

KORXONALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARINI AHAMIYATI

Maxmudov Tohirjon Olimjonovich

Namangan davlat texnika universiteti
“Marketing” kafedrasi dotsenti

Annotatsiya

Ushbu tadqiqotda yashil marketing strategiyalarining mazmuni va ularning ishlab chiqarish hamda xizmat ko'rsatish sohalarida ekologik barqarorlikni ta'minlashdagi o'rni yoritilgan. Tadqiqotda ekologik toza ishlab chiqarish, yashil mahsulot, yashil narx belgilash, yashil kommunikatsiya va yashil logistika kabi asosiy strategiyalar tahlil qilinib, ularning korxonalar faoliyatiga tatbiq etish imkoniyatlari va iqtisodiy samaradorlikka ta'siri ko'rsatib o'tildi. Mazkur strategiyalarni amaliyotga joriy etish nafaqat atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytirish, balki resurslardan oqilona foydalanish, xarajatlarni qisqartirish, iste'molchilar ishonchini oshirish va korxonalarning raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qilishi ta'kidlandi.

Kalit so'zlar: yashil marketing; yashil strategiyalar, ekologik toza ishlab chiqarish, yashil mahsulot, yashil narx belgilash, yashil kommunikatsiya, yashil logistika, barqaror rivojlanish, ekologik xavfsizlik, korxona samaradorligi.

Аннотация

В данном исследовании рассматриваются содержание стратегий зелёного маркетинга и их роль в обеспечении экологической устойчивости в сферах производства и услуг. Анализируются ключевые стратегии, такие как экологически чистое производство, зелёный продукт, зелёное ценообразование, зелёные коммуникации и зелёная логистика, а также возможности их внедрения в деятельность предприятий и влияние на экономическую эффективность. Отмечается, что применение этих стратегий способствует не только снижению негативного воздействия на окружающую среду, но и рациональному использованию ресурсов, сокращению расходов, повышению доверия потребителей и укреплению конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, зелёные стратегии, экологически чистое производство, зелёный продукт, зелёное ценообразование, зелёные коммуникации, зелёная логистика, устойчивое развитие, экологическая безопасность, эффективность предприятия.

Abstract

This study explores the essence of green marketing strategies and their role in promoting ecological sustainability in both production and service sectors. It analyzes key approaches such as eco-friendly production, green products, green pricing, green communication, and green logistics, highlighting their applicability in enterprises and their impact on economic efficiency. The research emphasizes that implementing these strategies not only reduces environmental harm but also promotes rational use of resources, cost reduction, increased consumer trust, and enhanced competitiveness of enterprises.

Keywords: green marketing, green strategies, eco-friendly production, green product, green pricing, green communication, green logistics, sustainable development, environmental safety, enterprise efficiency.

So'nggi yillarda dunyo bo'ylab ekologik muammolar, iqlim o'zgarishlari va tabiiy resurslarning cheklanganligi korxonalar faoliyatini yangicha yondashuv asosida tashkil etishni talab qilmoqda. Raqobatning kuchayishi va iste'molchilarning ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talabi oshib borayotgan sharoitda korxonalar barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun yashil marketing strategiyalarini faol qo'llashga majbur bo'lmoqda. Yashil marketing biznesning ekologik mas'uliyatini oshirish, ishlab chiqarishda resurs va energiyani tejovchi texnologiyalarni joriy etish, chiqindilarni qayta ishlash va ekologik xavfsiz mahsulotlarni targ'ib qilish orqali korxonaga bozor talabiga moslashish hamda raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi.

O'zbekistonda ham bu borada sezilarli qadamlar tashlanmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 2-dekabrda "2030-yilgacha O'zbekiston Respublikasining "yashil" iqtisodiyotga o'tishiga qaratilgan islohotlar samaradorligini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-436-sonli qaroriga ko'ra 2030-yilgacha O'zbekiston Respublikasida "yashil" iqtisodiyotga o'tish va "yashil" o'sishni ta'minlash dasturi ishlab chiqilgan bo'lib, ishlab chiqarish jarayonlarida ekologik talablarga rioya qilish, qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish, chiqindilarni kamaytirish va mahalliy xomashyo asosida ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlash kabi ustuvor vazifalar belgilangan. Bu esa korxonalar uchun yashil marketing strategiyalarini samarali joriy qilishga keng imkoniyat yaratmoqda.

Yashil marketing strategiyalarini qo'llash korxonalar faoliyatini rivojlantirishda iqtisodiy samaradorlik bilan bir qatorda, ekologik barqarorlik va ijtimoiy mas'uliyatni ham kuchaytiradi. Bunday yondashuv ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, energiya va suv resurslarini tejash, ichki va tashqi bozorda ekologik brend sifatida tan olinish va yangi bozor segmentlarini egallashga xizmat qiladi.

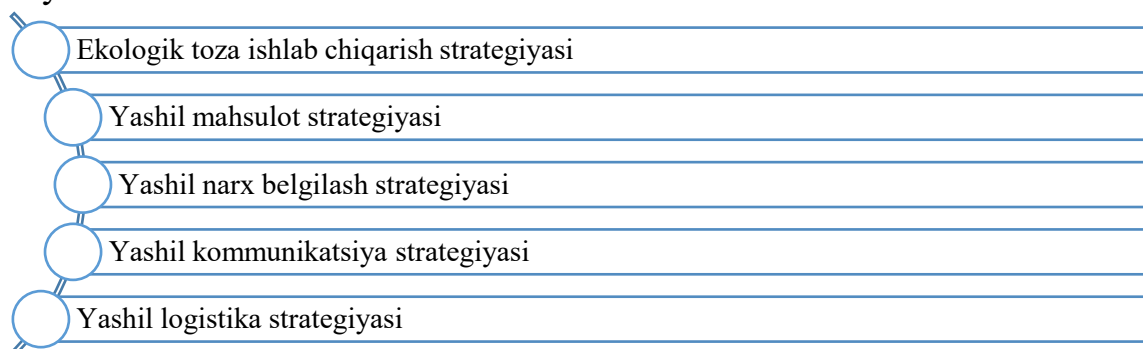
Shu jihatdan, korxonalar uchun yashil marketing strategiyalarini rivojlantirish bugungi kunda dolzarb bo'lib, u nafaqat ekologik xavfsizlikni ta'minlash, balki korxonaning uzoq muddatli barqaror o'sishi va global bozordagi raqobatbardoshligini oshirishga ham xizmat qiladi.

Yashil marketing zamonaviy marketing nazariyasining ekologik barqarorlikni ta'minlashga qaratilgan yo'nalishidir. Bu atama ilk bor 1980-yillarda iqtisodchi olim J. Ottman tomonidan keng ilmiy muomalaga kiritilgan bo'lib, u yashil marketingni "tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan mahsulotlar yaratish va ularni iste'molchilarga yetkazib berish strategiyasi" deb ta'riflagan [1]. Britaniyalik olim K. Pitti yashil marketingni "marketing faoliyatini amalga oshirish jarayonida ekologik manfaatlarni tijorat manfaatlari bilan uyg'unlashtirishga xizmat qiluvchi tamoyillar tizimi" sifatida izohlaydi [2]. Amerikalik tadqiqotchi P. Polonski esa bu tushunchani quyidagicha tariflaydi: "yashil marketing — bu iste'molchilarga ekologik xavfsiz mahsulotlar ishlab chiqarish,

ulardan foydalanish va ularni qayta ishlash imkoniyatini beradigan marketing faoliyati” [3].

Mazkur ta’riflardan kelib chiqib, yashil marketingni korxonalar ishlab chiqarish jarayonida tabiiy resurslarni tejash, chiqindilarni kamaytirish, qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish va ekologik xavfsiz mahsulotlar ishlab chiqarishga yo’naltirilgan strategiyalar majmuasi sifatida izohlash mumkin.

Yashil marketing strategiyalari ishlab chiqarishning barcha bosqichlarida ekologik barqarorlikni ta’minlashga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar majmuasini ifodalaydi. Bular jumlasiga ishlab chiqarish jarayonida chiqindilarni kamaytirish, qayta tiklanuvchi energiya manbalari va resurs tejovchi texnologiyalarni joriy etish orqali ekologik toza ishlab chiqarish strategiyasi, atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan hamda qayta ishlashga yaroqli xomashyo asosida mahsulot tayyorlashni nazarda tutuvchi yashil mahsulot strategiyasi, mahsulotning ekologik sifati va barqaror ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olgan holda narx siyosatini shakllantirishga yo’naltirilgan yashil narx belgilash strategiyasi, korxonaning ekologik mas’uliyatini iste’molchilarga yetkazish va mahsulotning ekologik xavfsizligini targ’ib qilish uchun yashil kommunikatsiya strategiyasi, shuningdek, transport xarajatlari va CO₂ chiqindilarini kamaytirishga asoslangan yashil logistika strategiyasi kiradi. Ushbu strategiyalarni uyg’unlashtirish korxonalarga nafaqat ekologik barqarorlikni, balki iqtisodiy samaradorlik va iste’molchilar ishonchini ham oshirish imkonini beradi.



1-rasm.Yashil marketing strategiyalari yo‘nalishlari¹

Yashil marketing strategiyalarini joriy etish rivojlangan davlatlar amaliyotida keng qo‘llanmoqda. Masalan, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida ishlab chiqaruvchilar uchun “EU EcoLabel” yorlig‘ini qo‘llash majburiy bo‘lib, bu mahsulotning ishlab chiqarishdan iste’molga yetkazib berishgacha bo‘lgan barcha bosqichlarda ekologik standartlarga mosligini bildiradi.

AQSH va Yaponiya korxonalari yashil innovatsion texnologiyalarni qo‘llash orqali nafaqat atrof-muhitga zarar yetkazishni kamaytirgan, balki energiya tejamkor uskunalar va chiqindilarni qayta ishlash tizimi orqali xarajatlarni 15–20% ga qisqartirishga erishgan.

Korxonalar yashil marketing tamoyillarini samarali joriy qilish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirishi lozim:

¹ Muallif ishlanmasi

- ishlab chiqarishda energiya va suv resurslarini tejovchi texnologiyalarni joriy etish;
- chiqindilarni qayta ishlash tizimlarini kengaytirish va chiqindisiz ishlab chiqarish usullarini qo'llash;
- ekologik sertifikatlar va yorliqlar olish orqali mahsulotning sifatini tasdiqlash;
- yashil logistika asosida transport xarajatlarini va uglerod izini kamaytirish;
- iste'molchilar bilan kommunikatsiyani kuchaytirish, ularni ekologik toza mahsulotlar afzalliklari haqida xabardor qilish;
- ekologik xavfsizlikka oid xalqaro ISO 14001 standarti talablarini joriy etish [4].

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki yashil marketing strategiyalari korxonalar uchun ekologik barqarorlikni ta'minlash bilan bir qatorda, iqtisodiy samaradorlikni oshirish va raqobatbardosh bozor sharoitida barqaror rivojlanishni ta'minlaydi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, yashil marketingni qo'llayotgan korxonalar iste'molchilar ishonchini oshiradi, eksport salohiyatini kengaytiradi va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi.

Tadqiqot asosida quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

Korxonalarda yashil marketing strategiyalarini amalga oshirish uchun davlat tomonidan soliq imtiyozlari va subsidiyalarni kengaytirish.

Hududiy korxonalar faoliyatida resurs tejamkor texnologiyalarni joriy etish uchun innovatsion texnologik yechimlarni rag'batlantirish.

Ekologik xavfsiz mahsulotlarni targ'ib qilish uchun yashil brend siyosatini kuchaytirish va ichki hamda tashqi bozorlarda ularning raqobatbardoshligini ta'minlash.

O'zbekistonning barcha korxonalarida ISO 14001 va EcoLabel kabi ekologik standartlarni joriy etishni majburiy qilish.

Yashil marketing bo'yicha korporativ trening va malaka oshirish dasturlarini ishlab chiqish.

Yuqoridagi tavsiyalar korxonalarning uzoq muddatli barqaror rivojlanishi, ekologik xavfsiz ishlab chiqarishni kuchaytirish hamda milliy iqtisodiyotning xalqaro talablar asosida rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Ottman J. A. Green Marketing: Challenges and Opportunities. — New York: NTC Business Books, 1993.

2. Peattie K. Green Marketing. — London: Pitman Publishing, 1995.

3. Polonsky M. J. An Introduction to Green Marketing. — Journal of Business Research, 1994.

4. International Organization for Standardization. ISO 14001: Environmental Management Systems. — Geneva: ISO, 2015.