

O'ZBEKISTONDA QANDOLAT MAHSULOTLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH

Boboyorova Maftuna Xaqqul qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

“Marketing” kafedrası assistenti

Boboyorov Islombek Xaqqul o'g'li

TDIU va Indoneziya universiteti

qo'shma ta'lim dasturi 3 bosqich talabasi

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirishda yashil marketing strategiyalaridan samarali foydalanish yo'llari ko'rsatib berilgan. 2030-yilgacha qandolat mahsulotlari tarkibidagi chiqarish hajmi, eksport ko'rsatkichlari va yashil mahsulotlar ulushining o'sish tendensiyalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: yashil marketing, qandolat bozori, organik mahsulotlar, eksport, raqobatbardoshlik.

Аннотация

В статье представлены пути эффективного использования стратегий зелёного маркетинга в развитии рынка кондитерских изделий в Узбекистане. Освещены тенденции роста объёмов производства кондитерских изделий, показателей экспорта и доли зелёных продуктов до 2030 года.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, кондитерский рынок, органическая продукция, экспорт, конкурентоспособность.

Abstract

The article presents effective ways of utilizing green marketing strategies in the development of the confectionery market in Uzbekistan. It highlights the growth trends of confectionery production volumes, export indicators, and the share of green products up to the year 2030.

Keywords: green marketing, confectionery market, organic products, export, competitiveness.

O'zbekistonda oziq-ovqat sanoatida barqaror rivojlanish, ekologik xavfsizlik va aholi salomatligini ta'minlash masalalari ustuvor yo'nalishlardan biriga aylanmoqda. Jahon tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, yashil marketing strategiyalari nafaqat ekologik muammolarni yechishda, balki bozor raqobatbardoshligini ta'minlashda ham muhim vosita hisoblanadi.

Qandolat mahsulotlarini ishlab chiqarish sohasi milliy oziq-ovqat sanoati tarkibida strategik ahamiyatga ega tarmoqlardan biri hisoblanadi. Ushbu tarmoq

mamlakat aholisining turmush darajasi va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash bilan birga, eksport salohiyatini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish va ichki bozorda raqobat muhitini kuchaytirishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, qandolat mahsulotlari ishlab chiqarishni rivojlantirish jarayonida yashil marketing strategiyalaridan samarali foydalanish dolzarb masala hisoblanadi.

Yashil marketing – bu iste'molchilarga ekologik jihatdan xavfsiz mahsulotlarni taklif etish orqali nafaqat ularning ehtiyojini qondirish, balki atrof-muhit muhofazasiga hissa qo'shishdir. Bunday yondashuv milliy ishlab chiqaruvchilar uchun zamonaviy bozorda raqobat ustunligini ta'minlaydi.

O'zbekistonda qandolat mahsulotlari ishlab chiqarish va eksport hajmi hamda yashil mahsulotlar tarkibidagi ulushi 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

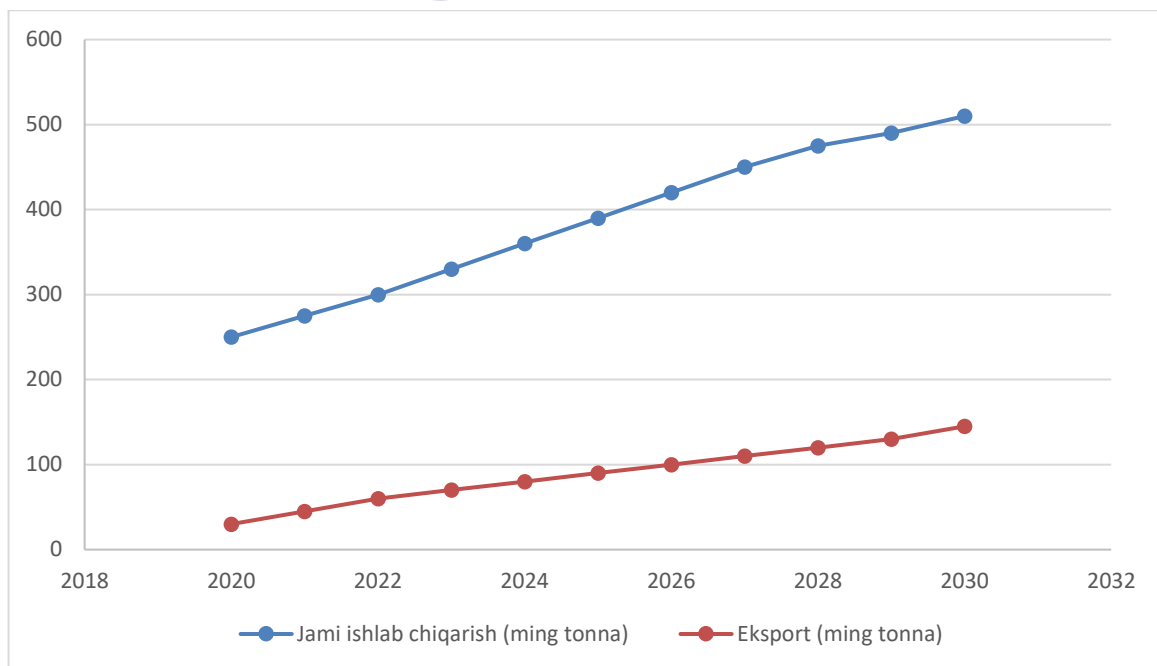
O'zbekistonda qandolat mahsulotlari ishlab chiqarish va eksport hajmi hamda yashil mahsulotlar tarkibidagi ulushi¹

Yil	Mahsulot ishlab chiqarish hajmi (ming tonna)	Eksport hajmi (ming tonna)	Yashil mahsulotlar tarkibidagi ulushi (%)
2020	245	30	5
2021	268	40	7
2022	295	52	10
2023	322	64	13
2024	350	72	16
2025	378	85	20
2026	405	95	23
2027	432	108	26
2028	460	118	30
2029	485	130	34
2030	510	145	38

So'nggi yillarda O'zbekistonda qandolat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi barqaror o'smoqda. 2020-yilda 245 ming tonna bo'lgan bo'lsa 2025-yilga kelib 378 ming tonnaga yetdi. Prognozlarga ko'ra, 2030-yilga kelib ishlab chiqarish hajmi 510 ming tonnaga yetishi kutilmoqda. Eksport hajmi esa 2020 yilda 30 ming tonnadan 2030-yilda 145 ming tonnagacha ko'payishi prognoz qilinmoqda. Shu bilan birga, yashil mahsulotlar ulushi 2020-yilda 5% bo'lgan bo'lsa, 2030-yilga kelib 38%ga yetgan holda barqaror o'sish tendensiyasini namoyon etmoqda.

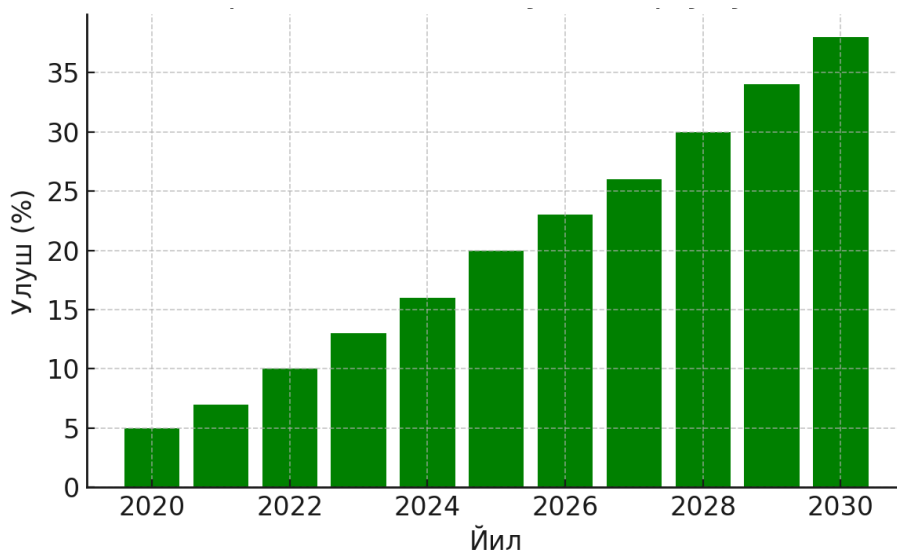
2020-2030-yillarda O'zbekistonda qandolat mahsulotlari ishlab chiqarish va eksportining o'sish dinamikasi 1-rasmda keltirilgan.

¹ O'zbekiston Respublikasi milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari va muallif prognoz hisob-kitoblari.



1-rasm. 2020-2030-yillarda O'zbekistonda qandolat mahsulotlar ishlab chiqarish va eksport dinamikasi, ming tonna¹

2020-2030-yillarda O'zbekistonda qandolat mahsulotlari yashil mahsulotlar ulushining o'sish tendensiyasi 2-rasmida keltirilgan.



2-rasm. 2020-2030yillarda qandolat mahsulotlar tarkibida yashil mahsulotlar ulushining o'sish tendensiyasi²

Yashil marketing strategiyalari quyidagi yo'nalishlarda samarali bo'lishi mumkin:

¹ O'zbekiston Respublikasi milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari va muallif prognoz hisob-kitoblari.

² O'zbekiston Respublikasi milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari va muallif prognoz hisob-kitoblari.

- 1) mahsulot strategiyasi – organik xomashyodan foydalanish, shakarsiz va kam kaloriyalı mahsulotlar ishlab chiqarish;
- 2) narx siyosati – iste'molchilarning daromad darajasiga mos, ammo ekologik qo'shimcha qiymatni hisobga olgan narx belgilari;
- 3) targ'ibot siyosati – raqamli marketing orqali “green label” va “eco-friendly” tamg'alarini keng yoyish;
- 4) tarqatish kanallari – an'anaviy do'konlar bilan bir qatorda onlayn platformalar (Uzum Market, Wildberries, Ozon) orqali yashil mahsulotlarni sotish.

Xorijiy tajriba shuni ko'rsatadiki, Nestlé, Ferrero va Mars kabi yirik korporatsiyalar o'z mahsulotlarini yashil marketing asosida ishlab chiqarish orqali nafaqat iqtisodiy samaradorlikka, balki korporativ ijtimoiy mas'uliyat ko'rsatkichlarini oshirishga ham erishmoqda. O'zbekistonda ham bunday strategiyalarni joriy etish milliy brendlarni xalqaro bozorda ilgari surish imkoniyatini yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-60-son Farmoni. 2022–2026 yillarga mujallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi. – Toshkent, 2022.
2. Kotler, P., Keller, K. Marketing Management. – 15th ed. – Pearson, 2016.
3. Peattie, K., Crane, A. Green Marketing: Legend, Myth, Farce or Prophecy? – Qualitative Market Research, 2005.
4. OECD. Food and Agricultural Markets in Emerging Economies. – Paris: OECD Publishing, 2023.
5. FAO. Food Outlook: Global Food Market Analysis. – Rome: FAO, 2024.
6. Porter, M. Competitive Advantage. – New York: Free Press, 2004.
7. Boboyev, Sh., Karimov, F. Marketing strategiyalari va milliy bozorda ularning qo'llanilishi. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.
8. O'zbekiston Respublikasi milliy statistika qo'mitasi. Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish ko'rsatkichlari (2020–2025). – Toshkent, 2025.