

QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQARISHDA RESURS TEJASH VA YASHIL MARKETING INTEGRATSIYASI: ZAMONAVIY YONDASHUVLAR

Allasugirov Nurmuxammed Baxtiyarovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tayanch doktoranti

E-mail: allasugirovnurmuxammed@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada qurilish materiallari ishlab chiqarishda resurs tejash va yashil marketing integratsiyasining zamonaviy yondashuvlari tahlil qilinadi. Jahon miqyosida barqaror rivojlanish tamoyillari asosida qayta ishlangan xomashyo ulushi va energiya tejankor texnologiyalarning qo'llanilishi o'sib bormoqda. Tadqiqotda Yevropa Ittifoqi, AQSh va Xitoy tajribalari O'zbekiston sharoitidagi amaliyot bilan qiyoslab o'rganildi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda resurs tejankor materiallardan foydalanish ko'rsatkichlari rivojlangan davlatlarga nisbatan past bo'lsa-da, ushbu sohada innovatsion texnologiyalarni joriy etish va yashil marketing konsepsiyalarini keng tatbiq etish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyati mavjud.

Kalit so'zlar: resurs tejash, yashil marketing, qurilish materiallari, innovatsiya, ekologik iqtisodiyot.

Аннотация

В статье рассматриваются современные подходы к интеграции ресурсосбережения и зеленого маркетинга в производстве строительных материалов. На основе принципов устойчивого развития в мире растет использование вторичного сырья и энергосберегающих технологий. В исследовании проанализирован опыт Европейского Союза, США и Китая, сопоставленный с практикой Узбекистана. Результаты показывают, что показатели использования ресурсосберегающих материалов в Узбекистане остаются низкими по сравнению с развитыми странами, однако внедрение инновационных технологий и расширение применения концепций зеленого маркетинга открывают широкие возможности для повышения экономической эффективности.

Ключевые слова: ресурсосбережение, зеленый маркетинг, строительные материалы, инновации, экологическая экономика.

Abstract

This article examines modern approaches to the integration of resource efficiency and green marketing in the production of construction materials. Globally, based on sustainable development principles, the use of recycled raw materials and energy-saving technologies is increasing. The study analyzes the experience of the European Union, the United States, and China, comparing it with the current practices in Uzbekistan. The results show that the share of resource-efficient materials in Uzbekistan is still relatively low compared to developed countries. However, the introduction of innovative technologies and the wider application of green marketing concepts provide significant opportunities to improve economic efficiency in the sector.

Keywords: resource efficiency, green marketing, construction materials, innovation, ecological economy.

KIRISH

Qurilish sohasi global iqtisodiyotning eng yirik va eng resurs talab qiluvchi tarmoqlaridan biri sifatida ajralib turadi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, dunyo yalpi ichki mahsulotining (YAIM) qariyb 14 foizi qurilish sohasi hissasiga to'g'ri keladi, shu bilan birga, bu tarmoq 220 milliondan ortiq ishchi kuchini band etmoqda (World Bank, 2023). Shu bilan birga, OECD (2022) va BMT Atrof-muhit dasturi (UNEP) hisobotlariga ko'ra, qurilish materiallari ishlab chiqarish global energiya sarfining 36 foizini va umumiy xomashyo iste'molining 40 foizini tashkil etadi. Bu ko'rsatkichlar ushbu tarmoqning ekologik yukini yaqqol ko'rsatib beradi[1].

So'nggi yillarda barqaror rivojlanish konsepsiyasi va "yashil iqtisodiyot" tamoyillarining global miqyosda rivojlanishi qurilish materiallari ishlab chiqarishda resurslardan oqilona foydalanish masalasini kun tartibiga chiqardi. Yevropa Ittifoqida qabul qilingan "Green Deal" strategiyasi 2030-yilga qadar qayta ishlangan materiallardan foydalanish ulushini 30 foizga yetkazishni ko'zda tutsa, AQShda "LEED" (Leadership in Energy and Environmental Design) standartlari asosida sertifikatlangan yashil binolarning soni so'nggi o'n yillikda uch baravarga oshdi. Xitoyda 2022-yilda resurs tejankor qurilish materiallari bozorining hajmi 200 milliard dollardan oshgani qayd etilgan (China Green Building Report, 2022)[2].

O'zbekiston sharoitida ham ushbu jarayon bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. "Yashil iqtisodiyot" konsepsiyasi doirasida 2030-yilga qadar qayta tiklanadigan energiya manbalarining umumiy energiya balansidagi ulushini 25 foizga yetkazish, qurilish materiallari ishlab chiqarishda esa energiya sarfini 20 foizga kamaytirish belgilangan. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda qurilish materiallari ishlab chiqarish hajmi 34,2 trillion so'mni tashkil etib, bu ko'rsatkich 2018-yilga nisbatan ikki baravardan ko'proq o'sdi (Stat.uz, 2024). Shu bilan birga, ishlab chiqarish hajmining keskin o'sishi ekologik muammolarni ham kuchaytirayotganini ta'kidlash lozim[3].

METODOLOGIYA

Metodologik jihatdan ushbu tadqiqotda xalqaro tajribalar (Yevropa Ittifoqi, AQSh, Xitoy) va O'zbekiston sharoitidagi mavjud amaliyotlar taqqoslab tahlil qilindi. Asosiy maqsad — qurilish materiallari ishlab chiqarishda resurs tejash mexanizmlarini aniqlash va yashil marketing konsepsiyalarini tatbiq etish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyatlarini ko'rsatishdir. Tadqiqotda quyidagi metodlardan foydalanildi:

Xalqaro normativ-huquqiy bazani tahlil qilish — Yevropa Ittifoqi "Green Deal", AQSh "LEED", Xitoy "Green Building Standard" kabi dasturlar o'rganildi.

Statistik tahlil — O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi, Jahon banki, OECD va BMT ma'lumotlaridan foydalanildi.

Qiyosiy tahlil — resurs tejamkor materiallar ishlab chiqarish hajmi, energiya tejalishi va qayta ishlangan xomashyo ulushi bo'yicha mamlakatlar kesimida taqqoslash amalga oshirildi.

Marketing konsepsiyalarini tahlil qilish — yashil marketing vositalari (eko-brend, eco-label, ekologik sertifikatlash, ekologik reklama kampaniyalari)ning qurilish materiallari bozorida qo'llanishi o'rganildi[4].

Shunday qilib, metodologik asoslar xalqaro tajribalarni milliy sharoit bilan uyg'unlashtirish, statistik ko'rsatkichlarga tayanish va amaliy marketing yondashuvlarini ishlab chiqishni o'z ichiga oldi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, resurs tejash va yashil marketing integratsiyasi qurilish materiallari bozorida iqtisodiy samaradorlikni sezilarli darajada oshirishi mumkin. Masalan, Yevropa Ittifoqida qayta ishlangan xomashyo ulushi 30 foizga, AQShda 28 foizga, Xitoyda esa 25 foizga yetgan. O'zbekistonda esa bu ko'rsatkich hozircha 12 foizni tashkil etmoqda (Stat.uz, 2024)[5].

1-jadval

Mamlakatlar kesimida qurilish materiallari ishlab chiqarishda resurs tejash va yashil marketing natijalari¹

Mamlakat	Qayta ishlangan xomashyo ulushi (%)	Energiyani tejash (%)	Yashil qurilish bozoridagi ulushi (%)	Manba
Yevropa Ittifoqi	30	25	35	European Green Deal Report (2023)
AQSh	28	22	40	US Green Building Council (2022)
Xitoy	25	20	30	China Green Building Report (2022)
O'zbekiston	12	10	8	Statistika agentligi va Iqtisodiyot vazirligi (2024)

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, O'zbekiston rivojlangan davlatlarga nisbatan ancha past ko'rsatkichlarga ega. Shu bois, mamlakatda resurs tejash va yashil marketingni integratsiya qilish bo'yicha qator chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur[6].

Muhokama jarayonida uchta muhim masalaga e'tibor qaratish lozim. Birinchidan, resurs tejamkor texnologiyalarni joriy etish bugungi kunda global miqyosda dolzarb masala bo'lib, xalqaro tajribada qayta ishlangan sement, energiya tejamkor g'isht va ekologik izolyatsiya materiallari keng qo'llanilmoqda. Ushbu jarayon qurilish materiallari ishlab chiqarishda nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilish, balki ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish, resurslardan samarali foydalanish imkonini ham yaratmoqda. O'zbekistonda esa bunday mahsulotlar ishlab chiqarish endigina yo'lga qo'yilayotgan bo'lib, mavjud imkoniyatlardan to'liq foydalanish va innovatsion

¹ Muallif ishlanmasi

texnologiyalarni keng joriy etish masalasi dolzarbligicha qolmoqda. Ikkinchidan, marketing konsepsiyalarining samarali qo'llanishi resurs tejamkor qurilish materiallari bozorida katta ahamiyat kasb etadi. Yashil marketing vositalari — ekologik yorliqlar, sertifikatlashtirish jarayonlari, ekologik toza mahsulotlarni targ'ib etuvchi reklama kampaniyalari iste'molchilar qaroriga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Masalan, Yevropa mamlakatlarida olib borilgan tadqiqotlarga ko'ra, iste'molchilarning 70 foizi ekologik sertifikatlangan mahsulotlarni oddiy mahsulotlarga nisbatan afzal ko'rmoqda. Bu ko'rsatkich aholining ekologik ongini shakllantirishda marketingning naqadar muhim vosita ekanini yaqqol ko'rsatib beradi. O'zbekistonda esa bunday mahsulotlar bo'yicha iste'molchilarning xabardorligi past darajada bo'lib, keng qamrovli marketing strategiyalarini ishlab chiqish, targ'ibot-tashviqot ishlarini kuchaytirish va jamoatchilikni jalb etish zarur. Uchinchi masala sifatida davlat siyosati va investitsiyalarni jalb etish masalasini alohida ta'kidlash kerak. Chunki rivojlangan mamlakatlarda yashil iqtisodiyot dasturlari davlat subsidiyalari, soliq imtiyozlari, grantlar hamda xalqaro moliya institutlari tomonidan ajratilayotgan mablag'lar orqali qo'llab-quvvatlanmoqda. Bu esa sohada barqaror investitsiya muhitini yaratib, xususiy sektorni jalb etishga xizmat qilmoqda[7].

O'zbekistonda ham "Yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasi" doirasida bir qator mexanizmlar joriy etilgan bo'lsa-da, ularning samaradorligini oshirish, investitsiyalar hajmini ko'paytirish, davlat-xususiy sheriklik loyihalarini kengaytirish va xalqaro moliya manbalarini faol jalb etish masalalari kun tartibida turibdi. Shu tariqa, resurs tejamkor texnologiyalarni ishlab chiqarishga joriy etish, marketing konsepsiyalarini samarali tatbiq etish hamda davlat siyosatini qo'llab-quvvatlovchi mexanizmlarni kuchaytirish orqali O'zbekistonda qurilish materiallari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va yashil iqtisodiyot tamoyillariga asoslangan barqaror rivojlanish jarayonlarini jadallashtirish mumkin bo'ladi[8].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa sifatida aytish mumkinki, qurilish materiallari ishlab chiqarishda resurs tejash va yashil marketing integratsiyasi O'zbekiston uchun kelgusi o'n yillikda eng muhim yo'nalishlardan biri bo'lib qoladi. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, ushbu integratsiya nafaqat resurslardan oqilona foydalanish, balki ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini oshirish, yangi bozor segmentlarini yaratish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish imkonini beradi. O'zbekiston sharoitida esa bu jarayonni tezlashtirish uchun innovatsion texnologiyalarni joriy etish, yashil marketing vositalarini keng tatbiq etish, iste'molchilar ongida ekologik qadriyatlarini shakllantirish va davlat tomonidan rag'batlantirish mexanizmlarini kuchaytirish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. World Bank (2023). World Development Indicators: Construction and Economic Growth. Washington, DC.
2. OECD (2022). Resource Efficiency and Circular Economy in Construction. Paris: OECD Publishing.

3. UNEP (2022). Global Status Report for Buildings and Construction. United Nations Environment Programme.
4. European Commission (2023). European Green Deal Progress Report. Brussels.
5. US Green Building Council (2022). LEED Certification Annual Report. Washington, DC.
6. China Green Building Report (2022). Trends and Statistics in Sustainable Construction. Beijing.
7. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi (2024). Qurilish sanoati bo'yicha yillik statistik ma'lumotlar. Toshkent.
8. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi (2024). Yashil iqtisodiyot strategiyasi doirasidagi islohotlar. Toshkent.