

EKOLOGIK MARKETING STRATEGIYALARI VA ULARNING BARQAROR RIVOJLANISHDAGI ROLI

Qo'ziyev Jaloliddin Alisher o'g'li

TDIU Marketing kafedrası tayanch doktoranti

E-mail: jaloladdinxorazmiy@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu tezisdá ekologik marketing va barqaror marketingning mohiyati hamda ularning zamonaviy marketingdagi o'rnini ko'rib chiqilgan. Tezisdá ekologik mahsulotlarni ishlab chiqish va targ'ib etish jarayonlari, shuningdek ekologik toza brendlarni yaratishning ahamiyati tahlil qilingan. Yashil iste'molchilarning xarid qilish odatlari va yashil reklamaning ularga ta'siri haqida ma'lumot berilgan. Tadqiqotda korxonalarning ekologik mas'uliyatni oshirishi va mahsulotlarda ekologik yorliqlardan foydalanishning foydali jihatlari ko'rsatilgan. Natijada, ekologik tamoyillarga asoslangan marketing jamiyatda barqaror rivojlanishni ta'minlashga yordam berishi ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: ekologik marketing, barqaror marketing, ekologik mahsulotlar, ekologik toza brendlar, yashil iste'molchilar, yashil reklama, ekologik mas'uliyat, ekologik yorliqlar.

Аннотация

В данной тезисной работе рассматриваются сущность экологического маркетинга и устойчивого маркетинга, а также их роль в современной маркетинговой системе. В работе анализируются процессы разработки и продвижения экологических продуктов, значение формирования экологически чистых брендов. Описываются особенности поведения зеленых потребителей и влияние на них зеленой рекламы. Также показана важность повышения экологической ответственности предприятий и применения экологических ярлыков на продукции. В результате подчеркивается, что маркетинг, основанный на экологических принципах, способствует устойчивому развитию общества.

Ключевые слова: экологический маркетинг, устойчивый маркетинг, экологические продукты, экологически чистые бренды, зеленые потребители, зеленая реклама, экологическая ответственность, экологические ярлыки.

Abstract

This thesis examines the concept of ecological marketing and sustainable marketing, as well as their role in modern marketing practices. The study analyzes the development and promotion of eco-friendly products and the importance of building environmentally clean brands. It discusses the behavior of green consumers and the influence of green advertising on their purchasing decisions. The research also highlights the importance of corporate environmental responsibility and the use of eco-labels on products. As a result, it is emphasized that marketing based on ecological principles contributes to the sustainable development of society.

Keywords: ecological marketing, sustainable marketing, eco-friendly products, environmentally clean brands, green consumers, green advertising, environmental responsibility, eco-labels.

Bugungi kunda global miqyosda yuzaga kelayotgan ekologik muammolar, iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarning kamayishi va atrof-muhit ifloslanishi insoniyat oldida jiddiy masalalarni qo'yimoqda. Ushbu holat barqaror rivojlanish tamoyillarini amaliyotga tatbiq etish, ishlab chiqarish va iste'mol jarayonlarida ekologik yondashuvlarni keng joriy etishni talab qilmoqda. Shu nuqtai nazardan, ekologik marketing konsepsiyasi zamonaviy marketing tizimining muhim yo'nalishlaridan biri sifatida shakllanmoqda.

Ekologik marketingning asosiy maqsadi nafaqat foyda olish, balki atrof-muhitni muhofaza qilish, resurslardan oqilona foydalanish va jamiyatda ekologik ongni rivojlantirishdir. Bunday yondashuvda korxonalar o'z mahsulotlarini ekologik mezonlarga muvofiq ishlab chiqarib, iste'molchilarga ularning sog'lom hayot tarziga mosligini targ'ib etadilar. Ekologik marketing strategiyalari esa ushbu jarayonni tizimli yo'lga qo'yishga, bozorda ekologik toza mahsulotlar ulushini oshirishga hamda iste'molchilarda yashil qadriyatlarni shakllantirishga xizmat qiladi.

Barqaror rivojlanish konsepsiyasi iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik omillar uyg'unligini ta'minlashni nazarda tutadi. Shu bois, ekologik marketing strategiyalarining barqaror rivojlanishdagi o'rnini nihoyatda muhimdir. Ular korxonalarni ijtimoiy mas'uliyatli faoliyat yuritishga, resurslarni tejashga va ekologik xavfsizlikni ta'minlashga undaydi. Natijada, ekologik tamoyillarga asoslangan marketing nafaqat korxona imijini mustahkamlaydi, balki mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishiga ham hissa qo'shadi.

Ekologik marketing konsepsiyasi XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab jahon ilmiy hamjamiyatining diqqat markazida bo'lib kelmoqda. Tadqiqotchilar bu yo'nalishni turlicha talqin qilgan bo'lsalar-da, ularning umumiy fikricha ekologik marketing — bu marketing faoliyatining atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytirishga va barqaror rivojlanishni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan strategik yondashuvdir.

F. Kotler va G. Armstrong asarlarida ekologik marketing barqaror iste'molni rag'batlantiruvchi va ekologik ongni oshiruvchi vosita sifatida talqin etiladi. Peattie (1995) "Green Marketing" nomli ishida yashil marketingni korxonaning ijtimoiy mas'uliyatli faoliyatining tarkibiy qismi sifatida ko'rsatgan. Ottman (2011) esa ekologik brend yaratish va iste'molchilar ishonchini mustahkamlashda yashil reklamaning o'rnini chuqur tahlil qilgan.

So'nggi yillarda barqaror marketing va ekologik strategiyalar o'rtasidagi bog'liqlik bo'yicha tadqiqotlar kuchaydi. Belz va Peattie (2012) o'zlarining "Sustainability Marketing" nomli asarida barqaror rivojlanish tamoyillari asosida marketing siyosatini shakllantirish zarurligini asoslab bergan. Mahalliy tadqiqotchilar orasida ham ekologik mahsulotlar bozori, yashil reklama va iste'molchilarning ekologik xulq-atvori bo'yicha ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Jumladan, O'zbekiston olimlari ekologik marketingni milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanish omili sifatida ko'rib chiqmoqdalar.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, ekologik marketing strategiyalari barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash, resurslardan oqilona foydalanish va jamiyatda ekologik madaniyatni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Shu bois

ushbu mavzuni yanada chuqurroq tahlil qilish amaliy va ilmiy jihatdan dolzarb hisoblanadi.

So'nggi yillarda O'zbekistonda ekologik muammolarga nisbatan e'tibor kuchayib, davlat siyosati va iqtisodiyotda barqaror rivojlanish tamoyillari faol joriy etilmoqda. Shu jarayonda korxonalar o'z faoliyatida ekologik marketing strategiyalarini qo'llashga tobora ko'proq e'tibor bera boshladilar. Tadqiqot doirasida o'zbek va xorijiy kompaniyalar tajribalari solishtirilib, ekologik marketingning iqtisodiy samaradorligi, iste'molchilarning ekologik ong darajasi hamda yashil reklama vositalarining ta'siri o'rganildi.

Ekologik marketing strategiyalarini faol joriy etayotgan kompaniyalar, xususan, oziq-ovqat, tozalovchi vositalar va qadoqlash materiallari ishlab chiqaruvchilari, bozorda ijobiy imij va mijozlar ishonchini oshirishga erishgan. Masalan, qadoqlashda qayta ishlanadigan materiallardan foydalanish yoki ishlab chiqarish chiqindilarini kamaytirish orqali brendning ijtimoiy mas'uliyat darajasi oshgan. Bu holat marketing strategiyalarining nafaqat iqtisodiy, balki ekologik va ijtimoiy samaradorligini ham ko'rsatadi.

Xorijiy tajriba tahlili shuni ko'rsatadiki, PepsiCo, Unilever, Patagonia kabi kompaniyalar o'z marketing strategiyalarini barqarorlik tamoyillariga asoslagan holda, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarish, chiqindilarni kamaytirish va "yashil" reklama orqali iste'molchilarni jalb qilishda sezilarli natijalarga erishgan. Ularning tajribasidan kelib chiqib, O'zbekiston korxonalari uchun ham ekologik strategiyalarni shakllantirishda kommunikatsion ochiqlik, iste'molchilar bilan ishonchli aloqalar o'rnatish hamda ekologik innovatsiyalarni kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, ekologik marketing strategiyalari korxonaga quyidagi natijalarni beradi:

- mahsulot raqobatbardoshligini oshiradi;
- iste'molchilar ishonchini mustahkamlaydi;
- ijtimoiy va ekologik mas'uliyatni kuchaytiradi;
- uzoq muddatli barqaror rivojlanish uchun asos yaratadi.

Demak, ekologik marketing strategiyalarini samarali qo'llash nafaqat iqtisodiy foyda, balki ekologik xavfsizlik, ijtimoiy barqarorlik va milliy iqtisodiyotning uzoq muddatli rivojlanishiga ham xizmat qiladi.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, ekologik marketing strategiyalari barqaror rivojlanishni ta'minlashda muhim omil hisoblanadi. Ekologik yondashuv korxonalarga nafaqat iqtisodiy foyda, balki ijtimoiy ishonch va ijobiy imij olib keladi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, ekologik mahsulotlarga bo'lgan talab ortib bormoqda, ammo iste'molchilarning ekologik ong darajasini yanada oshirish zarur. Shu bois, korxonalar marketing siyosatida ekologik tamoyillarni chuqur integratsiya qilish, yashil reklama va ekologik yorliqlardan samarali foydalanish lozim. Bunday yondashuv mamlakat iqtisodiyotining barqaror va ekologik xavfsiz rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 4-oktyabr PQ-4477-sonli "Yashil iqtisodiyotga o'tish strategiyasini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori. <https://lex.uz/docs/-4539502>
2. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 17th Edition. Pearson Education Limited.
3. Peattie, K. (1995). Green Marketing. London: Pitman Publishing.
4. Ottman, J. A. (2011). The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. Berrett-Koehler Publishers.
5. Belz, F. M., & Peattie, K. (2012). Sustainability Marketing: A Global Perspective. 2nd Edition. Wiley.
6. Polonsky, M. J. (1994). "An Introduction to Green Marketing." Electronic Green Journal, No. 1 (2).
7. Qodirova, M. M. (2021). Ekologik marketing va barqaror rivojlanish konsepsiyasi. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.