

YASHIL MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH KONTEKSTIDA EKOLOGIK STANDARTLARNING JAHON SAVDOSIGA TA'SIRI

Muratova Shohista Nimatullayevna

kafedra boshlig'i, i.f.d., professor,
O'zR Bojxona qo'mitasining Bojxona instituti

Annotatsiya

Ushbu tezisdagi ekologik standartlarning xalqaro savdo va bojxona tartibotlariga ta'siri, "yashil" marketing siyosati va bojlar tizimi orqali barqaror iqtisodiyotga o'tish masalalari yoritilgan. CBAM, uglerod soliqlari, yashil tariflar va ekologik subsidiyalari kabi vositalar misolida ekologik talablar global savdo siyosatida muhim o'rin tutayotgani ko'rsatilgan. O'zbekiston uchun bu tendensiyalar yangi imkoniyatlar bilan birga, muvofiqlik va moslashuv talablarini ham yuzaga chiqaradi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, ekologik standartlar, uglerod boji, yashil tarif, xalqaro savdo, CBAM, ekologik bojxona siyosati.

Аннотация

В тезисе рассматривается влияние экологических стандартов на международную торговлю и таможенные процедуры в контексте развития «зелёного» маркетинга. Освещены механизмы — CBAM, углеродные пошлины, зелёные тарифы, экологические субсидии — как инструменты устойчивого перехода. Подчёркивается, что интеграция таких мер требует от стран адаптации к новым условиям мировой торговли и открывает перспективы для экологически ориентированного экспорта.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, экологические стандарты, углеродный сбор, зелёные тарифы, CBAM, внешняя торговля, экотаможня.

Abstract

This thesis explores the impact of environmental standards on international trade and customs procedures through the lens of green marketing development. It highlights policy tools such as CBAM, carbon taxes, green tariffs, and subsidies as key instruments for enabling sustainable trade. The study notes that these mechanisms both challenge and create new opportunities for countries like Uzbekistan to align with global eco-regulatory trends.

Keywords: green marketing, environmental standards, carbon border tax, green tariffs, international trade, CBAM, green customs policy.

Yashil iqtisodiyotni amalga oshirishning asosiy jihatlaridan biri bu ekologik standartlar tobora muhim rol o'ynaydigan xalqaro savdo va bojxona tartibotlari sohasidagi yondashuvlarni qayta ko'rib chiqishdir. Hozirgi vaqtda biznes amaliyotiga haqiqiy "yashil" marketingni joriy etish usullari kun tartibiga qo'yilmoqda.

K.Peattie ta'kidlashicha, "yashil" marketing atrof-muhitga salbiy ta'sirni minimallashtiradigan va odamlar uchun sog'lom turmush tarzini ta'minlaydigan biznesni rivojlantirishga yordam berishi kerak. Boshqacha qilib aytganda, "yashil" marketing bir tomondan barqaror iqtisodiy o'sishga va eng yangi texnologiyalarni joriy

etishga, boshqa tomondan ekologik ong, mas'uliyat va xavfsizlikni oshirishga yo'naltirilgan bo'lishi kerak [1].

Bojxona tartibotlari tashqi savdoning muhim qismi sifatida ekologik talablarni hisobga olish zarurligiga duch kelmoqda va bu bir qator omillarga bog'liq. Bir tomondan, ekologik toza tovarlarga bo'lgan ehtiyojning ortishi mamlakatlar va kompaniyalar uchun yangi bozor imkoniyatlarini yaratmoqda. Boshqa tomondan, karbonat angidrid emissiyasi, qayta ishlash, sertifikatlash va qadoqlash standartlariga qo'yiladigan talablar kabi ekologik standartlar ularga rioya qilish uchun qo'shimcha to'siqlar va xarajatlarni keltirib chiqaradi. Ekologik mezonlar bojxona tartib-taomillarining muhim qismiga aylanib bormoqda, bu esa mamlakatlar va korxonalarni yangi sharoitlarga moslashishni talab qiladi.

Bojxona tartibotlarini ekologik talablarga moslashtirish hamda ekologik bojar va tariflarni joriy etish davlatlarga tashqi savdoning atrof-muhitga ta'sirini tartibga solish va barqaror rivojlanishni rag'batlantirishga yordam beradigan muhim vositalardir. Bojxona tartib-taomillari tovarlarni import va eksport qilishda ekologik standartlar va talablarni hisobga oladigan tarzda moslashtirilishi mumkin.

Ekologik boj va tariflar ekologik toza tovarlar va texnologiyalarni rag'batlantirishga, shuningdek, atrof-muhitga zarar yetkazishi mumkin bo'lgan tovarlarga nisbatan sanksiyalarni qo'llashga qaratilgan tashqi savdo vositalarini anglatadi. Asosiy jihatlarga quyidagilar kiradi:

1. Ekologik bojar – atrof-muhitga zarar yetkazadigan tovarlar, masalan, ifloslantiruvchi moddalar, xavfli chiqindilar, plastmassa va atrof-muhit standartlariga javob bermaydigan boshqa tovarlar uchun olinadigan qo'shimcha to'lovlardir. Ushbu bojar ekologik toza alternativalariga o'tishni rag'batlantirish uchun kiritilishi mumkin.

2. “Yashil” tariflar – ekologik standartlarga javob beradigan tovarlar uchun pasaytiriladigan yoki bekor qilinadigan tariflar, masalan ekologik toza texnologiyalar, energiya tejaydigan uskunalar, qayta tiklanadigan energiya manbalari (quyosh panellari, shamol generatorlari va boshqalar). Bu ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarni barqaror texnologiyalarga o'tishga undaydi.

3. Uglerod boji tizimi. Ba'zi mamlakatlarda atrof-muhit standartlari unchalik jiddiy bo'lmagan mamlakatlarda ishlab chiqarilgan tovarlarga uglerod bojlari joriy etilmoqda. Ushbu mexanizm uglerod chiqindilarini kamaytirishga qaratilgan, chunki ishlab chiqarish sezilarli CO₂ emissiyasiga olib keladigan tovarlarga bojar undiriladi.

4. Ekologik subsidiyalar va soliq imtiyozlari. Ekologik bojar bilan bir qatorda barqaror texnologiyalar yoki past uglerodli mahsulotlar sohasida ishlaydigan importyorlar yoki ishlab chiqaruvchilar uchun subsidiyalar yoki soliq imtiyozlari berilishi mumkin. Bunga ekologik toza avtomobillar, quyosh panellari, energiya tejaydigan qurilmalar va boshqalarni import qilish uchun subsidiyalar kiradi.

5. “Plastik” tariflar. Plastik qadoqlarni o'z ichiga olgan yoki parchalanmaydigan materiallardan tayyorlangan tovarlarga tariflar yoki soliqlarni joriy etish ham mashhur amaliyotga aylanmoqda. Bu plastmassadan foydalanishni kamaytirishga yordam beradi va ishlab chiqaruvchilarni muqobil ekologik toza materiallarga o'tishga undaydi [2].

Shuni ta'kidlash kerakki, 2023-yilda Yevropa Ittifoqi CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) mexanizmini joriy qildi, u eksport qiluvchi mamlakatda uglerod chiqindilari bo'yicha o'xshash standartlarga ega bo'lmagan taqdirda po'lat, sement va alyuminiy kabi tovarlarni import qilishga bojlar qo'yadi. Ushbu mexanizm Yevropa Ittifoqiga o'z ishlab chiqaruvchilarini himoya qilish va xalqaro yetkazib beruvchilarni CO₂ emissiyasini kamaytirishga undash imkonini beradi [3].

Kanadada ekologik toza texnologiyalar ishlab chiqaradigan kompaniyalar uchun soliq imtiyozlari joriy etildi. Mamlakatga quyosh panellari, qayta tiklanadigan energiya akkumulyatorlari yoki elektr transport vositalarini yetkazib beradigan importyorlar soliq imtiyozlaridan foydalanishlari mumkin.

Buyuk Britaniyada plastik butilkalar, idishlar va oziq-ovqat qadoqlari kabi bir martalik plastik qadoqlarga ekologik soliq joriy etilgan. Ushbu soliq ishlab chiqaruvchilar va yetkazib beruvchilarga yanada barqaror qadoqlash materiallariga o'tish uchun ta'sir ko'rsatadi va plastmassani qayta ishlashga yordam beradi. Plastik qoplarga bojlar ham joriy etildi, bu biologik parchalanadigan sumkalar kabi muqobil materiallardan foydalanishni rag'batlantiradi.

Energiya tejaydigan texnologiyalarni joriy etishning yorqin vakili hozirda AQSh bo'lib, u nafaqat energiya tejashga, balki qulay ekologik muhitni saqlashga qaratilgan bir qator dasturlar va texnologiyalarni amalga oshirmoqda. Amaldagi texnologiyalar orasida quyidagilarni ta'kidlash mumkin: qurilish obyektlarining (binolar, inshootlar) energiya samaradorligi texnologiyalari, suv iste'molini samarali boshqarish texnologiyalari, zararli chiqindilarni boshqarish va kamaytirish texnologiyalari va h.k. Texnologiya AQSh hukumatiga ishlab chiqarishning energiya sarfini 49 foizga kamaytirish va 50 milliard dollar tejash imkonini berdi. Atrof-muhit tarkibiy qismiga kelsak, bu atmosferaga chiqadigan chiqindilarning sezilarli darajada pasayishiga olib keldi [4].

Shunday qilib, bojxona tartibotlarini moslashtirish va ekologik bojlarni, shuningdek tariflarni joriy etish ekologik va iqtisodiy maqsadlarni global darajada birlashtirish yo'lidagi muhim qadamdir, degan xulosaga kelish mumkin. Ular barqaror ishlab chiqarishni rag'batlantirishga, ifloslanishni kamaytirishga va xalqaro savdoda ekologik tashabbuslarni qo'llab-quvvatlashga yordam beradi.

Biroq, ekologik standartlar xalqaro savdoda ham keskinlikni keltirib chiqarishi mumkin. Uglerod izini kamaytirishga qaratilgan yashil tariflar va ekologik bojlarning joriy etilishi savdo urushlariga olib kelishi mumkin, ayniqsa bunday choralar yashirin proteksionizm sifatida ko'rilsa.

Savdo aloqalari uchun mumkin bo'lgan xavflarga qaramay, istiqbolda yashil iqtisodiyotga o'tish muqarrar va zarurdir. Bu bojxona tartibotlari va soliq siyosatiga yangi yondashuvlarni, shuningdek, adolatli va barqaror savdo mexanizmlarini yaratish uchun mamlakatlar o'rtasida faol hamkorlikni talab qiladi.

Ekologik standartlarni bojxona va soliq mexanizmlariga samarali integratsiya qilish yashil iqtisodiyot tamoyillarini global darajada muvaffaqiyatli amalga oshirishning asosiy jihati hisoblanadi. So'nggi yillarda xalqaro savdoda ekologik standartlarni joriy etish tendensiyasi o'sib bormoqda, bu esa soliq tizimlarida ham,

chegaradagi operatsion jarayonlarda ham o'zgarishlarga olib keladi. Yorqin misol – qishloq xo'jaligida barqarorlik standartlariga rioya qilish tashabbuslari, masalan, “Fair Trade” standartlari bo'yicha tovarlarni sertifikatlash yoki organik mahsulotlarni ekologik sertifikatlashdir. Ushbu sertifikatlar ishlab chiqaruvchilardan ekologik va ijtimoiy standartlarga rioya qilishni talab qiladi, bu esa bojxona jarayonlariga bevosita ta'sir qiladi. Ushbu standartlarga javob bermaydigan tovarlarni talab yuqori bo'lgan bozorlarga yetkazib bo'lmaydi.

Shunday qilib, bojxona va soliq organlari darajasida ekologik standartlarni qabul qilish mahsulot sifatini yaxshilashga, uglerod chiqindilarini kamaytirishga va barqaror rivojlanishni rag'batlantirishga yordam beradi. Uglerod bojlari va “yashil” tovarlarni sertifikatlash kabi xalqaro miqyosda muvofiqlashtirilgan sa'y-harakatlar nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilishni, balki biznes uchun yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yaratishni ham rag'batlantirishi mumkinligini ko'rsatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Peattie K. Green marketing. The marketing book. Routledge, 2016. – P. 595-619.
2. О Концепции внедрения принципов «зеленой» экономики в Евразийском экономическом союзе: рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 14.11.2023 г. №32. URL: <https://www.consultant.ru/law/podborki/zelenayajekonomika>.
3. Нехороших И.Н. Перспективы развития экономики Японии. / И.Н.Нехороших, И.Г.Перепелкин // Регион: системы, экономика, управление. — 2021. — №1 (52). — С.51-55.
4. Бабаян О.А. Зеленая экономика и право. / О.А.Бабаян, И.М.Жмурко // Финансовое право. — 2024. — №9. URL: https://www.consultant.ru/law/podborki/zelenaya_jekonomika.