

## YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA MARKETING VA INNOVATSIYA: MUHIM KONSEPSIYALAR

**Ikramov Murat Akramovich**

Professor, TDIU

**Fayzullayev Shuhrat Sherali o'g'li**

Tayanch doktorant, TDIU

### Annotatsiya

Tezisdagi yashil iqtisodiyot sharoitida marketing va innovatsiyaning o'zaro bog'liqligi tahlil qilingan. Yashil marketing, eko-innovatsiya, raqamli yashil marketing, yashil biznes modellar va iste'molchi ishtiroki konsepsiyalari korxonalarning barqaror rivojlanish strategiyasiga integratsiyalanayotgani ko'rsatib beriladi. Muallif innovatsion yondashuvlarning iqtisodiy o'sish bilan birga ekologik barqarorlikni ta'minlashdagi rolini asoslaydi. Xulosa sifatida, yashil marketing strategiyalarining raqamli texnologiyalar va ekologik qadriyatlar bilan uyg'unlashuvi zamonaviy iqtisodiyot uchun muhim omil sifatida ta'kidlanadi.

**Kalit so'zlar:** yashil iqtisodiyot, yashil marketing, eko-innovatsiya, raqamli marketing, barqaror rivojlanish, ekologik strategiya.

### Аннотация

В тезисе анализируется взаимосвязь маркетинга и инноваций в условиях зеленой экономики. Показано, что концепции зеленого маркетинга, эко-инноваций, цифрового зеленого маркетинга, зеленых бизнес-моделей и участия потребителей интегрируются в стратегии устойчивого развития предприятий. Автор обосновывает роль инновационных подходов в обеспечении экономического роста и экологической устойчивости. В заключение подчеркивается, что синергия цифровых технологий и экологических ценностей становится ключевым фактором современной экономики.

**Ключевые слова:** зеленая экономика, зеленый маркетинг, эко-инновации, цифровой маркетинг, устойчивое развитие, экологическая стратегия.

### Abstract

The thesis analyzes the interrelation between marketing and innovation within the context of the green economy. It highlights that concepts such as green marketing, eco-innovation, digital green marketing, green business models, and consumer participation are increasingly integrated into corporate sustainability strategies. The author substantiates the role of innovative approaches in ensuring both economic growth and environmental stability. The conclusion emphasizes that the synergy of digital technologies and ecological values serves as a crucial factor in the modern economy.

**Keywords:** green economy, green marketing, eco-innovation, digital marketing, sustainable development, environmental strategy.

Mamlakatda tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotning bazaviy tarmoqlarini modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash hamda hududlarni bir maromda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar

amalga oshirilmoqda. 2019-yilning 8-9-iyul kunlari Toshkent shahrida “Yashil” iqtisodiyot bo'yicha normativ-huquqiy bazani va siyosatni takomillashtirish, davlat va xususiy sektor o'rtasidagi sheriklik munosabatlari orqali innovatsion “yashil” investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash”ga qaratilgan Yevropa va MDH davlatlarining “yashil” iqtisodiyot bo'yicha mintaqaviy vazirliklar konferensiyasi o'tkazildi[1].

Iqtisodiyot energiya samaradorligining past darajasi, tabiiy resurslardan nooqilona foydalanish, texnologiyalar yangilanishining sustligi, “yashil iqtisodiyot”ni rivojlantirish uchun innovatsion yechimlarni joriy etishda kichik biznes ishtirokining yetarli emasligi mamlakatni barqaror rivojlantirish sohasidagi ustuvor milliy maqsadlar va vazifalarga erishishga to'sqinlik qilmoqda.

Shu nuqtai-nazaridan, 2022-yil 2-dekabrda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-436-sonli “2030-yilgacha O'zbekiston Respublikasining “yashil” iqtisodiyotga o'tishiga qaratilgan islohotlar samaradorligini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida”gi Qarori qabul qilindi va unda quyidagi ustuvor vazifalar belgilandi:

- 1) issiqxona gazlarining yalpi ichki mahsulot birligiga nisbatan solishtirma ajratmalarini 2010-yildagi darajadan 35 foizga qisqartirish;
- 2) sanoat sohasida energiya samaradorligini kamida 20 foizga oshirish;
- 3) iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida suvdan foydalanish samaradorligini sezilarli darajada oshirish, 1 million gektargacha maydonda suv tejovchi sug'orish texnologiyasini joriy etish va boshqalar[2].

*Yashil iqtisodiyot* – iqtisodiy o'sish bilan birga atrof-muhitga zarar yetkazmaslik, tabiiy resurslarni tejamkor va qayta ishlash prinsiplariga asoslangan iqtisodiy model hisoblanadi. Innovatsiya (yashil innovatsiya) ushbu modelni amaliyotga aylantirishda muhim rol o'ynaydi, ya'ni, yangi texnologiyalar, biznes modellar, ekologik mahsulotlar shular jumlasidandir. Marketing sohasi esa, yangi iqtisodiy sharoitda “yashil marketing” — mahsulot va xizmatlarni ekologik jihatdan barqaror uslubda reklama qilish, iste'molchilarning ekologik faolligini rag'batlantirish orqali muvaffaqiyatga ega bo'ladi [3] [4] [5].

Yashil iqtisodiyot holatida marketingda qo'llaniladigan innovatsion konsepsiyalar muhim hisoblanadi. Ularning marketingga ta'siri qanday bo'lishini quyida ko'rish mumkin (1-jadval):

**1-jadval**

**Yashil iqtisodiyot sharoitida marketingda qo'llaniladigan innovatsion konsepsiyalar<sup>1</sup>**

| № | Konsepsiyalar                             | Mazmuni / tavsifi                                                                                            | Marketingga ta'siri / misollar                                                                                                    |
|---|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <b>Yashil marketing (Green Marketing)</b> | Tovarlarning ekologik jihatdan afzalliklarini reklama qilish, iste'molchilarga “ekologik” imij berish        | Korxonalar mahsulotlarining ekologik sertifikatlarini ko'rsatishi, karbon izini reklamasi, “ekologik” brend identifikatsiyasi [5] |
| 2 | <b>Eko-innovatsiya (Green innovation)</b> | Yangi mahsulot yoki jarayonlarni yaratish orqali chiqindilarni kamaytirish, energiya tejamkorligini oshirish | Qayta ishlangan materiallardan mahsulot ishlab chiqarish, energiyani tejovchi ishlab chiqarish usullari [6]                       |

<sup>1</sup> Internet ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

|   |                                                                                              |                                                                                                              |                                                                                                                                            |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | <b>Yashil biznes modeli (Green business models)</b>                                          | An'anaviy savdo-ishlab chiqarish modelini yashil prinsiplar asosida yangilash                                | Mahsulot-xizmat (product-as-service), qayta foydalanish, ijaraga berish (leasing), yopiq aylana iqtisodiy (circular economy) modellari [7] |
| 4 | <b>Raqamli yashil marketing (Digital green marketing)</b>                                    | IoT, sun'iy intellekt, blokcheyn va boshqa raqamli texnologiyalarni qo'llash, ekologik reklama va monitoring | Iste'molchilarning mahsulotlar karbon izini ko'ra olishi, blokcheynda mahsulot izlanuvchanligi [8]                                         |
| 5 | <b>Shaffoflik va xolis axborot kommunikatsiyasi (Transparency information communication)</b> | To'g'ri va aniq ekologik da'volar, yashil marketingda "greenwashing"dan saqlanish                            | Mahsulotda ishlatilgan materiallar, ishlab chiqarish jarayonlari va chiqindilar haqida ochiq ma'lumot berish [5]                           |
| 6 | <b>Iste'molchi ishtiroki (Consumer participation)</b>                                        | Iste'molchilarni mahsulot yaratish, qayta ishlash jarayoniga jalb qilish                                     | Mahsulot dizaynida iste'molchilarning fikrlari, qayta ishlash bo'yicha takliflari, almashuv platformalari [7]                              |

Yashil iqtisodiyot holatidagi ma'lum bir qiyinchiliklar va xavf-xatarlar sifatida biz quyidagilarni tavsiflab o'tamiz:

- greenwashing (ekologik yolg'on da'volar) — mahsulotning ekologik jihatlari ortiqcha reklama qilinishi, haqiqatga mos kelmasligi;
- infratuzilma va texnologik cheklovlar — kichik kompaniyalar uchun ekologik innovatsiyalar qimmat bo'lishi mumkin;
- iste'molchilarning ekologik ong darajasi — barcha iste'molchilar ekologik jihatlarga katta e'tibor bermasligi mumkin;
- nazorat va sertifikatlash muammolari — ekologik sertifikatlar mazmuni va ishonchliligi murakkab bo'lishi mumkin;
- narx va raqobat — ekologik mahsulotlar odatiy mahsulotlarga nisbatan biroz yuqori narxda bo'lishi mumkin va raqobatchilar "arzon va tez" mahsulotlar bilan kurashishi kerak bo'ladi.

Yuqoridagi muammolarga yechim sifatida qarash mumkin bo'lgan yashil marketing strategiyalari ayni paytda muhim omil bo'lib xizmat qiladi. Innovatsion yashil marketing strategiyalari quyidagi yo'nalishlarni qamrab oladi:

1. Ekologik mahsulot dizayni. Mahsulotni ishlab chiqarish bosqichida ekologik jihatlarni hisobga oladi: qayta ishlanadigan materiallar, toksik bo'lmagan komponentlar va boshqalar. [7]

2. Yashil taqsimot va logistika. Mahsulot yetkazib berishda energiyani tejaydigan transport, lokal distributsiya. [9]

3. Ekologik brend kommunikatsiyasi. Marketing kommunikatsiyasida "yashil" xabarlar, karbon etiketi, "uglerod neytral" kompaniyalar. [5]

4. Yashil narxlash strategiyasi. Ba'zan ekologik mahsulotlar biroz yuqori narxda bo'lishi mumkin, iste'molchilarga bu premium qiymatni tushuntirish kerak bo'ladi. [10]

5. Mahsulot xizmat-asosli marketing (Product-as-a-Service). Mahsulotni sotishdan ko'ra, foydalanishni taklif qilish (ijtimoiy ijara, abonentlik) — masalan, energiya tejovchi qurilmalarni ijaraga berish. [7]

6. Aylana iqtisodiyot (circular economy). Mahsulotni qayta ishlash, qayta ishlab chiqarish (remanufacturing), chiqindini resurs sifatida ishlatish. [9]

7. Iste'molchilarni xabardor qilish va ma'lumot berish. Marketing kampaniyalari orqali ekologik ongni oshirish, mahsulotni qanday utilizatsiya qilish kerakligini ko'rsatish. [11]

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, yashil iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatini innovatsion asosda tashkil etish iqtisodiy o'sish bilan bir qatorda ekologik barqarorlikni ta'minlashning muhim vositasiga aylanmoqda. Yashil iqtisodiyotda marketingning asosiy innovatsion konsepsiyalari — yashil marketing, eko-innovatsiya, raqamli yashil marketing, yashil biznes modellari va iste'molchi ishtirokiga asoslangan yondashuvlar — korxonalarning barqaror rivojlanish strategiyasiga integratsiyalashmoqda. Ushbu konsepsiyalar nafaqat ekologik mas'uliyatni oshiradi, balki iste'molchilarda ekologik ong va brendga sodiqlikni kuchaytiradi. Shu bois, innovatsion yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishda ekologik mahsulot dizayni, yashil logistika, narxlash siyosati va raqamli texnologiyalarni uyg'un qo'llash zarur.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “2019 — 2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining “yashil” iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi Qarori. PQ-4477-son. 04.10.2019 y. <https://lex.uz/docs/-4539502>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “2030-yilgacha O'zbekiston Respublikasining “yashil” iqtisodiyotga o'tishiga qaratilgan islohotlar samaradorligini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida”gi Qarori. PQ-436-son 02.12.2022 y. <https://lex.uz/uz/docs/-6303230#-6305730>

3. <https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/green-economy--meaning-and-principles>

4. A.Kwilinski, Z.D.Pikiewicz, K.S.Woszczyna, O.Lyulyov, T.Pimonenko. The role of innovation in the transition to a green economy: A path to sustainable growth. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. Volume 11, Issue 2, June 2025, 100530.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853125000654>

6. Lal, S., Sharma, B., Nirwan, N., Tandon, S., Mehra, M. & Gaur, S. (2025). Green Marketing: Strategies to Influence Eco-Conscious Consumer Behavior – Trends, Challenges, and Innovations in Promoting Sustainable Products and Services. Advances in Consumer Research, 2(4), 1261-1272. <https://acr-journal.com/article/green-marketing-strategies-to-influence-eco-conscious-consumer-behavior-trends-challenges-and-innovations-in-promoting-sustainable-products-and-services-1238/>

7. L.Huang, Y.A.Solangi, C.Magazzino, Sh.A.Solangi. Evaluating the efficiency of green innovation and marketing strategies for long-term sustainability in the context of Environmental labeling. Journal of Cleaner Production. Volume 450, 15 April 2024, 141870.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652624013180>

8. <https://habitatpoint.com/blog/10-green-business-models-innovative-ways-to-go-green/>
9. Kumar, S., Sharma, C., Mishra, M.K. et al. Smart, sustainable, and green: the digital transformation of green-marketing. *Discov Sustain* 6, 388 (2025). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01242-5>
10. <https://dmexco.com/stories/transitioning-to-a-circular-economy-with-green-marketing-strategies/>
11. [https://it.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_verde](https://it.wikipedia.org/wiki/Marketing_verde)
12. <https://www.bluegreenalliance.org/wp-content/uploads/2016/07/Current-Structures-Strategies-and-Examples-for-Green-Economic-Development-vFinal.pdf>