

ОРГАНИК ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ МАҲСУЛОТЛАРИГА ИСТЕЪМОЛ ТАЛАБИНИ ЎРГАНИШ

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15184166>

Ҳакимов Рахматилла Абдусаматович

Фарғона Халқаро Нодавлат Тиббиёт Университети

Аннотация

Мақолада органик маҳсулотларга истеъмолчилар талабининг шаклланиши кўриб чиқилади, экологик маркетинг коммуникацияларининг хусусиятлари ўрганилади, экологик маҳсулотларни жойлаштириш бўйича экологик стратегияга ёндашувлар тавсифланади, Ўзбекистон Республикасида экологик тоза маҳсулотлар ассортименти ўрганилади.

Аннотация

В статье будет рассмотрено формирование потребительского спроса на органическую продукцию, изучены особенности экологических маркетинговых коммуникаций, описаны подходы к экологической стратегии размещения экологической продукции, изучен ассортимент экологически чистой продукции в Республике Узбекистан.

Ҳозирги вақтда озиқ-овқат хавфсизлиги масаласи глобал миқёсда жуда долзарб бўлиб, дунё аҳолисининг кўпайиши ва инсониятни озиқ-овқат билан таъминлашнинг етарли емаслиги билан боғлиқ жиддий муаммоларнинг пайдо бўлишидан келиб чиқади. Аммо шуни таъкидлаш керакки, мамлакат ёки минтақанинг озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариш соҳасининг экологик асосларидан алоҳида кўриб чиқилиши мумкин эмас. Айнан қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришидаги экологик вазият аҳолини сифатли озиқ-овқат билан таъминлашни белгилайди.

Шу сабабли, ушбу турдаги маҳсулотга талабнинг ортиши шароитида мамлакатнинг озиқ-овқат хавфсизлигини шакллантириш масаласи жуда муҳим ва жамиятнинг барқарор ривожланишини таъминлаш омиллари орасида устувор аҳамиятга эга. Кўпгина маҳаллий ва хорижий мутахассисларнинг фикрига кўра, органик қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ва органик озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун улкан имкониятларга эга. Ушбу масалани ўрганиш А. Г. Зуев ва Л. А. Маслякова [1], Ю.Е. Петруни [4], В. У. Петруни [4], Р. Ryder [5], Х. Вайблер [6] ва бошқалар.

Мавзунинг мақсади истеъмолчиларнинг органик маҳсулотларга бўлган талабини шакллантиришни ўрганишдир. Агар концептуал асосга илмий жиҳатдан қатъий ёндашадиган бўлсак, "экологик талаб" тушунчасидан фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлиги билан келишиш қийин. Ушбу таърифда "экологик" - бу маълум бир маҳсулотга бўлган талабнинг муҳим белгиси эмас, балки маълум товарларга бўлган табиатининг талабдир. Турли хил экологик хусусиятларга ега маҳсулотлар мавжуд бўлиб, улар ишлаб чиқариш технологиялари, шунингдек улардан фойдаланиш ва йўқ қилиш талаблари билан белгиланади. Шунинг учун биз "кўкаламзорлаштириш талаби" тушунчасидан истеъмолчиларнинг товарларнинг айрим хусусиятларининг устуворлигига бўлган муносабатининг динамик характеристикаси сифатида фойдаланишимиз мумкин.

Маркетинг экологик коммуникатсияларининг хусусиятларига қуйидагилар киради:

- экологик тоза маҳсулотларга талабни яратиш ёки кенгайтириш нуқтаи назаридан ҳал қилувчи омил бўлган органик ишлаб чиқариш самарадорлиги даражаси;

- биринчи навбатда юқори ва ўрта даромадли истеъмолчиларни ифодаловчи бозор сегментларига еътибор қаратинг;

- экологик модани шакллантириш;

- истеъмолчи онгини манипуляция қилиш учун юқори салоҳият;

- сотувчилар фаолияти билан боғлиқ норасмий marketing коммуникатсиялари ва тўғридан-тўғри marketing воситаларидан фойдаланиш.

Маркетинг экологик коммуникатсиялари асосан маълум бир маҳсулотни жойлаштириш стратегиясини ва умуман компанияни акс еттиради. Ўз навбатида, бу компаниянинг маркетинг концепциясининг аксидир ва атроф-муҳитни аниқлаш стратегиялари қуйидаги ёндашувларга асосланиши мумкин:

- маҳсулотни экологик хусусиятларига қараб фарқлаш;

- "экологик етакчи" ни аниқлаш (маҳсулот хусусиятлари, ишлаб чиқариш ва иқтисодий жараёнларнинг атроф-муҳитга таъсири бўйича);

- компаниянинг ресурсларга нисбатан экологик масъулияти

Еко-маҳсулотни тақдим этишнинг энг яхши усули бу унинг табиий келиб чиқиши фактини баён қилиш ва истеъмолчини унинг хусусиятларининг ўзига хослиги ҳақида хабардор қилишдир. Замонавий маҳсулотни қадимий маҳсулот билан боғлаш ушбу маҳсулотни сотиш самарадорлигини оширишда ижобий рол ўйнаши мумкин. Табиий ингредиентлардан ташқари, бундай маҳсулотни яратиш жараёни ҳам

екологик жойлашувда муҳим рол ўйнайди. Шунинг учун истеъмолчиларни табиийлик ва поклик ҳақида хабардор қилишнинг яна бир кенг тарқалган усули бу ишлаб чиқариш усули ҳақида гапиришдир.

Органик маҳсулотлар нархи ошгани сайин, уларга талаб тез пасаймоқда. Бу харажати бўлса 20% кўпроқ, харажатлар улуши камаяди 40.3%, агар 30% кўпроқ қиммат – учун 27.3%, агар 40% кўпроқ қиммат – учун 17.0%, агар 50% кўпроқ қиммат – учун 11.3%. Агар органик маҳсулотлар кимёвий маҳсулотлардан икки барабар қиммат бўлса, уларнинг умумий озиқ-овқат харажатларидаги улуши 5,0% гача тушади.

Екологик тоза маҳсулотларга талабни рағбатлантириш анъанавий ва ноанъанавий усулларда ҳам содир бўлиши мумкин. Биринчисига акциялар, танловлар, маҳсулотларни синовдан ўтказиш ва бошқалар киради. Нарх чегирмаларидан рағбатлантириш тизимида ҳам фойдаланиш мумкин. Екологик истеъмолчиларни рағбатлантиришнинг ноанъанавий механизмлари асосан бозор иштирокчиларига маълум имтиёзлар бериш билан боғлиқ. Юқорида таъкидлаб ўтилганидек, бу давлат томонидан муайян товарларни ишлаб чиқарувчиларга имкониятлар бериш ва бошқалар бўлиши мумкин. Жаҳон амалиётига мурожаат қилиб, органик маҳсулотларнинг нархи замонавий технологиялар ёрдамида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар нархидан сезиларли даражада юқори деган хулосага келиш мумкин, бу органик ишлаб чиқариш учун юқори иқтисодий харажатлар билан боғлиқ. Юқорида таъкидлаб ўтилганидек, бугунги кунда фермерлар бир қатор муаммолар туфайли органик ишлаб чиқаришга қизикмайдилар, жумладан, юқори нарх истеъмолчиларни қайтаради.

Шундай қилиб, 10 та ассортимент гуруҳини кўриб чиқаётганда, озиқ-овқат маҳсулотлари (7 гуруҳ) ноозиқ-овқат маҳсулотларига (3 гуруҳ) қараганда яхшироқ вакили деган хулосага келиш мумкин. Шунинг учун ноозиқ-овқат маҳсулотлари ассортиментни кенгайтиришнинг истиқболли йўналиши ҳисобланади. Иқтисодий ва екологик муносабатларда истеъмолчининг роли фақат кўкаламзорлаштирилган талабни келтириб чиқарадиган субъектнинг роли билан чекланмайди. Яна бир жиҳат бор – истеъмолчининг екологик жавобгарлиги. Бизнинг фикримизча, истеъмолчи екологик талабни келтириб чиқарадиган ҳолатлар учун жавобгар бўлиши керак, яъни. қондирилиши атроф-муҳитга салбий таъсир кўрсатадиган талаб (екологик маҳсулотларни сотиб олиш орқали истеъмолчи турли хил кимёвий чиқиндилар ёки пестицидлардан фойдаланиш билан бирга келадиган техник ишлаб чиқаришни емас, балки органик ишлаб чиқаришни қўллаб-қувватлайди ва ҳоказо.).

Маҳаллий истеъмолчи экологик тоза ишлаб чиқаришнинг хусусиятлари ҳақида етарли даражада таниш емас ва бу тушунчадаги бўшлиқлардан фойдаланадиган виждонсиз ишлаб чиқарувчиларнинг маҳсулотларини сотиб олади. Ушбу маҳсулотларнинг ҳақиқий фойдалилигини англаб, ишлаб чиқарувчининг ишончини қозонгандан кейингина истеъмолчи ишлаб чиқарилган маҳсулот сифати учун ортиқча тўлашга тайёр.

Ушбу шартларнинг барчаси бажарилгандагина умуман мамлакатда органик бозор жадал ривожлана бошлайди.

Ўтказилган тадқиқотлар натижасида қуйидаги натижаларга еришилди.

1. Минтақамизда органик маҳсулотлар учун таклифлар етарли емас, бу бозор ушбу маҳсулот билан тўйинган емаслигини кўрсатади ва ушбу сегментни ривожлантириш учун катта имкониятлар яратади.

2. Ноозиқ-овқат еко-маҳсулотлари ассортиментни кенгайтиришнинг истиқболли йўналиши ҳисобланади.

3. Органик маҳсулотларга талабни шакллантириш учун аҳолининг органик маҳсулотларнинг фойдалилиги тўғрисида хабардорлигини ошириш, соғлом турмуш тарзини тарғиб қилиш ва аҳолини жалб қилиш керак.