

YASHIL MARKETINGNI RIVOJLANTIRISHDA HUDUDIIY RESURLARDAN OQILONA FOYDALANISHNING AHAMIYATI

Gulyamova Nadira Gafurovna

Namangan Davlat texnika universiteti “Marketing”
kafedrası katta o‘qituvchisi, PhD.

Annotatsiya

Ushbu maqolada yashil marketingning zamonaviy iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni va uning ekologik barqarorlikni ta’minlashdagi ahamiyati yoritilgan. Jahon tajribasi asosida yashil iqtisodiyotning asosiy ko‘rsatkichlari, jumladan qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish ulushi, yashil investitsiyalar hajmi va yangi ish o‘rinlari yaratilishi kabi faktlar tahlil qilindi. Shuningdek, yashil marketing tushunchasi, uning atrof-muhitga ta’sirini kamaytirish va ekologik toza brendlarni rivojlantirishdagi roli ochib berilgan.

Kalit so‘zlar: yashil marketing, yashil iqtisodiyot, ekologik barqarorlik, qayta tiklanuvchi energiya, hududiy resurslardan foydalanish, ekologik brend, barqaror rivojlanish, chiqindilarni kamaytirish, ekologik toza mahsulot.

Аннотация

В данной статье освещается роль зеленого маркетинга в современном экономическом развитии и его значение для обеспечения экологической устойчивости. На основе мирового опыта проанализированы ключевые показатели зеленой экономики, включая долю использования возобновляемых источников энергии, объем зеленых инвестиций и создание новых рабочих мест. Также раскрыта сущность концепции зеленого маркетинга, его роль в снижении негативного воздействия на окружающую среду и развитии экологически чистых брендов.

Ключевые слова: зеленый маркетинг, зеленая экономика, экологическая устойчивость, возобновляемая энергия, использование региональных ресурсов, экологический бренд, устойчивое развитие, сокращение отходов, экологически чистая продукция.

Abstract

This article highlights the role of green marketing in modern economic development and its importance in ensuring environmental sustainability. Based on global experience, the main indicators of the green economy are analyzed, including the share of renewable energy use, the volume of green investments, and the creation of new jobs. The concept of green marketing is also revealed, emphasizing its role in reducing environmental impact and promoting eco-friendly brands.

Keywords: green marketing, green economy, environmental sustainability, renewable energy, use of regional resources, eco brand, sustainable development, waste reduction, eco-friendly products.

Bugungi kunda dunyo miqyosida ekologik muammolar va iqlim o‘zgarishlari barqaror rivojlanish strategiyalarining asosiy yo‘nalishiga aylanib bormoqda. Bu jarayonda yashil marketing konsepsiyasi tabiiy resurslardan oqilona foydalanish,

ishlab chiqarishning ekologik xavfsizligini ta'minlash va aholi iste'mol madaniyatini ekologik tamoyillarga yo'naltirishga xizmat qiladi. O'zbekiston Respublikasi ham ekologik barqarorlikni ta'minlash va yashil iqtisodiyotga o'tishni jadallashtirishni milliy rivojlanishning ustuvor vazifalaridan biri sifatida belgilab kelmoqda.

Davlat rahbarining tashabbusi bilan so'nggi yillarda qabul qilingan qator hujjatlar, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 4-oktyabrdagi "2019 — 2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining "yashil" iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PQ-4477-sonli qaroriga ko'ra hududlarda qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish, ishlab chiqarish jarayonlarida energiya tejamkor va ekologik toza texnologiyalarni joriy etish, chiqindilarni qayta ishlash hajmini oshirish, shuningdek, 2030-yilgacha barcha hududlarda ekologik toza mahsulotlar ulushini sezilarli oshirish kabi ustuvor vazifalar belgilangan.

Shuningdek, "Yashil iqtisodiyot" tamoyillari asosida hududiy resurslardan oqilona foydalanish va mahalliy xomashyo bazasidan tayyor mahsulot ishlab chiqarishni kengaytirish, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalarni qo'llab-quvvatlash alohida vazifa sifatida qayd etilgan. Bu masalalar yashil marketing strategiyalarini hududiy rivojlanish dasturlari bilan uyg'unlashtirish, ichki bozor uchun ekologik xavfsiz va sifatli mahsulotlar yetkazib berish hamda eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishning barqarorligini ta'minlashga qaratilgan.

Shu nuqtai nazardan, yashil marketingni rivojlantirishda hududiy resurslardan oqilona foydalanish dolzarb masala sifatida qaraladi. Chunki bu yondashuv mahalliy xomashyo bazasidan samarali foydalanish, transport-logistika xarajatlarini kamaytirish, energiya va suv resurslarini tejash, chiqindilarni qayta ishlash hajmini oshirish va mahalliy aholi uchun qo'shimcha ish o'rinlari yaratishga xizmat qiladi.

O'zbekistonda yashil iqtisodiyot va ekologik barqarorlikni ta'minlashga qaratilgan davlat siyosati sharoitida hududiy resurslarni ilmiy asosda boshqarish, ekologik brendlarni rivojlantirish va yashil marketing mexanizmlarini takomillashtirish milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishi, aholining hayot sifati va xalqaro bozorlar oldida raqobatbardoshlikni oshirishga zamin yaratadi. Shu sababli tanlangan mavzuning dolzarbligi bevosita milliy strategik hujjatlar va zamonaviy global ekologik talablar bilan asoslanadi.

So'nggi yillarda yashil iqtisodiyot global rivojlanishning ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylandi. BMTning 2030-yilgacha bo'lgan Barqaror rivojlanish maqsadlari (SDG) va Parij kelishuvi doirasida ishlab chiqilgan ma'lumotlarga ko'ra, jahon bo'yicha yashil iqtisodiyotga yo'naltirilgan investitsiyalar 2022-yilda 1,8 trillion AQSH dollaridan oshgan bo'lsa, shundan 70 % dan ortig'i qayta tiklanuvchi energiya, energiya samaradorligi va chiqindilarni kamaytirish texnologiyalariga yo'naltirilgan [1].

Xalqaro Energiya Agentligi (IEA) ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda global elektr energiyasi ishlab chiqarishda qayta tiklanuvchi energiya manbalari ulushi 31 %ga yetdi va bu ko'rsatkich yiliga o'rtacha 2,3 % o'smoqda [2]. Yashil iqtisodiyotga sarmoya kiritish natijasida jahon bozorida 300 milliondan ortiq "yashil" ish o'rinlari

yaratilgan, bu esa iqtisodiyotning ekologik barqarorlikka asoslangan yangi sektorlari shakllanayotganidan dalolat beradi .

Yashil marketing – bu mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqarish va targ‘ib qilish jarayonida atrof-muhitga salbiy ta’sirni kamaytirish, tabiiy resurslardan samarali foydalanish, chiqindilarni kamaytirish hamda ekologik jihatdan xavfsiz brendlarni rivojlantirishga qaratilgan marketing strategiyalari tizimidir [3]. Yashil marketingning asosiy maqsadi nafaqat iqtisodiy foyda ko‘rish, balki ekologik barqarorlikni ta’minlash va iste’molchilarni ekologik ongga yo‘naltirishdan iboratdir.

Ko‘plab rivojlangan davlatlarda yashil marketing bozorining asosiy talablaridan biriga aylanib ulgurgan. Masalan, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida ishlab chiqaruvchilarga “ekologik yorliq” (eco-label) joriy qilish majburiyati qo‘yilgan bo‘lib, bu mahsulotning ishlab chiqarishdan tortib, qadoqlanishigacha bo‘lgan barcha bosqichlarda ekologik mezonlarga javob berishini bildiradi [4]. AQSH va Yaponiya tajribasida esa yashil marketing iste’molchilarning ekologik toza mahsulotlarni tanlashga bo‘lgan talabini oshirishga xizmat qilmoqda.

Hududiy resurslardan oqilona foydalanish yashil marketingning muvaffaqiyati uchun muhim omildir. Masalan, Qoraqalpog‘iston va Qashqadaryo viloyatlarida quyosh va shamol energiyasi manbalaridan foydalanish, Farg‘ona vodiysi va Toshkent viloyatlarida agroklastlar asosida qayta ishlangan ekologik toza paxta mahsulotlarini ishlab chiqarish va eksport qilish imkoniyatlari mavjud. Bu nafaqat tabiiy resurslardan samarali foydalanish, balki transport-logistika xarajatlarini kamaytirish, chiqindilarni qayta ishlash va qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratish imkonini beradi.

Shuningdek, yashil marketingning hududiy rivojlanishi mahalliy brendlarni ekologik toza mahsulot sifatida targ‘ib qilish, turizm, to‘qimachilik va oziq-ovqat sanoati kabi sohalarda barqaror brendlar yaratish orqali ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshlikni oshiradi . Yashil marketing jahon miqyosida nafaqat ekologik muammolarni hal qilish, balki iqtisodiy samaradorlik va yangi ish o‘rinlari yaratishda ham muhim omilga aylanib bormoqda. O‘zbekiston uchun hududiy resurslardan oqilona foydalanish yashil marketingni rivojlantirishning asosiy sharti bo‘lib, bu davlatning ekologik barqarorlik, mahalliy brendlarni kuchaytirish va xalqaro bozorda raqobatbardosh mahsulotlar eksportini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. United Nations Environment Programme (UNEP). Global Green Economy Report 2022. — New York: UNEP, 2023.
2. International Energy Agency (IEA). World Energy Outlook 2023. — Paris: IEA, 2023.
3. Peattie K. Green Marketing. — London: Pitman Publishing, 1995.
4. European Commission. EU Ecolabel Regulation. — Brussels: EC, 2022.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti 2023-yil 1-iyun PF–101-sonli “2023–2030-yillarda O‘zbekiston Respublikasida yashil iqtisodiyotga o‘tishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmon <https://lex.uz/docs/-6508429>