

YASHIL MARKETINGNI RIVOJLANTIRISHNING MILLIY VA MINTAQAVIY XUSUSIYATLARI

Baymbetova Alma Shaxanovna

Berdax nomidagi Qoraqalpoq Davlat Universiteti,
Iqtisodiyot kafedrası magistranti

Annotatsiya

Maqolada hozirgi vaqtda jahonda muhim mavzulardan hisoblangan yashil iqtisodiyot, shuning ichida yashil marketing tushunchasining kelib chiqishi va mintaqada yashil marketing rivojlanishining istiqbollari tahlil qilingan. Yashil marketingda Jahon tajribasi va rivojlanish yo'nalishlari. Yashil marketingning davlat tomonidan qo'llab quvvatlanishi va milliy brendlarning bozordagi o'rni. Shu bilan birga yashil iqtisodiyotning Orolboyi mintaqasidagi dolzarbligi ko'rsatilgan.

Kalit so'zlar: Yashil iqtisodiyot, yashil marketing, mintaqa rivojlanishi, jahon tajribasi, eko brend, Orolboyi mintaqasi.

Аннотация

В статье рассмотрена одна из актуальных тем современности — зелёная экономика, в частности, раскрыта сущность понятия «зелёный маркетинг» и перспективы его развития в регионе. Проанализированы мировой опыт и основные направления развития зелёного маркетинга, меры государственной поддержки, а также роль национальных брендов на рынке. Особое внимание уделено актуальности внедрения зелёной экономики в Приаральском регионе.

Ключевые слова: зелёная экономика, зелёный маркетинг, региональное развитие, мировой опыт, экобренд, Приаралье.

Abstract

This article explores one of today's globally significant topics — the green economy, with a particular focus on the concept of green marketing and its development prospects in the region. It analyzes international experience and development trends in green marketing, government support measures, and the market role of national eco-brands. Special emphasis is placed on the relevance of introducing green economy principles in the Aral Sea region.

Keywords: green economy, green marketing, regional development, global experience, eco-brand, Aral Sea region.

Yashil iqtisodiyot va yashil marketing tushunchalari hozirgi kunda jahonda juda katta ahamiyatga ega tushuncha. Chunki dunyoda aholi sonining ortishi jarayonida cheklangan resurslardan samarali foydalanish, aholini sifatli oziq ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash, atrof muhit tozaligini, ekologiyani toza saqlash hozirgi vaqtdagi muhim masalalardan hisoblanadi.

«Yashil iqtisodiyot» atamasi birinchi bor 1989 yilda «Green Economy Initiativi» loyihasida tilda olingan. Keyinchalik 1992 yilda BMTning Rio-de-Janeyro sammitida bu tushuncha xalqaro darajada mustahkamlandi. [1,2]

Yashil marketing atamasi 1970-1980-yillarda paydo bo'lgan. Bu davrda iste'molchilarda ekologik mahsulotlarga qiziqish ortib, korxonalar atrof muhitga zarar keltirmaydigan mahsulotlar ishlab chiqarishga o'ta boshlagan.

Yashil marketing-bu iste'molchilar ehtiyojini qondirish bilan birga tabiatga zarar etkazmaslikka qaratilgan marketing faoliyatidir.[3]

Qisqacha qilib aytganda yashil iqtisodiyot-iqtisodiy tizim, yashil marketing-bu tizimning amaliy vositasidir.

1975-yilda AQSHdagi American Marketing Association (AMA) tomonidan «Environmental Marketing» atamasi ilk bor rasman qo'llanilgan. Shu yillardan boshlab korxonalar ishlab chiqarish, qadoqlash, tashish va reklama jarayonlarida ekologik tamoyillarga amal qilishni yolg'a qo'ygan.[4]

1990-yillar boshlarida «yashil to'lqin» (Green wave) davri boshlanib, Yevropa va Yaponiya mamlakatlarida yashil brendlar va «eko marka» tushunchalari keng tarqaldi.[5]

Mintaqaviy iqtisodiyotda yashil marketing yo'nalishining asosiy vazifasi iqtisodiy o'sish bilan birga ekologik barqarorlikka erishish hisoblanadi. Yashil marketing Jahon miqyosida global ekologik muammolarga yechim sifatida shakllanib, mintaqaviy iqtisodiyotda barqaror rivojlanishning asosiy ustuvor yo'nalishiga aylanmoqda.

O'zbekistonda ham so'nggi yillarda yashil iqtisodiyot va yashil marketingni davlat siyosati darajasiga ko'tarishga qaratilgan qator qaror va dasturlar qabul qilindi. 04.10.2019 yilda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-4477-son «2019-2030 yillarda O'zbekiston Respublikasining yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida» qarori qabul qilindi.[6]

Hozirgi kunda O'zbekistonda barqaror rivojlanish tamoyillari asosida iqtisodiyotni modernizatsiya qilish jarayonida yashil marketingning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Bu yo'nalish mamlakatning ekologik xavfsizligi, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va milliy mahsulotlarning xalqaro bozorda raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Yashil marketing-bu faqat ekologik toza mahsulot ishlab chiqarish emas, balki korxonalar faoliyatida atrof muhitga zarar etkazmaydigan texnologiyalarni joriy etish, energiya tejamlilik va chiqindisiz ishlab chiqarishni ta'minlashni ham o'z ichiga oladi.[9]

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2023-2030 yillarda yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasini amalga oshirish to'g'risida»gi qarorida yashil marketing sohasini rivojlantirish ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan. Bu qaror doirasida ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun ekologik sertifikatlash tizimi, «yashil» brendlar va reklama standartlarini yaratish ishlari olib borilmoqda.[8]

Yashil marketing nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy, ekologik ahamiyatga ega ekanligini butun jahon tan olmoqda. Jahondagi ekologik vaziyatlar, cheklangan resurslar sharoitida aholi sonining ortishi, aholini sifatli oziq ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash insoniyat oldiga katta vazifalarni qo'ymoqda. Bu vazifalarning yechimlaridan biri sifatida yashil iqtisodiyot shuning ichida yashil marketing hozirgi

paytdagi dolzarb mavzu hisoblanadi. Ayniqsa ekologik muammoli davlatlarda bu mavzular katta ahamiyatga ega.

Orolboyi mintaqasi keyingi vaqtlarda ekologik inqirozni boshidan kechirayotgan hududlardan biri bo'lib bu holat nafaqat atrof muhit, balki aholining turmush tarziga ham jiddiy ta'sir ko'rsatmoqda.[10]

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28-yanvardagi PQ-60-son «Orolboyi mintaqasini ijtimoiy, iqtisodiy rivojlantirish chora tadbirlari to'g'risida» gi qarorida mintaqada yashil iqtisodiyot va marketingni qo'llab quvvatlash, qayta tiklanuvchi energiya manbalarini joriy etish hamda «yashil» mahsulotlar eksport salohiyatini oshirish vazifalari belgilangan.[7]

Xulosa qilib aytganda, mintaqaviy yashil iqtisodiyotni, yashil marketingni rivojlantirishda oldimizga qo'yilgan majburiyatlar nafaqat milliy, mintaqaviy iqtisodiyotning balki global ekologik xavfsizlikni ta'minlashda ham muhim o'rin tutadi.

Jahon tajribasi ko'rsatadiki, yashil iqtisodiyotga o'tish nafaqat atrof-muhitni muhofaza qiladi, balki yangi ish o'rinlarini, innovatsion texnologiyalar va barqaror iqtisodiy o'sishni ham ta'minlaydi. Mintaqamizda bu jarayon endi rivojlanmoqda, ammo xalqaro hamkorlik va investitsiyalar orqali bu jarayon yanada tezlashishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Pearce D., Markandiya A., Barbier E. Blueprint for a Green Economy.-London: Earthscan, 1989.
2. United Nation Agenda 21: Report of the UN Conference on Environment and Development (Rio-de-Janeyro, 1992).-New York, 1993
3. Pattie, K. (1995). Enviromental Marketing Management: Meeting the Green Challenge London.
4. American Marketing Association (AMA)/ (1975). Report on Environmental Marketing.-Chikago, USA.
5. Grant, J. (2008) The Green Marketing Manifesto.-London: Wiley
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2019-yil 4-oktyabr PQ-4477 «O'zbekiston Respublikasida 2019-2030 yillarda «yashil iqtisodiyot»ga otish chora tadbirlari to'grisida». Qarori <https://lex.uz/docs/-4539502>
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PQ-60-son «2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida »gi Qarori <https://lex.uz/docs/-5841063>
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 31-maydagi PQ-187-son «2023-2030 yillarda yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasini amalga oshirish chora tadbirlari to'g'risida»gi Qarori <https://lex.uz/docs/-6600413> .
9. Nazarova N. ekologik Marketing nazariyasi va amaliyoti. // «Iqtisod va innovatsiya» jurnali.-2023
10. Rajabov A. Orol muommosi va ekologik barqaror rivojlanish muommolari.-Nukus: Qoraqalpoq davlat Universiteti nashiryoti, 2021