

YASHIL (ECO-FRIENDLY) MARKETING STRATEGIYALARINING ISTE'MOLCHIGA TA'SIRI VA ULARNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI

Tuychiyeva Ruxsora Sharof qizi
Millat Umidi Univeristeti
Faculty: Xalqaro Bizness Boshqaruvi.
Email: ruxsoratoychiyeva471@gmail.com

Kalit so'zlar: *Yashil marketing, barqaror rivojlanish, ekologik iste'molchi, greenwashing, ekologik brend, innovatsion strategiya.*

KIRISH

So'ngi yillarda ekologik muammolar, global isish va tabiiy resurslarning kamayishi butun dunyoda „Yashil iqtisodiyot“ g'oyasini ilgari surmoqda. Shu sharoitda korxonalar o'z marketing faoliyatida „yashil“ (eco-friendly) strategiyalarini joriy etishga intilmoqda. Yashil marketing nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilish, balki iste'molchi ishonchini mustahkamlash hamda korxonaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini oshirish vositasiga aylanmoqda.

ASOSIY QISM

So'ngi yillarda dunyo bo'yicha iste'molchilarning ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan qiziqishi sezilarli darajada oshdi. Masalan, Nielsen (2024) ma'lumotlariga ko'ra, global iste'molchilarning 64% yashil (ekologik) mahsulotlarni tanlaydi, Statistika (2025) esa bunday brendlarga sodiqlik 32% ga oshganini ma'lum qiladi.

Biroq yashil marketingni amaliyotga joriy etishda bir qator muammolar mavjud:

1. „Greenwashing“ (soxta ekologik mahsulotlar):

Ba'zi kompaniyalar ekologik imijini reklama vositasi sifatida qo'llaydi, lekin amalda ekologik talablarni bajarmaydi.

Yechim: Mustaqil ekologik auditni joriy etish va „green advertising“ qonunlarini kuchaytirish.

2. Maxsulot narxining yuqoriligi:

Yashil ishlab chiqarish tan narxi yuqori bo'lgani uchun, narxlar ham oshadi.

Yechim: Davlat subsidiyalari va innovatsion texnologiyalar yordamida tannarxni kamaytirish.

3. Iste'molchi ongining yetarli shakllanmaganligi:

Ayrim jamiyatlarda „eko-iste'molchi“ madaniyati hali to'liq shakllanmagan.

Yechim:Ta'lim va ommaviy axborot vositalarida ekologik savodxonlikni oshirish,ijtimoiy kompaniyalar tashkil etish.

4.Ekologik ta'minot zanjirining sustligi:

Xomashyo va ishlab chiqarish bosqichlarida ekologik talablar to'liq bajarilmaydi.

Yechim:„Green Supply Chain Management“ tizimini joriy etish va nazorat qilish.

XULOSA

Yashil marketing strategiyalari korxonalar uchun faqat reklama emas,balki uzoq muddatli raqobat ustunligining kalitidir.Bu yo'nalish orqali korxonalar nafaqat daromadni,balki ijtimoiy ishonch va brend qadriyatini oshiradi.O'z navbatida,O'zbekistonda yashil marketing madaniyatini rivojlantirish, ekologik sertifikatlash tizimini kengaytirish hamda yoshlar orasida ekologik ongni kuchaytirish dolzarb vazifa bo'lib qolmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

- 1.<https://www.nielsen.com/global/en/insights/2024/sustainability-report>
- 2.<https://www.statista.com/topics/8263/sustainability-and-consumer-behavior>
- 3.Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). Marketing Management. – 16th Edition. Pearson Education, London. (Yashil marketing strategiyalarining nazariy asoslari yoritilgan.)
- 4.Peattie, K. (2022). Green Marketing: A Global Perspective. – Routledge Publishing. (Atrof-muhitga yo'naltirilgan marketingning xalqaro tajribalari keltirilgan.)
- 5.OECD (2023). Green Growth Indicators Report. – Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development. (Barqaror iqtisodiy o'sish va yashil marketing bog'liqligi tahlil qilingan.)
6. <https://www.unep.org/resources/global-environment-outlook>
7. Xolmurodov, A. (2023). “O'zbekiston korxonalarida yashil marketing konsepsiyasini joriy etish omillari.” Marketing va Menejment jurnali, №2, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.
8. Davletov, S. (2024). “Ekologik brend imiji va iste'molchi ishonchi o'rtasidagi bog'liqlik.” Innovatsion rivojlanish axborotnomasi, №1 (45), Toshkent.