

YASHIL MARKETINGNING MILLIY VA MINTAQAVIY XUSUSIYATLARI

Ziyayeva Shahlo Shoakbar qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

“Savdo ishi” kafedrası katta o‘qituvchi, PhD

Annotatsiya

Ushbu maqolada yashil marketingning milliy va mintaqaviy xususiyatlari yoritilgan. Yashil iqtisodiyot doirasida ekologik muammolar, iste'molchilarning xulq-atvori, davlat siyosati va biznes strategiyalari o'zaro bog'liq holda tahlil qilingan. Eko-innovatsiya, aylanma iqtisodiyot, raqamli marketing va korporativ ijtimoiy mas'uliyat konsepsiyalari asosida samarali strategiyalar ishlab chiqish yo'llari ko'rib chiqilgan. O'zbekiston va xalqaro tajriba solishtirilib, yashil marketingni rivojlantirish bo'yicha amaliy takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: yashil marketing, yashil iqtisodiyot, eko-innovatsiya, raqamli marketing, barqaror rivojlanish, ekologik madaniyat, mintaqaviy xususiyatlar.

Аннотация

В статье раскрыты национальные и региональные особенности развития зелёного маркетинга. Рассмотрены взаимосвязи между экологическими проблемами, потребительским поведением и государственной экологической политикой. Акцент сделан на эko-инновации, цифровой маркетинг и устойчивое развитие. Представлены предложения по развитию зелёного маркетинга в Узбекистане с учётом международного опыта и локальных условий.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, зелёная экономика, эko-инновации, цифровой маркетинг, устойчивое развитие, экологическое сознание, региональные особенности.

Abstract

The article highlights the national and regional features of green marketing development. It examines the relationship between environmental challenges, consumer behavior, and ecological policy. Focus is placed on eco-innovation, digital marketing, and sustainable development. Practical recommendations are proposed for advancing green marketing in Uzbekistan based on global experience and local conditions.

Keywords: green marketing, green economy, eco-innovation, digital marketing, sustainable development, environmental awareness, regional features.

So'nggi yillarda dunyo miqyosida barqaror rivojlanish konsepsiyasi global iqtisodiyotning ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida shakllanib bormoqda. Shu jarayonda yashil marketing tushunchasi alohida ahamiyat kasb etmoqda. Yashil marketing – bu korxonalar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish, tarqatish va reklama jarayonlarida ekologik tamoyillarga asoslanish, tabiatga zarar keltirmaslik va jamiyat uchun ijtimoiy mas'uliyatni oshirishga qaratilgan faoliyatdir [1].

Yashil marketingning paydo bo'lishiga XX asrning oxirlarida kuchaygan ekologik inqirozlar, global isish va tabiiy resurslarning tez sur'atlarda kamayishi sabab bo'lgan. Shu boisdan ham ko'plab xalqaro tashkilotlar, xususan BMT, Jahon banki va

boshqa nufuzli institutlar barqaror rivojlanishni ilgari surib, biznes sektorini ekologik tamoyillarga amal qilishga chaqirdi. Bugungi kunda esa yashil marketing nafaqat rivojlangan davlatlarda, balki rivojlanayotgan mamlakatlarda ham iqtisodiy va ijtimoiy hayotning ajralmas qismiga aylanmoqda.

Milliy darajada yashil marketingni rivojlantirish, eng avvalo, mamlakatning iqtisodiy siyosati va ekologik strategiyasi bilan chambarchas bog'liqdir. O'zbekistonda "Yashil iqtisodiyot" strategiyasining qabul qilinishi hamda 2030-yilgacha bo'lgan rivojlanish dasturlarida ekologik barqarorlik masalalariga alohida e'tibor qaratilgani yashil marketingni milliy darajada qo'llash uchun muhim asos yaratmoqda. Misol uchun, qayta tiklanuvchi energiya manbalarini kengaytirish, chiqindilarni kamaytirish va resurslardan samarali foydalanish bilan bog'liq loyihalar yashil marketingni amalga oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda [2].

Mintaqaviy xususiyatlarga to'xtaladigan bo'lsak, Markaziy Osiyo davlatlarida yashil marketingni rivojlantirishda tabiiy-geografik omillar, ekologik muammolar va aholining ijtimoiy xulq-atvori muhim rol o'ynaydi. Masalan, suv resurslari tanqisligi, cho'llanish jarayonlari va havo ifloslanishi kabi ekologik muammolar iste'molchilarni ekologik toza mahsulotlar va xizmatlarga ko'proq talabchan bo'lishga undamoqda [3]. Shu bilan birga, mintaqada yashil marketingning muvaffaqiyati aholining ekologik madaniyat darajasini oshirish bilan chambarchas bog'liq.

Yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishda korxonalar bir necha yo'nalishlarga e'tibor qaratishi lozim:

- Mahsulot strategiyasi – ekologik toza, qayta ishlanadigan yoki energiya tejamkor mahsulotlar ishlab chiqarish;
- Narx siyosati – yashil mahsulotlarni iste'molchilarga qulay narxlarda taklif qilish, shu bilan birga, ekologik innovatsiyalar xarajatlarini qoplash;
- Reklama va kommunikatsiya – jamiyatda ekologik ongni shakllantirish, yashil brendlarni targ'ib qilish;
- Distributsiya – logistika tizimida chiqindilarni kamaytirish va transportda energiya samaradorligini oshirish.

Xalqaro tajribaga nazar tashlasak, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida yashil marketing strategiyalari davlat siyosati bilan uyg'unlashtirilgan holda amalga oshirilmoqda. Masalan, Germaniyada qayta ishlash sanoati juda rivojlangan bo'lib, aholining 60 foizdan ortig'i maishiy chiqindilarni alohida yig'ishga amal qiladi. Bu jarayon marketingda "yashil brend" imijini kuchaytiradi. Shuningdek, AQShda ham yirik kompaniyalar – Apple, Tesla, Google o'z brend strategiyalarida ekologik barqarorlikni asosiy tamoyil sifatida belgilagan.

O'zbekistonda ham so'nggi yillarda ekologik mahsulotlarga talab ortib bormoqda. Xususan, organik qishloq xo'jaligi mahsulotlari, kimyoviy o'g'it va pestitsidlarsiz yetishtirilgan meva-sabzavotlarga ichki bozor bilan birga eksport bozorida ham ehtiyoj katta. Shu bois, yashil marketing nafaqat ekologik xavfsizlikni ta'minlash, balki eksport salohiyatini kengaytirish uchun ham muhim yo'nalish hisoblanadi.

Shuningdek, mintaqaviy integratsiya jarayonlarida qo'shni davlatlar bilan ekologik standartlarni uyg'unlashtirish ham yashil marketingni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Chunki ekologik muammolar chegaralarni tan olmaydi va ularni hal etishda umumiy yondashuv talab qilinadi. Markaziy Osiyo davlatlari o'zaro hamkorlikda ekologik toza texnologiyalarni joriy etish, "yashil" investitsiyalarni jalb qilish va xalqaro tajribalarni o'rganishga katta e'tibor qaratmoqda.

Xulosa qilib aytganda, yashil marketingni rivojlantirishning milliy va mintaqaviy xususiyatlari bir-birini to'ldiruvchi jarayonlar bo'lib, ular barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash, ekologik xavfsizlikni mustahkamlash va iste'molchilarning ijtimoiy ongini yuksaltirishga xizmat qiladi. Ushbu jarayonda davlat siyosati, biznes subyektlari va fuqarolik jamiyati institutlarining hamkorligi alohida ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, yosh avlodda ekologik madaniyatni oshirish va ta'lim tizimida barqaror rivojlanish g'oyalarini keng targ'ib etish yashil marketingning kelajakdagi muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management. – Pearson, 2023.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Yashil iqtisodiyot" konsepsiyasini amalga oshirish bo'yicha qarori. – Toshkent, 2019.
3. UNDP Central Asia. Green Economy and Sustainable Development Reports. – 2023.
4. Peattie K. Green Marketing. – London: Pitman Publishing, 1995.
5. OECD. Green Growth Indicators 2022. – Paris: OECD Publishing, 2022.