



Date: 09 June 2026

YASHIL MARKETING VA EKOLOGIK MAHSULOTLARNI BOZORDA TARG'IB QILISH USULLARI

Oripova Ra'no Tolibovna

Farg'ona viloyati Qo'shtepa tumani 1-son texnikumining "Biznes asoslari" fani
o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu tezisda yashil marketingning nazariy asoslari, ekologik mahsulotlarni bozorda samarali targ'ib qilish usullari hamda ularning zamonaviy biznesdagi o'rni tahlil qilingan. Bugungi kunda ekologik muammolarning kuchayishi va iste'molchilarning ekologik mas'uliyatga bo'lgan e'tiborining ortishi natijasida yashil marketing korxonalar faoliyatining muhim yo'nalishiga aylanib bormoqda. Tadqiqotda ekologik mahsulotlarni reklama qilish, raqamli marketing vositalaridan foydalanish va iste'molchilar ongida ekologik madaniyatni shakllantirish masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: yashil marketing, ekologik mahsulotlar, ekologik reklama, barqaror rivojlanish, raqamli marketing, iste'molchi xulqi, ekologik sertifikatlash, brend imiji.

Kirish

XXI asrda atrof-muhit muhofazasi, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va barqaror rivojlanishni ta'minlash global ahamiyatga ega masalalardan biriga aylandi. Sanoatlashtirish jarayonining jadallashuvi, ishlab chiqarish hajmining ortishi va iste'mol darajasining yuqorilashi natijasida ekologik muammolar yanada keskinlashmoqda. Xususan, atmosfera ifloslanishi, global iqlim o'zgarishi, chiqindilar hajmining ortishi va tabiiy resurslarning kamayishi insoniyat oldidagi dolzarb muammolar hisoblanadi.

Mazkur sharoitda korxonalar o'z faoliyatida ekologik mas'uliyat tamoyillariga amal qilishga intilmoqda. Buning natijasida yashil marketing konsepsiyasi shakllanib, marketing faoliyatining muhim yo'nalishlaridan biriga aylandi. Yashil marketing nafaqat ekologik xavfsiz mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotishni, balki ishlab chiqarish jarayonlarida ham ekologik mezonlarga rioya qilishni nazarda tutadi.

Bugungi kunda iste'molchilar mahsulot tanlashda uning sifati va narxidan tashqari, ekologik xavfsizligiga ham katta e'tibor qaratmoqda. Shu sababli ekologik mahsulotlarni bozorda samarali targ'ib qilish korxonalar uchun muhim strategik vazifaga aylanmoqda.

Asosiy qism

Yashil marketing tushunchasi va uning mohiyati



Yashil marketing – bu mahsulot va xizmatlarni yaratish, narxlash, taqsimlash va targ‘ib qilish jarayonlarida ekologik omillarni hisobga oluvchi marketing faoliyatidir. Ushbu yondashuvning asosiy maqsadi iste‘molchilar ehtiyojlarini qondirish bilan birga atrof-muhitga salbiy ta‘sirni minimallashtirishdan iborat.

Yashil marketing quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

- ekologik xavfsiz mahsulotlar ishlab chiqarish;
- energiya va resurslardan samarali foydalanish;
- chiqindilar hajmini kamaytirish;
- qayta ishlanadigan materiallardan foydalanish;
- ekologik mas‘uliyatni targ‘ib qilish.

Korxonalar ushbu tamoyillarga amal qilish orqali nafaqat ekologik muammolarni kamaytirishga, balki bozorda o‘z raqobatbardoshligini oshirishga ham erishadilar.

Ekologik mahsulotlarning bozordagi o‘rni

Ekologik mahsulotlar ishlab chiqarish jarayonida tabiiy resurslardan oqilona foydalanilgan, inson salomatligiga zarar yetkazmaydigan va atrof-muhitga minimal ta‘sir ko‘rsatadigan mahsulotlar hisoblanadi. Bunday mahsulotlarga organik oziq-ovqat mahsulotlari, ekologik toza qadoqlash vositalari, energiya tejavchi texnologiyalar va qayta ishlanadigan materiallardan tayyorlangan mahsulotlar kiradi.

So‘nggi yillarda ekologik mahsulotlarga bo‘lgan talab sezilarli darajada oshib bormoqda. Bunga aholining ekologik madaniyati rivojlanayotgani, sog‘lom turmush tarziga qiziqish ortayotgani va ekologik muammolar haqidagi axborotlarning keng tarqalishi sabab bo‘lmoqda. Natijada korxonalar ekologik mahsulotlar ishlab chiqarishni ko‘paytirish va ularni samarali targ‘ib qilishga alohida e‘tibor qaratmoqda.

Ekologik mahsulotlarni targ‘ib qilish usullari

Ekologik reklama

Ekologik mahsulotlarni targ‘ib qilishning eng muhim vositalaridan biri reklama hisoblanadi. Ekologik reklama mahsulotning atrof-muhit uchun foydali jihatlarini iste‘molchilarga yetkazishga xizmat qiladi. Reklama materiallarida mahsulotning tabiiy tarkibi, qayta ishlanadigan qadoqlanishi, energiya tejash imkoniyatlari va inson salomatligi uchun foydalari ko‘rsatib beriladi.

Bunday reklama iste‘molchilarning ekologik ongini shakllantirish va ularning ekologik mahsulotlarga bo‘lgan qiziqishini oshirishga yordam beradi.

Raqamli marketing vositalaridan foydalanish



Internet texnologiyalarining rivojlanishi ekologik mahsulotlarni targ'ib qilish uchun yangi imkoniyatlar yaratdi. Korxonalar ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar, elektron pochta marketingi va kontent marketingi orqali keng auditoriyaga murojaat qilmoqda.

Facebook, Instagram, Telegram, YouTube va LinkedIn kabi platformalarda ekologik mahsulotlarning afzalliklarini namoyish etuvchi videolar, maqolalar va infografikalar joylashtirish orqali iste'molchilar bilan samarali muloqot o'rnatish mumkin. Raqamli marketingning afzalligi shundaki, u kam xarajat evaziga katta auditoriyani qamrab olish imkonini beradi.

Ekologik sertifikatlash va yorliqlash

Ekologik sertifikatlar mahsulotning xalqaro yoki milliy ekologik standartlarga mosligini tasdiqlovchi hujjat hisoblanadi. Mahsulot qadoqlarida ekologik yorliqlarning mavjudligi iste'molchilarda ishonch uyg'otadi va xarid qilish qarorini tezlashtiradi.

Masalan, organik mahsulotlar uchun beriladigan maxsus sertifikatlar yoki qayta ishlanadigan mahsulotlarni bildiruvchi belgilar iste'molchilarning mahsulotga nisbatan ijobiy munosabatini shakllantiradi.

Jamoatchilik bilan aloqalar (PR)

Korxonalar ekologik aksiyalar, daraxt ekish tadbirlari, ekologik forumlar va xayriya loyihalarida faol ishtirok etish orqali o'zlarining ijtimoiy mas'uliyatini namoyish etadilar. Bunday tadbirlar korxonaning brendining ijobiy imijini shakllantirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, ommaviy axborot vositalari orqali ekologik tashabbuslarni keng yoritish korxonaning obro'si va iste'molchilar ishonchini oshirishga yordam beradi.

Iste'molchilarni ekologik jihatdan xabardor qilish

Ekologik mahsulotlarni targ'ib qilishda iste'molchilarning ekologik savodxonligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Korxonalar seminarlar, treninglar, vebinarlar va axborot kampaniyalari orqali aholiga ekologik mahsulotlarning afzalliklarini tushuntirishlari mumkin.

Iste'molchilarning ekologik madaniyati qanchalik yuqori bo'lsa, ular ekologik mahsulotlarni tanlashga shunchalik moyil bo'ladilar. Bu esa yashil marketing samaradorligini oshiradi.

Yashil marketingning afzalliklari



Yashil marketing korxonalariga bir qator iqtisodiy va ijtimoiy afzalliklar beradi:

- kompaniyaning ijobiy imijini shakllantiradi;
- iste'molchilar ishonchini oshiradi;
- raqobat ustunligini ta'minlaydi;
- uzoq muddatli mijozlar bazasini yaratadi;
- ekologik va ijtimoiy mas'uliyatni namoyon qiladi;
- barqaror rivojlanishga xizmat qiladi.

Shuningdek, yashil marketing korxonalariga xalqaro bozorlarga chiqishda ham qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi. Chunki ko'plab rivojlangan mamlakatlarda ekologik standartlarga mos mahsulotlarga talab yuqori hisoblanadi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, yashil marketing zamonaviy iqtisodiyot sharoitida korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishida muhim omillardan biri hisoblanadi. Ekologik mahsulotlarga bo'lgan talabning ortishi korxonalarni yangi marketing strategiyalarini ishlab chiqishga undamoqda. Ekologik reklama, raqamli marketing, sertifikatlash tizimi, jamoatchilik bilan aloqalar va iste'molchilarni ekologik jihatdan xabardor qilish kabi usullar ekologik mahsulotlarni bozorda samarali targ'ib qilish imkonini beradi.

Kelgusida yashil marketing tamoyillarini yanada keng joriy etish ekologik muammolarni kamaytirish, iste'molchilarning ekologik madaniyatini oshirish hamda barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashga xizmat qiladi. Shu bois davlat, biznes subyektlari va jamiyat vakillari yashil marketingni rivojlantirish bo'yicha hamkorlikni kuchaytirishlari zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – 16th Edition. Pearson Education, 2022.
2. Ottman J.A. The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools and Inspiration for Sustainable Branding. – Routledge, 2021.
3. Peattie K. Green Marketing. – London: Pitman Publishing, 2018.
4. Charter M., Polonsky M.J. Greener Marketing: A Global Perspective on Greening Marketing Practice. – Routledge, 2019.
5. Grant J. The Green Marketing Manifesto. – John Wiley & Sons, 2020.
6. Polonsky M.J. An Introduction to Green Marketing // Electronic Green Journal. – 2018.

