

РОЛЬ ЗЕЛЁНОГО МАРКЕТИНГА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ

З.Дж. Адилова

доктор экономических наук, профессор, ТГЭУ

М.С. Акромова

E-mail: muxlisa92.01@gmail.com

Аннотация

В тезисе рассматривается значение зелёного маркетинга в формировании устойчивой туристической инфраструктуры Узбекистана. Анализируются ключевые направления внедрения экологических принципов в туристический бизнес, включая развитие экотуризма, энергоэффективные технологии и экологическое просвещение. Показано, что зелёный маркетинг способствует рациональному использованию природных ресурсов, повышению инвестиционной привлекательности и укреплению международного имиджа страны как экологически ответственного туристического направления.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, устойчивый туризм, экологическая инфраструктура, экотуризм, Узбекистан.

Annotatsiya

Mazkur tezisd a O'zbekiston turizm infratuzilmasini barqaror rivojlantirishda yashil marketingning o'рни yoritilgan. Turizm sohasida ekologik tamoyillarni joriy etish yo'nalishlari — ekoturizm, energiya tejovchi texnologiyalar va ekologik madaniyatni oshirish masalalari tahlil qilingan. Yashil marketing tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, investitsion jozibadorlikni oshirish hamda mamlakatning xalqaro ekologik imidjini mustahkamlashga xizmat qilishi ko'rsatilgan.

Kalit so'zlar: yashil marketing, barqaror turizm, ekologik infratuzilma, ekoturizm, O'zbekiston.

Abstract

This thesis analyzes the role of green marketing in developing a sustainable tourism infrastructure in Uzbekistan. It explores key directions for implementing environmental principles in tourism, including ecotourism, energy-efficient technologies, and ecological awareness. The study shows that green marketing supports the rational use of natural resources, enhances investment attractiveness, and strengthens Uzbekistan's international image as an environmentally responsible tourism destination.

Keywords: green marketing, sustainable tourism, ecological infrastructure, ecotourism, Uzbekistan.

Современное развитие туризма требует новых подходов к управлению, где особое место занимает зелёный маркетинг. Он направлен на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду и формирование экологической культуры среди туристов. В условиях глобальных климатических изменений и роста туристических потоков в Узбекистане, использование принципов зелёного маркетинга становится необходимым инструментом для обеспечения устойчивого развития туристической инфраструктуры [1].

Зелёный маркетинг представляет собой современную концепцию управления, ориентированную на интеграцию экологических принципов во все этапы производственного и потребительского цикла туристических услуг — от планирования и проектирования объектов до их эксплуатации и продвижения на рынке. Его ключевая идея заключается в том, что развитие туризма должно происходить не за счёт природы, а во взаимодействии с ней. Это предполагает создание таких продуктов и услуг, которые минимизируют негативное воздействие на окружающую среду, при этом обеспечивая высокий уровень комфорта для туристов и экономическую выгоду для предприятий отрасли [2].

Главная цель зелёного маркетинга — достижение баланса между экономическими интересами и экологическими приоритетами. Речь идёт не только о получении прибыли, но и о формировании у потребителей культуры ответственного поведения, рационального использования ресурсов и уважительного отношения к природе. Таким образом, зелёный маркетинг становится инструментом экологического просвещения и способствует росту социальной ответственности бизнеса.

В контексте туристической инфраструктуры Узбекистана принципы зелёного маркетинга находят отражение в нескольких ключевых направлениях. Во-первых, активно развивается экотуризм, ориентированный на посещение природных территорий с сохранением их экологической целостности и поддержкой местного населения. Во-вторых, ведётся строительство энергоэффективных гостиниц и туристических комплексов, оснащённых системами солнечных панелей, теплоизоляции и водосбережения. В-третьих, всё больше внимания уделяется созданию экологически чистых туристических зон, где используется «умное» освещение, альтернативная энергетика и экологичные строительные материалы.

Кроме того, зелёный маркетинг проявляется и в продвижении туристических брендов Узбекистана как экологически ответственных направлений. Так, в рамках национальных программ формируется имидж страны как центра устойчивого туризма в Центральной Азии. Туристические дестинации, такие как Самарканд, Бухара, Хива и Термез, внедряют практики ландшафтного дизайна, рекультивации зелёных зон и развития общественного транспорта с низким уровнем выбросов.

Таким образом, зелёный маркетинг становится неотъемлемым элементом государственной стратегии устойчивого туризма, обеспечивая синергию между экономическим развитием, охраной окружающей среды и формированием позитивного международного имиджа Узбекистана как «зелёного» туристического направления [6]. В частности, в таких городах, как Самарканд и Бухара, реализуются проекты по внедрению зелёных технологий в гостиничном бизнесе. В гостиницах всё чаще используются энергосберегающие лампы, системы переработки воды и отходов, а также местные экологически чистые материалы [3]. Кроме того, развитие национальных парков и природных заповедников способствует популяризации экотуризма и формированию положительного имиджа страны [4].

Важным направлением является продвижение экологически ответственного поведения туристов. Зелёный маркетинг в этом контексте выполняет

просветительскую функцию — информируя путешественников о важности сохранения природы, снижении углеродного следа и поддержке местных сообществ [5].

Республики Узбекистан в сфере туризма основывается на стратегическом подходе к внедрению принципов «зелёной экономики» и устойчивого развития. Одним из ключевых направлений является формирование экологически безопасной туристической инфраструктуры, обеспечивающей баланс между экономическим ростом, рациональным использованием природных ресурсов и охраной окружающей среды.

В рамках реализуемых государственных программ особое внимание уделяется развитию энергоэффективных объектов размещения, внедрению современных технологий переработки отходов, использованию возобновляемых источников энергии и популяризации экологического туризма. Кроме того, поддерживается создание «зелёных зон» и ландшафтных парков в туристических центрах, что способствует улучшению качества городской среды и привлечению экологически ответственных туристов.

Долгосрочные стратегические документы — «Стратегию перехода к зелёной экономике», «Концепцию развития туризма на 2022–2026 годы» и «Программу устойчивого развития туризма до 2030 года». Эти инициативы направлены на повышение конкурентоспособности туристической отрасли Узбекистана на международной арене, формирование положительного экологического имиджа страны и создание условий для гармоничного взаимодействия человека и природы [6].

Таким образом, зелёный маркетинг играет стратегически важную роль в формировании современной туристической инфраструктуры Узбекистана, выступая связующим звеном между экономическим ростом, экологической ответственностью и социальным развитием. Его значение выходит далеко за рамки традиционных инструментов продвижения — он становится философией устойчивого управления, направленной на гармонизацию интересов государства, бизнеса и общества.

Во-первых, зелёный маркетинг способствует рациональному использованию природных ресурсов за счёт внедрения энергоэффективных технологий, сокращения выбросов углерода, повторного использования воды и отходов, а также широкого применения возобновляемых источников энергии. Такие подходы особенно актуальны для туристических регионов, где нагрузка на экосистемы возрастает из-за увеличения потока посетителей. Благодаря этому создаются предпосылки для долгосрочного сохранения природного и культурного наследия страны.

Во-вторых, зелёный маркетинг способствует повышению инвестиционной привлекательности и международного имиджа Узбекистана как экологически ответственного туристического направления. Использование «зелёных» брендов и внедрение международных стандартов устойчивого туризма (ISO 14001, Global Sustainable Tourism Criteria и др.) усиливает доверие зарубежных партнёров и туристов, что способствует росту экспорта туристических услуг и укреплению позиций страны на глобальном рынке [2].

В-третьих, зелёный маркетинг оказывает социально-позитивное воздействие, формируя у населения экологическую культуру и сознание. Повышение экологической грамотности способствует тому, что как туристы, так и представители бизнеса осознанно участвуют в сохранении окружающей среды. Внедрение «зелёных» принципов в туризме также стимулирует развитие малого и среднего бизнеса в сфере экологических услуг, ремёсел и органического сельского хозяйства, создавая новые рабочие места в регионах [3].

Кроме того, зелёный маркетинг становится важным фактором инновационного развития отрасли. Развитие цифровых платформ для экологического мониторинга, систем «умных» гостиниц (smart hotels) и транспортных решений с нулевыми выбросами — всё это формирует новую модель туризма, основанную на принципах «умного» и ответственного потребления.

В долгосрочной перспективе внедрение зелёных технологий, устойчивых практик управления и повышение уровня экологической осведомлённости становится ключевым элементом конкурентоспособности национального туризма. Оно обеспечивает не только рост прибыли, но и укрепление международного авторитета Узбекистана как страны, следящей за экологическим равновесием и ориентированной на будущее.

Таким образом, зелёный маркетинг выступает не просто инструментом продвижения туристических услуг, а комплексной концепцией устойчивого развития, обеспечивающей экономическую эффективность, социальную справедливость и экологическую безопасность отрасли. [7].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гулямов С.С. Устойчивое развитие туризма в Центральной Азии. – Ташкент: Фан, 2022.
2. Полонский М.Дж. Green Marketing: Theory, Practice, and Challenges. – London: Routledge, 2020.
3. Хамидов Б.Б. Экологические инновации в гостиничном бизнесе Узбекистана. – Ташкент: Узбекистон, 2023.
4. UNWTO. Sustainable Tourism for Development Guidebook. – Madrid: UNWTO, 2021.
5. Peattie K. Green Marketing. – London: Pitman, 2020.
6. Постановление Президента РУз «О мерах по развитии экологического туризма» от 2021 г.
7. Akromova M.S. The Role of Green Economy in Tourism Development of Uzbekistan. – Journal of Tourism Studies, 2024.