

YASHIL MARKETING KONSEPSIYALARINI SERVIS SOHASIGA JORIY ETISH

Kutbitdinova Mohigul Inoyatovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
i.f.n., dotsent, "Marketing" kafedrası

Fayzullayeva Zamira

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
"Marketing" kafedrası magistranti

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda xizmatlar sohasida barqaror rivojlanish tamoyillari va yashil marketing konsepsiyalarini joriy etish zaruriyati tahlil qilingan. Dolzarb muammolar, qonunchilikdagi yangiliklar va Prezident qarorlari asosida servis korxonalarida ekologik mas'uliyatni oshirish, yashil xizmatlarni targ'ib qilish hamda marketing strategiyalarini modernizatsiya qilish masalalari yoritilgan. Shuningdek, sohada yashil marketingni tatbiq etish bo'yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Barqaror rivojlanish, yashil marketing, servis sohasi, ekologik audit, strategik baholash, yashil iqtisodiyot.

Аннотация

В статье рассматривается необходимость внедрения принципов устойчивого развития и концепций зелёного маркетинга в сферу услуг Узбекистана. Анализируются актуальные проблемы, изменения в законодательстве и постановления Президента, касающиеся повышения экологической ответственности предприятий. Особое внимание уделено продвижению зелёных услуг и модернизации маркетинговых стратегий. Представлены практические предложения по развитию зелёного маркетинга в сфере сервиса.

Ключевые слова: устойчивое развитие, зелёный маркетинг, сфера услуг, экологический аудит, стратегическая оценка, зелёная экономика.

Abstract

This article examines the necessity of implementing sustainable development principles and green marketing concepts in Uzbekistan's service sector. It analyzes key challenges, legal updates, and Presidential decrees aimed at increasing ecological responsibility in service enterprises. Special focus is placed on promoting green services and modernizing marketing strategies. Practical recommendations for advancing green marketing practices in the service industry are also presented.

Keywords: sustainable development, green marketing, service sector, ecological audit, strategic evaluation, green economy.

Hozirgi globallashuv sharoitida barqaror rivojlanish konsepsiyasi iqtisodiyotning barcha sohalari uchun muhim yo'nalish sifatida e'tirof etilmoqda. Xizmatlar sohasi O'zbekistonda yalpi ichki mahsulotda yildan-yilga katta ulush egallab borayotgan tarmoq sifatida nafaqat iqtisodiy, balki ekologik barqarorlikni ta'minlashda ham muhim ahamiyatga ega.

Prezident Sh.M. Mirziyoyev tomonidan qabul qilingan “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi”da yashil iqtisodiyot, ekologik xavfsizlik va barqaror rivojlanish tamoyillari milliy taraqqiyotning asosiy vazifalaridan biri sifatida belgilangan [1].¹ Shu bilan birga, “Yashil iqtisodiyot strategiyasi – 2030” va 2023-yilda tasdiqlangan “Atrof-muhitni muhofaza qilish va ekologik xavfsizlik konsepsiyasi” ham servis sohasini modernizatsiya qilish uchun muhim huquqiy asos yaratmoqda [2].

O‘zbekistonda xizmatlar sohasi barqaror rivojlanish tamoyillarini joriy etishda bir qator muammolarga duch kelmoqda. Birinchidan, ko‘plab servis korxonalarida ekologik mas‘uliyat yetarli darajada shakllanmagan. Masalan, chiqindilarni qayta ishlash, energiya samarador texnologiyalardan foydalanish, qayta ishlanadigan materiallarga o‘tish kabi amaliyotlar keng tarqalmagan. Ikkinchidan, reklama va brending jarayonida xizmatlarning ekologik afzalliklari yetarlicha yoritilmaydi, bu esa mijozlar ongida yashil qadriyatlarning shakllanishiga to‘sqinlik qiladi.

So‘nggi yillarda qabul qilingan qonun va qarorlar ushbu muammolarni hal etishga qaratilgan. Jumladan, O‘RQ -678 2021-yil 15 martdagi qabul qilingan “Ekologik audit to‘g‘risida”gi Qonun korxonalarning atrof-muhitga ta‘sirini muntazam monitoring qilish imkonini yaratdi [3].² 2025-yil 24 fevraldan kuchga kiradigan “Ekologik ekspertiza, atrof-muhitga ta‘sirni baholash va strategik ekologik baholash to‘g‘risida”gi Qonun loyihalarni amalga oshirishdan oldin ekologik baholashni majburiy etadi [4].³ Shuningdek, “Strategik ekologik baholash to‘g‘risida”gi Qonun hududiy va sohaviy dasturlarni uzoq muddatli ekologik oqibatlari bo‘yicha baholashni talab qiladi [5]. Prezidentning 2024-yil 21-fevraldagi “O‘zbekiston -2030” strategiyasini “Yoshlar va biznesni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida”gi PF-37-son qarorida esa yashil iste‘mol madaniyatini shakllantirish va yoshlarni yashil iqtisodiyotga keng jalb etish vazifasi belgilab berilgan [6].⁴

Yashil marketing konsepsiyasini samarali joriy etish uchun amaliy choralar ham zarur. Avvalo, servis korxonalari uchun ekologik mezonlarga asoslangan sertifikatlash tizimini yaratish lozim. Bu orqali xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar o‘z brendini raqobatchilardan ajratib ko‘rsatishi mumkin bo‘ladi. Ikkinchi yo‘nalish – moliyaviy rag‘batlar. Yashil tashabbuslarni amalga oshirgan korxonalar soliq imtiyozlari, subsidiyalar va maxsus “yashil kreditlar” orqali qo‘llab-quvvatlanishi kerak. Uchinchidan, qonunchilikni takomillashtirish muhim. Xususan, “Reklama to‘g‘risida”gi qonunga yashil marketing elementlarini integratsiya qilish orqali

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022- 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-sonli Farmoni, <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

² O‘zbekiston Respublikasi 2021-yil 15-mart. “Ekologik audit to‘g‘risid”gi. Qonuni Toshkent. <https://lex.uz/docs/-5331133>.

³ O‘zbekiston Respublikasining 2025-yil 24-fevraldagi O‘RQ-1036-son Qonuni <https://lex.uz/docs/-7397280?ONDATE=25.08.2025%2000#-7406957>.

⁴ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil fevraldagi “O‘zbekiston -2030” strategiyasini “Yoshlar va biznesni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida”gi PF-37-sonli Farmoni. <https://lex.uz/docs/-6811936>

ekologik brendlarni himoya qilish mumkin [7].¹ Shuningdek, raqamli texnologiyalar (CRM tizimlari, onlayn marketing platformalari, chat-botlar) orqali yashil xizmatlarni keng targ'ib qilish katta samara beradi.

Barqaror rivojlanishning muhim tarkibiy qismi – inson kapitali. Shu bois, servis sohasi mutaxassislarini yashil marketing tamoyillari bo'yicha maxsus kurslar va treninglarda o'qitish, aholining ekologik ongini oshirish uchun keng ko'lamli axborot kampaniyalarini tashkil etish zarur.

Global tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, xizmatlar sohasida yashil marketing nafaqat ekologik mas'uliyat belgisi, balki raqobat ustunligi sifatida ham qaralmoqda. Yevropa Ittifoqining "Green Deal" dasturi, AQSh va Yaponiyada "eco-friendly" sertifikatini bo'lgan xizmatlarning bozordagi ulushi yildan-yilga oshib borayotgani buning yaqqol isbotidir [1]. Shu bilan birga, ayrim servis korxonalari amaliy tajriba asosida ushbu konsepsiyalarni joriy etishda ilk qadamlarni tashlamoqda. Masalan, Xorazm viloyatida faoliyat yuritayotgan "Xorazm Tour" MCHJ turistik xizmatlarda ekologik yondashuvni rivojlantirib, "eko-turizm" paketlarini ishlab chiqdi va xorijiy mijozlar uchun raqamli reklama materiallarini yo'lga qo'ydi. Natijada kompaniya brend imidjini mustahkamlash va mijozlar oqimini oshirishga erishdi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, Servis korxonalarida barqaror rivojlanish va yashil marketing konsepsiyalarini joriy etish nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilish, balki mijozlar ishonchini mustahkamlash, xizmatlar sifatini oshirish va korxonalarning xalqaro bozorda raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi. Yangi qonunchilik hujjatlari ushbu jarayon uchun zarur huquqiy asosni yaratmoqda, biroq ularni amalda qo'llashni tezlashtirish uchun sertifikatlash tizimi, moliyaviy rag'batlar va keng qamrovli ta'lim dasturlari joriy etilishi lozim. Shu tariqa, yashil marketing O'zbekiston servis sohasining barqaror rivojlanishida strategik vosita sifatida namoyon bo'lmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni, <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil fevraldagi "O'zbekiston - 2030" strategiyasini "Yoshlar va biznesni qo'llab-quvvatlash yili"da amalga oshirishga oid davlat dasturi to'g'risida"gi PF-37-sonli Farmoni. <https://lex.uz/docs/-6811936>.

3. O'zbekiston Respublikasining, 2022-yil 07-iyundagi O'RQ-776-sonli "Reklama to'g'risida"gi Qonuni <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>

4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi. (2023). *Atrof-muhitni muhofaza qilish va ekologik xavfsizlik konsepsiyasi*. Toshkent.

5. O'zbekiston Respublikasi 2021-yil 15-mart. "Ekologik audit to'g'risida"gi Qonuni Toshkent. <https://lex.uz/docs/-5331133>

¹ O'zbekiston Respublikasining, 2022-yil 07-iyundagi O'RQ-776-sonli "Reklama to'g'risida"gi Qonuni <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>

6. O'zbekiston Respublikasining 2025-yil 24-fevraldagi O'RQ-1036-son Qonuni
<https://lex.uz/docs/-7397280?ONDATE=25.08.2025%2000#-7406957>
7. Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
8. Peattie, K. (1995). *Environmental Marketing Management: Meeting the Green Challenge*. Pitman Publishing.