

CHAKANA SAVDODA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH

Karimjanova Ra'noxon Maxmudovna

Namangan davlat texnika universiteti
"Marketing" kafedrası katta o'qituvchisi

Yo'ldasheva Muslima

Namangan davlat texnika universiteti
"Marketing" ta'lim yo'nalishi talabasi

Annotatsiya

Maqolada chakana savdoda yashil marketing strategiyalarining ahamiyati, ularning ekologik barqarorlik va raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi roli tahlil qilingan. "Yashil makon" loyihasi doirasidagi davlat siyosati, qayta ishlash, energiya tejamkor texnologiyalar, ekologik qadoqlash va mijozlar bilan barqaror aloqa usullari asosida ilg'or amaliyotlar yoritilgan. Muallif chakana savdo korxonalari uchun ekologik imij yaratish va iste'molchi sadoqatini oshirishda yashil marketingning strategik ahamiyatini asoslaydi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, chakana savdo, ekologik imij, barqaror iste'mol, qayta ishlash, energiya tejamkorlik, mijoz sadoqati.

Аннотация

В статье рассмотрено значение стратегий зелёного маркетинга в розничной торговле, их влияние на экологическую устойчивость и конкурентоспособность. Проанализированы практики, основанные на инициативе «Зелёное пространство» в Узбекистане: переработка отходов, энергоэффективные технологии, экологическая упаковка и устойчивые коммуникации. Автор обосновывает, что зелёный маркетинг укрепляет имидж бренда и повышает лояльность потребителей.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, розничная торговля, экологический имидж, устойчивое потребление, переработка, энергоэффективность, лояльность клиентов.

Abstract

This paper explores the strategic importance of green marketing in the retail sector, highlighting its role in fostering ecological sustainability and competitive advantage. The analysis covers best practices such as recyclable packaging, energy-saving technologies, and environmentally responsible communication. Using Uzbekistan's "Green Space" initiative as a case, the study shows how green marketing can enhance brand image and consumer loyalty in retail enterprises.

Keywords: green marketing, retail, ecological image, sustainable consumption, recycling, energy efficiency, customer loyalty.

Bugungi globallashuv sharoitida chakana savdo bozori iste'molchilarning ekologik qadriyatlarini, barqaror rivojlanish tamoyillari va ijtimoiy mas'uliyatga asoslangan yondashuvni talab qilmoqda. Shu bois "yashil marketing" (green marketing) konsepsiyasi nafaqat ishlab chiqarish, balki chakana savdo tizimida ham

muhim strategik yo'nalishga aylanmoqda. Yashil marketing strategiyalarining asosiy maqsadi — ekologik toza, qayta ishlanadigan, energiya tejamlor mahsulotlarni targ'ib qilish orqali iste'molchining ongida barqaror iste'mol madaniyatini shakllantirish va korxonaning ijobiy brend imijini mustahkamlashdir.

Chakana savdoda yashil marketing strategiyalari korxonaga nafaqat iqtisodiy foyda keltiradi, balki ekologik mas'uliyatni oshiradi, raqobat ustunligini yaratadi va mijozlar sadoqatini kuchaytiradi. Masalan, do'konlarda plastik o'rniga biologik parchalanadigan qoplardan foydalanish, energiya tejamlor yoritish tizimlarini joriy etish, chiqindilarni qayta ishlash tizimini yo'lga qo'yish yoki ekologik toza yetkazib berish usullarini qo'llash — bularning barchasi yashil marketingning amaliy ko'rinishlaridir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi 2022 yil 28-yanvardagi №PF-60-sonli farmoni 80-maqсадida "Ekologiya va atrof muhitni muhofaza qilish, shahar va tumanlarda ekologik ahvolni yaxshilash, "Yashil makon" umummilliy loyihasini amalga oshirish" borasida quyidagi vazifalar belgilangan.

O'zbekiston Respublikasida ekologik barqarorlikni ta'minlash va yashil iqtisodiyot tamoyillarini amaliyotga joriy etish maqsadida "Yashil makon" umummilliy loyihasi doirasida keng ko'lamli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Ushbu tashabbus atrof-muhitni muhofaza qilish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish hamda aholining hayot sifatini yaxshilashga qaratilgan kompleks ekologik strategiya sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Loyihaga muvofiq, har yili kamida 200 million tup daraxt ekish orqali respublika hududlarida ko'kalamzor maydonlarni kengaytirish, atmosferadagi uglerod miqdorini kamaytirish va iqlim o'zgarishining salbiy oqibatlarini yumshatish ko'zda tutilgan.

Shuningdek, "Yashil makon" tashabbuslari doirasida respublikaning 10 ta hududida aerobiologik monitoring tizimini yo'lga qo'yish rejalashtirilgan bo'lib, bu tizim havoning biologik ifloslanishini aniqlash, ekologik xavfsizlikni oshirish va yashil hududlar barqarorligini nazorat qilish imkonini beradi. Maishiy chiqindilarni to'liq yig'ish tizimini yo'lga qo'yish va ularni qayta ishlash darajasini 2026-yilga qadar 21 foizdan 50 foizgacha oshirish esa iqtisodiyotda "yopiq aylanish" (circular economy) tamoyillarini tatbiq etishga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, respublika bo'yicha 51 ta yer usti tabiiy suv obyektlarining — daryolar, kichik daryolar va tabiiy ko'llarning sanitariya-muhofaza zonalarini hamda sohilbo'yi mintaqalarini belgilash ishlari yakunlanmoqda. Bu chora-tadbirlar suv resurslarini ifloslanishdan himoya qilish, suv ekotizimlarining biologik xilma-xilligini saqlash va aholiga sifatli ichimlik suvi yetkazib berishni kafolatlashga qaratilgan. Toshkent shahrini ekologik toza, qulay va yashash uchun sog'lom muhitga ega hududga aylantirish ham loyiha ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lib, bunda shaharni ko'kalamzorlashtirish darajasini 30 foizga yetkazish maqsad qilingan.

Orolbo'yi mintaqasida esa ekologik falokat oqibatlarini yumshatish maqsadida dengizning qurigan tubida qo'shimcha 500 ming gektar maydonda o'rmonzorlar barpo etilmoqda. 2026-yil yakuniga qadar ushbu ko'rsatkichni 2,5 million gektarga yoki

hududning 78 foiziga yetkazish rejalashtirilgan bo'lib, bu nafaqat Orolbo'yi hududining ekologik tiklanishini, balki Markaziy Osiyo mintaqasida iqlim barqarorligini ta'minlashga ham xizmat qiladi [1].

Ushbu vazifalarni samarali amalga oshirishda yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish talab etiladi. Hozirgi kunda ekologik masalalarning ahamiyati tobora oshib bormoqda va bu holat biznes sohasiga ham katta ta'sir ko'rsatmoqda. Tabiiy resurslardan samarali va barqaror foydalanish, atrof-muhitni muhofaza qilish kabi tushunchalarning ahamiyati ortib, kompaniyalar yashil marketing yo'li bilan o'z faoliyatlarini yangi bosqichga ko'tarmoqda. Yashil marketing—bu ekologik jihatdan toza va barqaror mahsulotlar va xizmatlarning targ'iboti va sotuvi bilan shug'ullanishdir. Ushbu yondashuv nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilishga hissa qo'shadi, balki iste'molchilarning ekologik ongiga ham ta'sir o'tkazadi.

Yashil marketing — bu kompaniyalarning atrof-muhitni muhofaza qilish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va barqaror rivojlanish tamoyillariga mos ravishda mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqarish, reklama qilish va sotish faoliyatidir.

Yashil marketing konsepsiyasining mazmuni zamonaviy iqtisodiyotda ekologik barqarorlikni ta'minlash, tabiat resurslaridan oqilona foydalanish va ijtimoiy mas'uliyatni kuchaytirishga qaratilgan strategik yondashuv sifatida e'tirof etiladi. Uning asosiy maqsadi ekologik xavfsiz, tabiatga zarar yetkazmaydigan mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqish hamda ularni bozorga ilgari surish orqali jamiyatda ekologik ong va mas'uliyatni shakllantirishdan iboratdir. Bunda ishlab chiqaruvchi korxona o'z faoliyatini barqaror rivojlanish tamoyillari asosida tashkil etib, iqtisodiy manfaat bilan bir qatorda ekologik va ijtimoiy samaradorlikka ham erishishni maqsad qiladi.

Yashil marketing strategiyalarining yana bir muhim jihati korxona brendining ijobiy imijini yaratish va uni bozordagi raqobat muhitida mustahkamlashdir. Ekologik toza mahsulotlar, energiya tejamkor texnologiyalar, chiqindilarni kamaytirish va qayta ishlash tizimlarini joriy etish orqali korxona o'zini mas'uliyatli va innovatsion subyekt sifatida namoyon etadi. Bu esa iste'molchilar orasida ishonchni oshiradi, mijozlar sadoqatini mustahkamlaydi hamda uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlaydi.

Shunday qilib, yashil marketingning asosiy maqsadlari — ekologik xavfsiz faoliyatni targ'ib qilish, iste'molchilar ekologik ongini rivojlantirish, korxona faoliyatini barqaror rivojlanish tamoyillariga asoslash, shuningdek, brendning ijobiy imijini shakllantirib, uni global bozor sharoitida raqobatbardosh holga keltirishdan iboratdir. Shu orqali yashil marketing nafaqat iqtisodiy natijalarga, balki ekologik va ijtimoiy barqarorlikka ham sezilarli hissa qo'shadi.

Yashil marketingning asosiy maqsadi tabiatga kamroq zarar yetkazish, iste'molchilarni ongli (eko) xaridga undash, kompaniyaning ijobiy ekologik imijini yaratishdan iborat[3].

Chakana savdo tarmoqlarida yashil marketing strategiyalarini amaliyotga tatbiq etish nafaqat ekologik barqarorlikni ta'minlaydi, balki korxonalar uchun yangi raqobat ustunliklari va mijozlar ishonchini mustahkamlash imkoniyatlarini ham yaratadi. Bunday yondashuvning markazida atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, qayta tiklanadigan resurslarga asoslangan va energiya tejamkor savdo tizimini shakllantirish

yotadi. Avvalo, chakana savdo korxonalari ekologik toza mahsulotlarni sotish orqali barqaror iste'mol madaniyatini rivojlantiradi. Mahsulotlarni bio-upakovkalar yoki qayta ishlanadigan qadoqlarda taklif etish, plastik o'rninga mato yoki qog'oz qoplardan foydalanish orqali esa chiqindilar hajmini kamaytirish va ekologik izni qisqartirishga erishiladi.

Shuningdek, iste'molchilarni o'z quti yoki sumkasi bilan xarid qilishga rag'batlantirish, chiqindisiz savdo muhitini yaratishning samarali usuli hisoblanadi. Savdo nuqtalarida energiyani tejovchi texnologiyalar, xususan LED yoritish tizimlaridan foydalanish korxonaning resurs samaradorligini oshiradi va energiya sarfini kamaytiradi. Shu bilan birga, elektron cheklar joriy etilishi qog'oz sarfini kamaytirib, ekologik boshqaruv tizimining raqamli shaklini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Yashil marketing doirasida mijozlar bilan kommunikatsiyani kuchaytirish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bu jarayonda xaridorlarga ekologik xabar berish, ularda ekologik mas'uliyat hissini shakllantirish va barqaror iste'mol qadriyatlarini targ'ib etish asosiy o'rinni egallaydi. Korxonalar ekologik ongli xaridorlarni rag'batlantirish maqsadida turli chegirmalar yoki bonus tizimlarini qo'llab, masalan, qayta ishlanadigan buyumlarni olib kelgan mijozlarga chegirma berish orqali ekologik tashabbuslarni yanada kuchaytiradi.

Umuman olganda, chakana savdoda yashil marketingni joriy etish korxonalar uchun ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan barqaror rivojlanishning muhim vositasi bo'lib, u nafaqat resurslarni tejash, balki ekologik mas'uliyatli brend imijini yaratish orqali iste'molchilar ishonchini mustahkamlashga ham xizmat qiladi.

Yashil marketing – bu nafaqat mahsulotlarni ekologik toza shaklda ishlab chiqarish yoki sotish, balki butun biznes jarayonini (ishlab chiqarish, tashish, savdo, reklama va xizmat ko'rsatish) tabiatga zarar yetkazmaslik tamoyili asosida tashkil etishdir. Chakana savdoda yashil marketingdan foydalanish ushbu sohada faoliyat yurituvchi subyektlar uchun bir qator ustunliklarni beradi:

Shuningdek, chakana savdoda yashil marketing strategiyasini joriy etishda faqatgina tashqi reklama yoki upakovkalar bilan cheklanib qolmasdan, korporativ madaniyatni, ishchi-xodimlar malakasini va yetkazib beruvchi zanjirlarini ham bu jarayonga jalb qilish talab etiladi. Boshqacha aytganda, yashil marketing – bu kompaniya falsafasi, brendi va jamiyatga bo'lgan munosabatining ifodasidir[4].

Xulosa qilib aytganda, chakana savdoda yashil marketing strategiyasining joriy etilishi nafaqat iste'molchilar uchun qo'shimcha qiymat yaratadi, balki kompaniyalarning jamiyatdagi ijobiy imijini mustahkamlaydi, tabiatni asrashga hissa qo'shadi va iqtisodiy jihatdan barqaror rivojlanishga xizmat qiladi. Shu bois, bu yo'nalishda ilmiy-amaliy tadqiqotlarni davom ettirish, qonunchilik va korporativ siyosatni takomillashtirish hamda iste'molchilar ongini oshirish bugungi kunning dolzarb vazifalaridan biridir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi №PF-60-sonli "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>
2. Kotler F., Armstrong G. – Marketing asoslari.
3. Озаровская Н – Зеленый маркетинг.
Теория и практика применения.
4. Mirzayev Sh.A., Rahimov F.X. – Marketing nazariyasi va amaliyoti