ruhiy kamoloti zahirida turuvchi asosiy omil” deya tarif berishni lozim topdik. Restoranalarda halol sertifikatini joriy etish hamda uni keng ommalashtirishga aholining ehtiyoji mavjud. Milliy mentalitet hamda boshqa sabablarga ko’ra, bugungi kunda aynan sertifikatning borligi bilan qiziqish yoxud uni bo’lishi bilan qiziqishni oshirish kelajakdagi tadqiqotlarning diqqat qaratilishi lozim bo’lgan jihatlaridan biri deb bilamiz.

Restoranalarda halol mahsulotlar hamda halolliги isbotlanmagan mahsulotlar narxlari oradigagi farqni javob berganlarning yarmidan ko’pi o’rinsiz deb hisoblaydi. Musulmon davlatlarida o’tkazilgan tadqiqotlarda esa insonlarning halol mahsulotga odatdagidan ortiqcha pul to’lashga tayyorligi qayd etilgan. Buning asosiy sabablari sifatidan milliy, diniy, madaniy qadriyatlar hamda iste’molchilarning to’lov qobiliyati kabilarni keltirib o’tish joiz deb bildik.

Mahsulotning halol bo’lgani uchun xo’randalar restoranlarda qo’shimcha xaridlar yoxud mahsulotning ishonch kafolati uchun qo’shimcha xarajatlar qilishga moyilliklarini qayd etib o’rtish joiz. Mijozlarning qo’shimda xaridlari, xizmat ko’rsatuvchilar uchun qo’shimcha daromad manbasi bo’ladi.

Milliy hamda xorijiy halol sertifikatlarining turlari, ularning o’zaro farqlanishi, mazmun mohiyati, ta’sir doirasi va restoranlarda halollik kabi tushunchalarning keng iste’molchilar ommasiga targ’ibot qilish va shu orqali iste’molchilar ongida halol mahsulot va xizmatlarga oid dunyoqarashni kengaytirish lozim deb hisoblaymiz.

O’zbekistonda ham mahsulotlarni halol standarti asosida ishlab chiqarishni rag’batlantirish maqsadida halol sertifikatsiya laboratoriyalarining sonini oshirish, iste’molchilar ongida ishonchni mustakamlash uchun bu laboratoriya faoliyatini kengroq yoritish va ular haqida ommani ko’proq xabardor etish kerak, deb hisoblaymiz. Restoranalarda halol sertifikatini qo’lga kiritish orqali kengroq segmentga xizmat ko’rsatishni tashkil etish maqsadga muvofiq bo’ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O’ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA ICHKI VA ZIYORAT TURIZMINI YANADA RIVOJLANTIRISH CHORA-TADBIRLARI TO’G’RISIDA O’zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 09.02.2021 yildagi PF-6165-son <https://lex.uz/docs/-5283956>

2. Ahmed W. et al. Consumer behaviour towards willingness to pay for Halal products: An assessment of demand for Halal certification in a Muslim country //British Food Journal. – 2018. <https://www.researchgate.net/publication/328391456>
3. Battour, M., Ismail, M., & Battor, M. Toward a Halal tourism market. Tourism Analysis. 2010. <https://www.researchgate.net/publication/233666848>
4. Cho, S., Erdem, E., & Johanson, M.M. (2006). Hospitality graduate education: A view from three different stakeholder perspectives. Journal of Hospitality and Tourism Education, 18(4), 45-55.
5. Cole. S. T. (2005). Comparing mail and web-based survey distribution methods: Results of 16 of 28 surveys to leisure travel retailers. Journal of Travel Research, 43, 422-30
6. Ibrahim, S., & Othman, M. (2014). Developing and validating halal service quality instrument for Malaysian food service establishments: A conceptual paper. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 130, 400–408. doi:10.1016/j.sbspro.2014.04.047.
7. Maimaiti, M., Zhao, X., Jia, M., Ru, Y., Zhu, S. (2018). How we eat determines what we become: Opportunities and challenges brought by food delivery industry in a changing world in China. European Journal of Clinical Nutrition, 72, 1282–1286.
8. Moncarz, E., & Kay, C. (2005). The formal education and lodging management success relationship. Journal of Hospitality and Tourism Education, 17(2), 36-45.
9. Mohd Hafiz Zulkar, et el. Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. Procedia - Social and Behavioral Sciences. Volume 121, 19 March 2014, Pages 58-67.
10. Moncarz, E. & Kay, C. (2005). The formal education and lodging management success relationship. Journal of Hospitality and Tourism Education, 17(2), 36-45.
11. Nassir Shaari, Jamal Abdul, Muhammad Khalique, and Fahdlina Aleefah. "Halal restaurant: what makes Muslim in Kuching confident?" Journal of Economic Development, Management, IT, Finance & Marketing 6.1 (2014).
12. Navruz-Zoda, Bakhtiyor and Navruz-Zoda, Zebiniso (2016) "The Destination Marketing Development of Religious Tourism inUzbekistan," International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage: Vol. 4: Iss. 7, Article 3.doi:10.21427/D7G01XAvailable at: <https://arrow.dit.ie/ijrtp/vol4/iss7/3>.
13. Pedro Liberato et el. Global and Recent Trends in Halal Tourism. https://www.researchgate.net/publication/343294397_Global_and_Recent_Trends_in_Halal_Tourism
14. Vloreen Nity Mathew, Ardiana Mazwa Raudah Binti Amir Abdullah, and Siti Nurazizah Binti Mohamad Ismail. "Acceptance on Halal Food among Non-Muslim Consumers" Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol. 121, 2014. doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.1127
15. Zannierah Syed Marzuki, Sharifah, Colin Michael Hall, and Paul William Ballantine. "Restaurant manager and halal certification in Malaysia." Journal of Foodservice Business Research 15.2 (2012): 195-214.
16. <https://www.outsidethebox.ms/18324/>
17. <https://www.kp.ru/guide/provedenie-oprosov.html>
18. <https://www.crescentrating.com/>