



Бундан ўттиз йилча муқаддам Аднан Дуррани Уолл-стритни тарк этиб, органик озик-овқат махсулотлари дунёсига бутунлай берилиб кетганда тармок кўргазмаларига костюмда ташриф буюрадиган ягона киши эди. “Улар хиппига ўхшаб кетарди”, – хотирлайди у.

Лекин у тезда шундай хулосага келдики, у хар қандай дресс-коддан муҳимрок бўлган умумий жихатларга эга: у ва органик махсулотлар тармогининг бошка катнашчилари ижтимоий масъулиятли тарзда бизнес юритишга эҳтиёж сезади. Кўп йиллар давомида у ва унинг венчурли капитал фирмаси бир нечта соғлом озик-овқат махсулотлари ва ичимликлар туфайли катта муваффақиятга эришди.

Сўнгра америкалик тадбиркор ва келиб чиқиши покистонлик бўлган мусулмон American Halal Company компанияси ва унинг музлатилган халол таомли Saffron Road брендини супермаркетларда сотиб олиш мумкин.

Араб тилидан «ижозат этилган, жоиз» деб таржима қилинадиган халол сўзи таомнинг ислом қонунларига мувофиқ тайёрлангани, жумладан, жониворларнинг қийнамасдан сўйилганини аңлатади. Бирок Дурраний уни “NOSH харақати: натурал, органик, экологик ва соғлом махсулотлар”га илк бора олиб келган кадриятларга яқинрок ва каттарок нарса сифатида кўриб чиқади. Бу шунингдек, жамият олдидаги бурчни адо этиш билан боглик. “Ходимларингиз ва дистрибьютор билан қандай муомала қиласиз? Жамият учун нималар қиласиз? Фойдани ютиб юборяпсизми ёки бошқалар билан қисман бўлишяпсизми?”

Дурраний фойда ижтимоий жавобгарлик билан мувозанатланган бўлиши лозим деб ҳисоблайдиган раҳбарлар учун ўзаро ёрдам гуруҳи, ижтимоий қорхоналар Тармогининг илк аъзоларидан бири бўлган. У Ben & Jerry’s, Patagonia, Seventh Generation ва шунга ўхшаш компаниялар эгаларидан кўп нарса билиб олган.

“Уларнинг кадриятлари нафакат оқилона фойда олиш, балки ... муносиб иш хақи тўлаш

ва ердаги бурчни кайтаришдан ҳам иборат бўлган эътиқодим кадриятларига якин”, – деди Дурраний.

Унинг компанияси айланмаси йилига 50 млн долларни ташкил қилади ва мижозларнинг 80 фоиздан ортигини натурал, соғлом ингредиентлардан тайёрланган таом ўзига жалб қиладиган мусулмон бўлмаган кишилар ташкил қилади. Унинг муваффақияти Hebrew National фирмасининг «кошер» хот-доглари реклама ширини эслатиб юборади: “Биз олий инстанция олдида жавоб берамиз”.

Унинг аввалги лойихаларидан биронтаси – булок суви сотиш бўйича компания Vermont Pure Spring Water ва мева суви билан ширинлаштирилган печенье ва Stonyfield йогуртига йирик инвестициялар – халол махсулотларни ўз ичига олмаган ва муайян америка мусулмон истеъмолчиларига йўналтирилмаган. Бирок бозорни тадқиқ этиш Дурранийни шундай хулосага олиб келдики, америкалик мусулмонларнинг парhezга оид эhtiёжлари озик-овкат магазинларида хисобга олинмаган, худди бир пайтлар супермаркетлар испан тилида сўзлашадиган америкаликлар ва уларнинг ошхонасини писанд қилмаганидек. “Айнан шунда мен «нишали» сегмент бўлган халол махсулотлар билан шугулланишга қарор қилдим”, – деди у.

Дурраний компанияси озик-овкат банклари, муаммоли жамоатлар билан ишлайдиган хайрия ташкилотларига хайриялар қилади. У мусулмонлар учун муқаддас бўлган Рамазон ойида хайрия ишларига жами савдонинг 2%ини ажратади.

Saffron Road музатилган таомларига қўшимча равишда соуслар, бульонлар, газаклар ва бошқа деликатеслар ҳам ишлаб чиқаради. Дурраний халол махсулот Қўшма Штатларда ҳам супермаркетлар халол бўлимлар очганидан сўнг Европада кескин ўсгани каби ривожланишидан умид қилади. “Бу маркетингнинг орзусидир”, – деди у.

Абу Муслим тайёрлади