

PILLACHILIK TARMOG'IDA YASHIL MARKETING KONSEPSIYASINI JORIY ETISH ZARURIYATI

Aliyeva Nadiraxon Abdumalikovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

“Savdo ishi” kafedra dotsenti

Annotatsiya

Ushbu maqolada pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini joriy etishning dolzarbligi, uning ekologik barqarorlik, raqobatbardoshlik va xalqaro bozorlarga chiqishdagi ahamiyati yoritilgan. Asosiy e'tibor ishlab chiqarishning ekologik tozaligi, energiya tejamkor texnologiyalar va yashil brend yaratishga qaratilgan. Tahlil natijalari yashil marketing orqali pillachilikda eksport hajmini oshirish, mahsulot qiymatini kuchaytirish va ijtimoiy mas'uliyatni rivojlantirish imkonini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, pillachilik, ekologik mahsulot, barqaror rivojlanish, eksport, brend.

Аннотация

В статье рассматривается необходимость внедрения концепции зелёного маркетинга в шелководческую отрасль. Особое внимание уделено экологически чистому производству, энергоэффективным технологиям и формированию устойчивого бренда. Анализ показывает, что зелёный маркетинг способствует увеличению экспорта, повышению добавленной стоимости продукции и развитию социальной ответственности в отрасли.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, шелководство, экологическая продукция, устойчивое развитие, экспорт, бренд.

Abstract

This article explores the necessity of implementing green marketing in the sericulture sector. It emphasizes eco-friendly production, energy-efficient technologies, and sustainable brand development. The analysis shows that green marketing contributes to increasing export potential, enhancing product value, and strengthening social responsibility within the industry.

Keywords: green marketing, sericulture, ecological product, sustainable development, export, brand.

Jahon miqyosida barqaror iqtisodiy rivojlanish masalasi tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. XXI asrda global iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarning cheklanganligi va atrof-muhit muammolari barqaror taraqqiyot yo'nalishlarini qayta ko'rib chiqishni talab etmoqda. Shu nuqtai nazardan, “yashil iqtisodiyot” va “yashil marketing” konsepsiyalari xalqaro miqyosda keng tatbiq etila boshladi. O'zbekistonda ham so'nggi yillarda iqtisodiyot tarmoqlarini ekologik asosda modernizatsiya qilish va raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishga yo'naltirilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Ayniqsa, qishloq xo'jaligi va unga bog'liq tarmoqlarda resurs tejamkor texnologiyalarni joriy etish, qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish, chiqindilarni qayta ishlash masalalari ustuvor vazifalar qatoriga kiritilgan.

Pillachilik tarmog'i O'zbekiston iqtisodiyotida muhim o'rin egallab, qishloq aholisini ish bilan ta'minlash, qo'shilgan qiymati yuqori mahsulotlar ishlab chiqarish va eksport salohiyatini oshirishda alohida ahamiyatga ega. Mazkur tarmoq nafaqat mahalliy xomashyo bazasiga ega bo'lishi, balki yuqori talabga ega bo'lgan tabiiy ipak mahsulotlari bilan xalqaro bozorda munosib raqobat qila olishi bilan ham ajralib turadi. Biroq pillachilik tarmog'ida ham an'anaviy ishlab chiqarish texnologiyalari, energiya samaradorligining pastligi, kimyoviy moddalardan foydalanish va chiqindilarni utilizatsiya qilishdagi muammolar ekologik xavflarni kuchaytirmoqda. Bu esa milliy mahsulotlarning xalqaro bozorlarda "ekologik toza" sifatida e'tirof etilishi va yuqori qiymat bilan sotilishiga to'siq bo'lib qolmoqda.

Shu bois, pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini joriy etish dolzarb vazifa hisoblanadi. Ushbu konsepsiya tarmoqning barqaror rivojlanishi, atrof-muhit muhofazasi, mahalliy va xalqaro bozorlarda ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talabni qondirish uchun nazariy va amaliy asos yaratadi.

Oxirgi yillarda pillachilik tarmog'i tubdan isloh qilinmoqda. 2020-yilda O'zbekistonda 20 ming tonnadan ortiq xom pilla yetishtirilgan bo'lsa, 2024-yilga kelib, pilla mahsulotlarining umumiy ishlab chiqarish hajmi 30 ming tonnadan oshib, ularning katta qismi qayta ishlanib, to'qimachilik va eksportga yo'naltirilgan. Ipak mahsulotlari 2024-yilda 20 ta mamlakatga eksport qilinib, 96 mln. AQSh dollardan oshgan. Ishlab chiqarish jarayonida 100 mingdan ortiq oila pillachilik bilan shug'ullanmoqda. Bu ko'rsatkichlar tarmoqning aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlash va barqaror daromad manbai yaratishdagi ahamiyatini ko'rsatadi.

Shu bilan birga, pillachilikda qator muammolar mavjud bo'lib, ular tarmoqning raqobatbardoshligini cheklab turibdi:

birinchidan, ekologik muammolardan, ipak qurtini parvarish qilishda va ipak ishlab chiqarish jarayonlarida kimyoviy moddalardan ortiqcha foydalanish, chiqindilarning qayta ishlanmasligi;

ikkinchidan, energiya samaradorligi pastligi, ya'ni an'anaviy ishlab chiqarish jarayonlari ko'p energiya sarflaydi;

uchinchidan, innovatsiya yetishmasligi-zamonaviy texnologiyalar va biotexnologiyalardan to'liq foydalanilmayotgani;

to'rtinchidan, sertifikatlash muammolari, ya'ni ekologik standartlarga javob beruvchi xalqaro sertifikatlarga ega mahsulotlar ulushi kam;

beshinchidan, ta'minot zanjirida muammolar bo'lib, logistika tizimidagi samarasizlik va mahsulotlarni qo'shimcha qiymat bilan qayta ishlash jarayonlarining yetarli emasligi.

O'zbekiston pillachilik tarmog'i katta salohiyatga ega bo'lishiga qaramasdan, uning barqaror rivojlanishi uchun ekologik, texnologik va bozorga oid muammolarni hal etish zarur. Buning eng muhim yo'llaridan biri — yashil marketing konsepsiyasini joriy etish hisoblanadi.

Bugungi kunda jahon bozorida mahsulotlarga bo'lgan talab faqat sifat va narx bilan cheklanib qolmay, balki ularning ekologik jihatdan tozaligiga ham bog'liq bo'lib qolmoqda. Yevropa Ittifoqi, AQSh, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi rivojlangan

mamlakatlarda import qilinadigan mahsulotlar ekologik standartlar asosida baholanadi. Bu esa O'zbekiston pillachilik mahsulotlari uchun ham yangi talablarni shakllantiradi. Jahon miqyosida iste'molchilar ekologik ongli qarorlar qabul qilishga intilayotgani kuzatilmoqda. Masalan, tabiiy ipakdan ishlab chiqarilgan kiyim-kechak va to'qimachilik mahsulotlari "ekologik toza" tamg'asi bilan taqdim etilsa, ularning bozordagi qiymati yuqori bo'ladi. Bu esa yashil marketing konsepsiyasini amalga oshirish zaruriyatini yanada kuchaytiradi. Pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini joriy etish nafaqat ekologik barqarorlikka, balki iqtisodiy samaradorlikka ham xizmat qiladi. Bu orqali:

- tarmoq mahsulotlari xalqaro standartlarga javob beradi;
- eksport hajmi va qiymati ortadi;
- qishloq aholisining turmush darajasi yaxshilanadi;
- mamlakatning "yashil iqtisodiyot" strategiyasida pillachilik yetakchi tarmoqlardan biriga aylanishi mumkin.

Pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini samarali joriy etish uchun bir nechta yo'nalishlar ajratib ko'rsatish mumkin.

1-jadval

Pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini samarali joriy etish yo'nalishlari¹

№	Yo'nalish	Amalga oshirilishi kerak bo'lgan chora tadbirlar
1	Ekologik toza ishlab chiqarish jarayonlari	• Kimyoviy vositalardan minimal foydalanish. • Atrof-muhitga chiqariladigan chiqindilarni qayta ishlash. • Energiya tejamkor texnologiyalarni joriy qilish.
2	Yashil mahsulotlar ishlab chiqarish	• Organik asosda parvarishlangan pilla mahsulotlari. • Suyuqlantirilgan yoki qayta ishlangan mahsulotlardan foydalanish. • Sertifikatlangan "ekologik mahsulot" tamg'asi bilan bozorga chiqish.
3	Yashil qo'shilgan qiymat yaratish	• Qayta ishlangan ipakdan tayyorlangan kiyim-kechak, to'qimachilik mahsulotlari. • Mahalliy xomashyodan foydalanib transport xarajatlarini kamaytirish. • Qayta ishlashda energiya tejamkor uskunalarni qo'llash.
4	Yashil logistika va ta'minot zanjiri	• Paketlashda bioplastik yoki qayta ishlangan qog'oz qo'llash. • Transportda kam yoqilg'i sarflaydigan vositalardan foydalanish. • "Yaqin bozor" strategiyasi orqali transport chiqindilarini qisqartirish.
5	Yashil marketing kommunikatsiyalari	• Mijozlarga mahsulotning ekologik afzalliklari haqida to'liq axborot berish. • "Green branding" orqali korxonaning ijobiy imijini shakllantirish.

¹ Muallif ishlanmasi

№	Yo'nalish	Amalga oshirilishi kerak bo'lgan chora tadbirlar
		Onlayn platformalar orqali barqarorlik va ekologik mas'uliyat haqida ma'lumot tarqatish.
6	Yashil iste'molni qo'llab-quvvatlash	- Mijozlarga ekologik mahsulot tanlash orqali tabiatni asrash imkoniyatlari haqida ta'lim berish. - Ekologik aksiyalar (masalan, "bir metr ipak xarid qilsangiz — bir daraxt ekish" kabi). - Korxonalar va iste'molchilar o'rtasida ijtimoiy hamkorlikni kuchaytirish.
7	Yashil innovatsiyalar	- Biotexnologiyalar asosida yangi pillachilik usullarini joriy qilish. - Yashil energiya (quyosh, shamol)dan foydalangan holda ipakchilik jarayonlarini avtomatlashtirish. - Ekologik samaradorlikni baholashning innovatsion modellarini ishlab chiqish.

Pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini tatbiq etish nafaqat mahsulot ishlab chiqarish jarayonida ekologik standartlarga rioya etishni ta'minlaydi, balki tarmoqning barqaror rivojlanishiga ham xizmat qiladi. Birinchidan, ushbu konsepsiya atrof-muhitga zarar keltirmaydigan texnologiyalarni joriy qilish va resurslardan tejamkor foydalanish orqali ekologik barqarorlikka erishish imkonini beradi. Bu holat organik xomashyodan samarali foydalanish va chiqindilarni minimallashtirish bilan bog'liqdir.

Ikkinchidan, yashil marketing tarmoqda ishlab chiqarilgan mahsulotlarga nisbatan iste'molchilar ishonchini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Chunki ekologik toza va barqaror ishlab chiqarilgan pilla mahsulotlari bozorda yuqori talabga ega bo'lib, ishlab chiqaruvchi korxonalarning "yashil brend" sifatidagi obro'sini mustahkamlaydi.

Uchinchidan, global bozorlarda ekologik standartlarga qat'iy rioya etilishi talab qilinadi. Shu bois yashil marketing konsepsiyasi pillachilik tarmog'i uchun xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatini kengaytiradi. Masalan, Yevropa Ittifoqi va AQSh bozorlarida organik sertifikatga ega mahsulotlar eksporti yuqori iqtisodiy samara keltiradi.

To'rtinchidan, mazkur konsepsiya tarmoqdagi korxonalarning raqobatbardoshlik darajasini oshirishga xizmat qiladi. Barqaror ishlab chiqarish va sifatli mahsulotlar orqali kompaniyalar ichki va tashqi bozorlarda ustunlikka erishadilar.

Beshinchidan, yashil marketing yo'nalishida resurslardan oqilona foydalanish, energiya tejash va qayta tiklanuvchi manbalardan samarali ishlash orqali iqtisodiy samaradorlik ta'minlanadi. Bu esa uzoq muddatli davrda xarajatlarni kamayishi va rentabellikning ortishi bilan ifoda topadi.

Nihoyat, yashil marketing konsepsiyasi pillachilik tarmog'ida ijtimoiy mas'uliyatni kuchaytiradi. Bu yo'nalish qishloq aholisini ish bilan ta'minlash, mahalliy jamiyatda ekologik madaniyatni oshirish va tabiatni muhofaza qilishga qaratilgan tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash orqali namoyon bo'ladi. Shu tariqa, pillachilik tarmog'ida yashil marketing konsepsiyasini joriy etish ekologik, iqtisodiy

va ijtimoiy yo'nalishlarda ko'p qirrali natijalarga erishishga xizmat qiladi va tarmoqning barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1.J. A.Ottman. The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. Routledge.2017.

2.B. Maxmudov. O'zbekistonda pillachilik tarmog'ini modernizatsiya qilish va barqaror rivojlantirish yo'nalishlari. "Iqtisod va innovatsiyalar" jurnali, №3,2022 y.

3.A. Yunusov. Agrobiznesda yashil marketing konsepsiyasini joriy etishning ilmiy asoslari. Monografiya. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti nashriyoti.T-2023 y.