

OZIQ-OVQAT TRANSMILLIY KORPORATSIYALARI VA GEOSIYOSIY SUVERENITET, NESTLE MODEL I ASOSIDA.

Diyorbek Niyatullayevich Turayev

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti

Siyosatshunoslik yo'nalishi talabasi,

Toshkent sh.

Annotatsiya. Ushbu tezida Nestle transmilliy korporatsiyasining zamonaviy global geosiyosiy tizimdagi o'rni va ta'siri tahlil qilinadi. Nestle dunyodagi eng yirik oziq-ovqat va ichimliklar ishlab chiqaruvchi korporatsiyalardan biri sifatida nafaqat iqtisodiy aktor, balki muayyan regionlarda siyosiy va ijtimoiy dinamikaga ta'sir ko'rsatuvchi geosiyosiy subyekt sifatida qaraladi. Ishda Nestlé'ning suv resurslariga egalik qilish, oziq-ovqat zanjirlari orqali mintaqaviy bozorlarni nazorat qilish, shuningdek, hukumatlar bilan o'zaro manfaatli hamkorlik siyosati xususan, hokimiyatga va siyosiy qarorlar qabul qilishga ta'sir mexanizmlari o'rganiladi.

Kalit so'zlar. Transmilliy korporatsiyalar, oziq-ovqat, geosiyosiy ta'sir, suv resurslari, siyosiy qarorlar qabul qilish.

Transmilliy oziq-ovqat korporatsiyalari (TOOK) - bir nechta davlatlarda faoliyat yuritadigan, global oziq-ovqat tizimiga chuqur ta'sir ko'rsatadigan yirik kompaniyalardir. Ular nafaqat iqtisodiy, balki siyosiy va ijtimoiy jihatdan ham muhim rol o'ynaydi.

Transmilliy oziq-ovqat korporatsiyalari rivojlanayotgan mamlakatlarda qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat xavfsizligi, mahalliy daromadlar, ta'lim, bandlik, mehnat sharoitlari, atrof-muhit, mahalliy firmalar, texnologiya, ovqatlanish va iste'mol kabi sohalarga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda [1]. Xususan, Nestle transmilliy korporatsiyasi ham o'zining sifatli mahsulotlari, raqamli marketing shuningdek kuchli PR orqali yer yuzining har bir burchagining rastalarini egallashga ulgurdi.

Ushbu kompaniya 189 ta mamlakatda o'z mahsulotlarini sotadi va 340 ta zavodga egalik qilmoqda. 2023-yilda kompaniya umumiy 93 milliard Shveysariya

franki (CHF) miqdorida savdo hajmiga erishdi. Uning global oziq-ovqat va ichimlik sanoatidagi ulushi taxminan 10% ga teng. 30 000 dan ortiq mahsulotni ishlab chiqaradi, 2000 dan ortiq global va mahalliy brendlarga egadir.[2]

Korporatsiya nafaqat iqtisodiy jihatdan balki geosiyosiy tomonlama ham o'zining ma'lum bir pozitsiyasiga egadir. Nestle transmilliy korporatsiyasi Shimoliy Amerika, ayniqsa AQSh va Kanadada o'zining faoliyatini nafaqat oddiy tijoriy foyda keltiruvchi kompaniya sifatida, balki institutsional va geoiqtisodiy aktor sifatida olib boradi. Nestle bu mintaqada faqat oziq-ovqat va ichimliklar bilan shug'ullanuvchi kompaniya emas - u kapital harakati, resurslar ustidan nazorat, siyosiy ta'sir va normativ muhitga bosim orqali o'zining geosiyosiy strategiyasini amalga oshirmoqda.

Korporatsiyaning eng katta ulushi Shimoliy va Janubiy Amerika qit'asiga to'g'ri keladi. Bu yerdagi logistika ham ancha qulay hisoblanadi. Masalan, avtomobil logistikasi orqali asosan davlat ichidagi qisqa masofali talablarni qondirishga qaratiladi. I-70 trassasi orqali St. Louis (Missuri)ga undan Allentown (Pensilvaniya) shtatiga Purina brendi ostidagi hayvonlar uchun oziq-ovqat yetkaziladi.

Temir yo'l asosan katta hajmdagi va uzoq masofali yuklar uchun foydalaniladi. Masalan, Guelph (Ontario, Kanada) dan Chicago (Illinois)ga Umumiy oziq-ovqat mahsulotlari, konservalar, bolalar ovqati yetkazib beriladi.

Dengiz va daryo transportlari asosan ichki suv yo'li va xalqaro darajadagi eksport uchun. Los Angeles, Savannah, New York portlari orqali Osiyo (masalan, Yaponiya, Xitoy), Yevropa (masalan, Germaniya, Buyuk Britaniya), Janubiy Amerika (masalan, Braziliya) bozorlariga mahsulot eksport qilinadi. Havo yo'llari orqali asosan tez ayniydigan, tez sifati buziladigan mahsulotlar butun dunyoga yetkazib beriladi.

Ushbu TMK ning Amerika qit'asidagi geosiyosiy xarakteriga yuzlansak, birinchi o'rinda zaxiraga boy hudud masalasi ko'zga tashlanadi. Xususan, korporatsiyaning bosh ofisining o'zgartirilganligining o'zida ham juda katta geosiyosiy manfaat yotadi. Ya'ni uning dastlabki bosh ofisi Virjiniya shtatida edi keyinchalik u Vashingtonga ko'chiriladi. Bundan ko'zlangan asosiy maqsad faqatgina logistik yoki operatsion samaradorlik emas, balki aniq siyosiy-geoiqtisodiy strategiya yotadi. Bunda federal siyosiy markazga yaqinlashish - lobbilash kuchini oshirish. Nestle uchun Vashingtonga yaqin joylashish Kongress, FDA (Food and Drug Administration), EPA (Environmental Protection Agency) va boshqa federal regulyator organlar bilan bevosita ishlash imkoniyatini kengaytirdi.

Bu esa siyosiy qaror qabul qilish tizimlariga yaqin turish orqali qonunchilik, ekologik me'yorlar va oziq-ovqat reglamentatsiyasini o'z manfaatlariga moslashtirish imkonini beradi. Masalan, Nestleda faol ishlovchi lobbi firmalar orqali suv reglamentatsiyasi va oziq-ovqat xavfsizligi qonunlarining o'ziga qulay versiyalarini ilgari surgan. Shuningdek, kompaniya boshqa geosiyosiy bosim va manfaatlar yuzasidan ham markazini o'zgartirgan. Masalan, Kaliforniyada soliq tizimi juda qattiqligi, ekofaollarning keng noroziliklari, ichimlik suvi ustidan qat'iy reglamentlar plastik chiqindilarni kamaytirish talablari va ishchi huquqlarini kuchli himoya qilish qonunlari bilan mashhurdir. Nestle har doimgidek o'z manfaatlarini boshqalarnikidan ustun qo'ygan. Xususan, Nestle uchun operatsion xarajatlar va siyosiy bosimni oshirgan. Kaliforniyada kompaniya Arrowhead brendi uchun yerosti suvini olishda ekologik faollar tomonidan yirik tanqid ostida qolgan, hatto sudga tortilgan masalan, San Bernardino National Forestdagi suv manbalari ishi. Bu ish ortidan kompaniya brendining pasayishiga olib kelgan edi.

Vashington esa, me'yoriy jihatdan yumshoq va siyosiy-iqtisodiy jihatdan korporativ faoliyatga ko'proq muvofiqlashtirilgan yondashuvga ega kompaniyalarga qaratilgan grantlar va infratuzilma qo'llovi taklif qilgan. Shuningdek, bu shtatda soliqlari bo'yicha qo'shimcha imtiyozlar ham mavjud bo'lgan.

Transmilliy korporatsiyalar tomonidan olib borilayotgan yangi turdagi geosiyosat bugungi global tartibda davlatlarning klassik suverenitet tushunchasini jiddiy qayta ko'rib chiqishga undamoqda[3]. Ayniqsa, iqlim o'zgarishi, siyosiy beqarorlik va geoiqtisodiy vakuumlar sharoitida Nestle kabi yirik korporatsiyalar o'z faoliyatini nafaqat iqtisodiy manfaatlar, balki resurslar ustidan strategik hukmronlik doirasida ham olib bormoqda.

Korporatsiyaning "tabiiy resurslarni samarali boshqarish" degan diskursi, mohiyatan, infratuzilma ustidan hukmronlikni legitimlashtirishga qaratilgan bo'lib, suv manbalarini xususiylashtirishga yo'l ochadi. U mahalliy jamoalarni "korrupsiyalashgan, samarasiz" boshqaruv sifatida diskreditatsiya qilib, o'zini "mas'ul ekologik aktor" sifatida ko'rsatadi[4]. Bunday yondashuv, aslida, suv ustidan nazorat orqali mintaqaviy siyosiy tuzilmalarni zaiflashtirishga xizmat qiladi - bu esa biogeosiyosiy egemonlik shaklidir.

Misol uchun, Braziliyada Nestle Amazoniya suv manbalariga kirish uchun qator quyi darajadagi infratuzilma loyihalarini moliyalashtirib, mahalliy hokimiyatlar bilan

shartnomalar imzolagan[5]. Rasmiy ravishda bu “rivojlanish loyihalari” sifatida ko‘rsatilsa-da, aslida ular orqali kompaniya strategik resurs ustidan uzoq muddatli nazoratni ta’minlab kelmoqda.

Xulosa.

Nestle bugungi global iqtisodiyotda faqat oziq-ovqat yetkazib beruvchi emas, balki infratuzilma, logistika va resurs boshqaruvi orqali xalqaro siyosatga bilvosita ta’sir ko‘rsatuvchi yirik geoiqtisodiy kuchga aylangan. U turli mintaqalarda mahalliy bozor va siyosiy muhitga moslashgan strategiyalarni qo‘llab, ko‘plab davlatlarda o‘z iqtisodiy faoliyatini mustahkamladi. Bu esa korporatsiyani xalqaro munosabatlarning yangi, nodavlat, ammo kuchli subyekti sifatida xususiyatlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.

1. <https://etheses.lse.ac.uk/1660/1/U164566.pdf>
2. <https://www.nestle.com/investors/overview>
3. <https://oxfordre.com/foodstudies/display/10.1093/acrefore/9780197762530.001.0001/acrefore-9780197762530-e-19>
4. https://www.researchgate.net/profile/Mina-Manjurul-Reza/publication/344071059_Analysis_of_Marketing_Strategy_and_Quality_Policy_of_Nestle/links/5f50c39992851c250b8c6b01/Analysis-of-Marketing-Strategy-and-Quality-Policy-of-Nestle.pdf
5. Business, P. N. C. (2010). The Nestlé Corporate Business Principles, (June)