

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

8
2023



Tosh o'rmoni
(Navoiy viloyati)

08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti

08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Qo'ng'irotboy Avezimbetovich

Elektron nashr. 426 sahifa, 30-avgust, 2023-yil.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Rae Kvon Chung, Janubiy Korea, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati

Salimov Oqil Umrzoqov, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi

Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari

Toshkulov Abduqodir Hamidovich, i.f.d., prof., O'zbekiston Respublikasi Prezidentining yoshlar, fan, ta'lim, sog'liqni saqlash, madaniyat va sport masalalari bo'yicha maslahatchisi o'rinbosari

Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari

Sharipov Qo'ng'irotboy Avazimbetovich, t.f.d., prof., TDIU rektori

Oblamuradov Narzulla Naimovich, i.f.n., dots., O'zR Tabiat resurslari vaziri o'rinbosari

Djumaniyazov Maqsud Allanazarovich, Qoraqalpog'iston Respublikasi Tabiat resurslari qo'mitasi raisi

Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati

Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari

Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., TDIU Akademik faoliyat bo'yicha prorektori

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori

Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor

Yuldashev Maqsud Abdullayevich, p.f.d., prof., TDIU Moliya-iqtisod ishlari bo'yicha prorektori

Karimov Norboy G'aniyevich, i.f.d., prof., TDIU huzuridagi PKQTMO tarmoq markazi direktori

Hakimov Nazar Hakimovich, f.f.d. TDIU profesor

Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori

Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori

Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori

Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori

Aliyev Bekdavlal Aliyevich, f.f.d., TDIU professori

Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., prof., Atrof-muhit va tabiatni muhofaza qilish texnologiyalari ilmiy-tadqiqot instituti

Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari

Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., Toshkent arxitektura-qurilish universiteti katta o'qituvchisi

Kamilova Iroda Xusniddinova, i.f.f.d., TDIU dotsenti

Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti

Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti

Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti

Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU Ilmiy tadqiqotlar va

innovatsiyalar departamenti rahbari

Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU huzuridagi Pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tarmoq Markazi xorijiy hamkorlik bo'yicha mutaxassis

Ekspertlar kengashi:

Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti

Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti

Imomqulov To'liq Burxonovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
O'zR Tabiat resurslari vazirligi,
O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

"Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot"
jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

JSTga a'zolik Yangi O'zbekistonni jahon iqtisodiyotiga olamshumul integratsiyalashtiradi	6
Muxiddin Kalonov , i. f. d., professor	
O'zbekistonda ipakchilik sanoatining rivojlanish strategiyalari samarasi.....	11
Jumayev Olimjon Sadulloevich , tadqiqotchi	
"Yashil" iqtisodiyot va uni shakllantirish masalalari.....	18
Yokubjanov Doniyor Islom o'g'li , tayanch doktorant	
Suv ta'minot korxonalarining biznes jarayonlari bo'yicha asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari (KPI)ni baholash.....	24
Saidakbarov Xusniddin Abdisalomovich , PhD	
O'zbekiston fond bozorida investorlarning pul mablag'larini jalb qilish mexanizmlaridan foydalanish.....	27
Karimov Akramjon Ikromjon o'g'li , PhD	
Ishchi kuchi bozorining amal qilish metodologiyasi	34
Mamaraximov Bekzod Erkinovich , i. f. n., dotsent	
Yashil turizmni rivojlantirish va takomillashtirish istiqbollari.....	39
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna , kafedra o'qituvchisi	
Suv resurslaridan foydalanishning samaradorligini baholashga yondashuvlar.....	44
Axmedov Sayfullo Normatovich , t. f. n., mustaqil tadqiqotchi	
Samarqand viloyatida xizmat ko'rsatish sohasining holati va innovatsion rivojlanish tendensiyalari tahlili.....	50
Berdiyev Anvar Abduraxmonovich , tayanch doktorant	
Mamlakatimizda markaziy bank monetar siyosatini amalga oshirishning amaliy holati	56
G'aybullayeva Zilola Raxmatullo qizi , mustaqil tadqiqotchi	
Tijorat banklari kapitalidagi mavjud davlat ulushlarini kamaytirish	61
Olimjanova Nigora Alisherovna , mustaqil izlanuvchi	
Infratuzilmaviy investitsiya loyihalarini moliyalashtirishda islom moliya bozorining roli.....	65
Saydirasulov Laziz Alimovich , doktorant	
Balansning tarkibiy tuzilishi va unga ta'sir etuvchi omillar	71
Tulayev Mirzakul Salamovich , kafedra dotsenti; Axmedov Akbarali Sultonmurodovich , i. f. n (PhD)	
Интеграция современных информационных систем в аудит бюджетных организаций	78
Урдабаев Жарылкап Ермакбаевич , независимый исследователь	
Формирование и использование ресурсного потенциала промышленных предприятий.....	83
Махмудов Носир Махмудович , д. э. н., профессор; Фозилова Фирангиза Комиловна , докторант	
Qishloq xo'jaligi ekinlarining yovvoyi ajdodlarini genofond sifatida asrash va ulardan samarali foydalanish zarurati.....	89
Sherali Xolliyev , kafedra o'qituvchisi	
Turizmni rivojlantirishda axborot texnologiyalarning o'rni	94
Yuldasheva Dilnoza Ulugbekovna , mustaqil tadqiqotchi	
Sanoat klasterlarini tashkil etish va boshqarishning o'ziga xos jihatlari.....	99
Xakimov Ziyodulla Axmadovich , dotsent; Axmadova Rayxona Jasurbek qizi , tadqiqotchi	
"Universitet-ishlab chiqarish" integratsiyasi sharoitida oliy o'quv yurtlarining innovatsion rivojlanishini boshqarishning nazariy qoidalari.....	103
Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi , iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent	
Farmatsevtika sanoati raqobatbardoshligini oshirishda farmatsevtikaga ixtisoslashgan erkin iqtisodiy zonalardan foydalanishning xorij tajribasi.....	108
Abdiyeva Flora Botir qizi , tayanch doktorant	
Hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga ilmiy yondashuvlar	114
Abdullayev Farxod Ozodovich , mustaqil tadqiqotchi	
Budjet-soliq va pul-kredit siyosatini muvofiqlashtirishda fiskal va monetar qoidalardan foydalanishning nazariy jihatlari	119
Hakimjon Hakimov , tadqiqotchi	
Analyzing the Impact of External Debt on The Financial Security of the Country	125
Sanakulova Barnogul Rizakulovna , Doctor of Economic Science, Professor;	
Jamolov Mirzabek Mirjalil ugli , Senior researcher	



Sanoat korxonalarining iqtisodiy o'sishi va barqaror rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari.....	129
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
Digital Advertising Oasis: Qatar's E-Marketing Revolution	133
Mirziyo Sodikov Odiljon ogli	
Tikuv-trikotaj korxonalari faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanishning SWOT tahlili	138
Ro'zmamatov Abbas Tolibjon o'g'li, magistrant	
Xorijiy investitsiyalar oqimiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash uchun ekonometrik regression model tuzish.....	144
Saydullayev Azamat Jo'raqul o'g'li, tayanch doktorant	
Eksport – mamlakat iqtisodiy o'sishiga ta'sir etuvchi asosiy omil sifatida	151
Sharifi Ahmad Sakhrob, mustaqil izlanuvchi	
Роль цифровизации туристической отрасли в повышении её экспортного потенциала страны	156
Суюнова Фотима Баходир кизи, базовый докторант	
Surxondaryo viloyati iqtisodiyotiga kiritilgan xorijiy investitsiyalar prognozi	161
Xatamov Nurbek Ochildiyevich, erkin tadqiqotchi	
Inson kapitalini oshirishda xodimlarni o'qitish va rivojlantirishning o'rni.....	169
G'aniyeva Dilnoza Baxriddin qizi, doktorant	
Совершенствование порядка исчисления и уплаты акцизного налога в Узбекистане	174
Жуманиязова Феруза, PhD, доцент	
Yevropa tiklanish va taraqqiyot bankidan investitsiya jalb qilish imkoniyatlari.....	179
Mamatov Bahromjon Shavkatovich, dotsenti, PhD	
Davlat-xususiy sherikligini rivojlantirishning xorijiy tajribalari	184
Mamayusupova Dilovarxon Begmatovna, mustaqil izlanuvchi, i. f. f. d. (RhD)	
Banklar moliyaviy barqarorligini ta'minlashda makroprudensial siyosatning o'rni.....	190
Nilufar Sharipova, PhD	
Dunyoda qorako'l teriga bo'lgan talabning pasayishi: sabab va oqibatlar	197
Nurillayev Jamoliddin Yarashevich, doktorant, i. f. n., dotsent	
Mehnat resurslarini faoliyatini tashkil etishning mezonlari va ko'rsatkichlari.....	201
O'roqov Mamurali Odil o'g'li, tayanch doktorant	
Biznes loyihalarini moliyalashtirishning xorij tajribasi	208
Razzaqov Jasur Hamraboyevich, dotsent, PhD	
Сравнительный анализ методов оценки финансирования инновационных разработок предприятие.....	212
Рузиева Дилноза Абдусаматовна, независимый исследователь	
IPOning muvaffaqiyatlilik darajasini aniqlash metodikasini takomillashtirish yo'llari	216
Saydullayev Shaxzod Sherzodovich, PhD	
Источники финансирования стартап-проектов и способы их привлечения	222
Хажиев Бахтиёр Душабоевич, dotsent, iqtisodiyot fanlari nomzodi	
Tashqi iqtisodiy munosabatlar sharoitida tashqi savdo va bojxona mexanizmlarini tartibga solish masalalari	227
Adizov Sardor Rashidovich, mustaqil izlanuvchi	
Shaxsning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash strategiyasini ishlab chiqish	231
Mamatov Sardor Axmatjonovich, mustaqil tadqiqotchi	
Malayziya iqtisodiyotida Islom kapital bozori ahamiyatining tahlili.....	238
Abrorov Sirojiddin Zuxriddin o'g'li, PhD	
Анализ современного состояния предприятий топливно-энергетического комплекса Узбекистана	243
Мирзахалилова Азизахон Алишеровна, докторант	
Moliyaviy savodxonlik orqali fond bozori savdolarida institutsional investorlar faolligini oshirish	249
Sultanov Maxmud Axmedovich, dotsent, PhD	
Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini tashqi bozorlarga yetkazib berishda tijorat standartlarining o'rni	254
Xojiyev Elshod Yoqub o'g'li, PhD; Fayzullayev Shuhrat Sherali o'g'li, tayanch doktorant	
Особенности использования системно-процессного менеджмента в развитии зеленой экономики	259
Отакулов Махамаджон Каримович, PhD, и.о. доцент	
Milliy turizm tarmog'ida raqobat ustunliklarini aniqlashning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati	264
Xalilov Sirojiddin Sherali o'g'li, PhD	
Sut mahsulotlari ishlab chiqarish korxonalarida "yashil marketing" strategiyalari.....	268
Eshmatov Sanjar Ashirqulovich, mustaqil tadqiqotchi, i.f.f.d.(PhD)	



O'zbekiston Respublikasida kredit mexanizmini takomillashtirish imkoniyatlari	272
Gadoyev So'hrob Jumakulovich , PhD, dotsent	
Влияние инвестиционной политики на инновационную деятельность в Республике Корея	277
Алимова София Розумбаевна , независимый исследователь	
Hududlarda oliy ta'lim va mehnat bozori integratsiyasi yo'nalishlarini takomillashtirish.....	282
Haqqulov Fazliddin Faxriddinovich , tayanch doktorant	
Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy potentsialni rivojlantirish.....	290
N. N. Ismatullayeva , tayanch doktorant	
Mahalliy byudjet daromadlari shakllanishi va muammolarining amaliy holati va tahlili.....	293
Ollokulova Feruza Mansurovna , PhD	
Temir yo'l transportidan samarali foydalanishning ekonometrik tahlili.....	298
Shakarova Difuza Ruzimuratovna , tayanch doktorant	
Формирование кредитного портфеля современного коммерческого банка.....	304
Жураева Нодира Фузулий кизи , ассистент кафедры	
Logistika kompaniyalarida yuklarni sug'urtalashni takomillashtirish yo'llari	310
G. Abduvosidova , kafedra o'qituvchisi	
Tumanlar va tadbirkorlikning rivojlanish darajalarini baholash uslublari.....	315
Nazarov Shohbek Isroilovich , magistrant	
Shaxsning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash strategiyasini ishlab chiqish	320
Mamatov Axmetjon Atajanovich , professor; Allaberganov Zakir Gayibovich , dotsent	
Moliya tizimini barqarorlashtirishda mahalliy budjetlarning imkoniyatlarini oshirish masalalari	327
Ollokulova Feruza Mansurovna , PhD; Eshonqulov Asliddin Mamatmurod o'g'li , magistrant	
Byudjetdan tashqari mablag'lari samaradorligini oshirishda davlat xaridlarining roli	330
Norov Akbar Ruzimamatovich	
Fond bozorini rivojlantirishning mamlakat iqtisodiy o'sish jarayonlari bilan bog'liqligi	335
Xoliqov Ulug'bek Rustamovich , t.f.n.	
Sun'iy intellektning tijorat banklari samaradorligiga ta'siri: xorijiy tajriba	341
N.N.Ro'ziyev	
O'zbekistonda turizmni rivojlantirishda investitsion loyihalarni jalb qilishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish.....	350
Astanov Sherzod Rustamovich , mustaqil tadqiqotchi	
Assessing the Impacts of Modern Models for Increasing Textile Product Exports through Green Strategies.....	356
Nosirova Charos	
MDH mamlakatlarida islom moliyasini rivojlanish istiqbollari	364
Irgasheva Gulbahor Sodiqovna , tayanch doktorant	
Qayta ishlash sanoati korxonlarini iqtisodiy samaradorligini oshirishning zamonaviy yo'llari	369
Abduxamidova Gulxayo , tadqiqotchi	
Mintaqa iqtisodiyotiga kiritilayotgan xorijiy investitsiyalar statistik tahlili	374
Xatamov Nurbek Ochildivich , erkin tadqiqotchi	
Международный опыт развития регионов путем привлечения инвестиций через рынок капитала	380
Дадаханова Саида Махаммаджон кизи , докторант	
Искусственный интеллект как инструмент управления человеческими ресурсами	386
Хайдарова Малика Шакирджановна , преподаватель кафедры	
Surxondaryo viloyatida kichik tadbirkorlik rivojlanishining iqtisodiy-statistik tahlili	396
S.T.Toshaliyeva , PhD	
Jahon Savdo Tashkiloti faoliyati va unga a'zo bo'lish xususida.....	403
Ruzibayev Jahongir Nodirovich , tadqiqotchi	
Xufiyona iqtisodiyot ulushining oshishi O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy xavfsizligiga bevosita tahdid sifatida.....	407
Nabiyev Feruz Nurmurodovich , tadqiqotchi	
Anoerob qayta ishlash jarayonini elektr impulsli ishlov berish	412
Imomova Nodira Shavkatovna tadqiqotchi, Sultonov Mansur Qilichevich PhD	
Milliy transport infratuzilmasini takomillashtirish.....	416
Xashimova Naima Abitovna , i.f.n., professor; Ergashev Shoxrux Vosiljon o'g'li assistent	
Korxonalar faoliyatida internet – marketing texnologiyalarini rivojlantirishning nazariy asoslar.....	421
M.A.Saparova , talaba	



SUT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQUARISH KORXONALARIDA “YASHIL MARKETING” STRATEGIYALARI

Eshmatov Sanjar Ashirqulovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil tadqiqotchisi,
i.f.f.d.(PhD)

Annotatsiya: Maqolada sut mahsulotlari ishlab chiqarish korxonalarida “yashil marketing” strategiyalari tadqiq etilib, muallif tomonidan strategiyalar tizimlashtirilgan.

Kalit soʻzlar: brend, korxonalar brend qiymati, branding, sut va sut mahsulotlari, yashil marketing, strategiya.

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные проблемы конкурентной среды и взаимосвязь ее структурных компонентов в национальном туристическом секторе. Также анализируется влияние компонентов конкурентной среды на национальную туристическую отрасль.

Ключевые слова: национальный туристический сектор, конкуренция, конкурентная среда, конкурентные компоненты, инструменты регулирования.

Abstract: In the article, "green marketing" strategies in dairy production enterprises are researched, and the strategies are systematized by the author.

Key words: brand, enterprises brand value, branding, milk and dairy products, green marketing, strategy.

Marketing strategiyasi korxonaning korporativ strategiyasida asosiy rol oʻynaydi va zamonaviy korxona oʻzgaruvchan bozor sharoitlariga moslasha oladigan potensial kuchli vosita hisoblanadi. Bir vaqtning oʻzida taʼkidlash kerakki, marketing strategiyasi kompaniyaga muvozanat va umumiy oʻsish yoʻnalishlarini taʼminlashga imkon beradigan tizimli yondashuvni nazarda tutadi.

Marketing strategiyasini ishlab chiqishda asosiy vazifa bozorda mavjud boʻlgan bozor sharoitlari va isteʼmolchilarning xatti-harakatlarini hisobga olgan holda kompaniya qayerda, qachon va qanday raqobatlashishini hal qilishidir.

Ekologik marketing meʼyorlari maʼlum maʼnoda tadbirkorlik tashabbusini cheklab, ularni ijtimoiy yoʻnaltirilgan rivojlanishga va yashash muhitini saqlash va yaxshilash zaruratiga bogʻliq qilib qoʻyadi. Korxonalarning asosiy vazifalaridan biri ekologik marketing meʼyorlariga rioya qilish boʻlib, bu ularga bozorda yetakchi mavqega ega boʻlishni taʼminlaydi. D.V.Gorshkovning taʼkidlashicha, ekologik oziq-ovqat mahsulotlarining rivojlanayotgan bozori Rossiya korxonalari uchun ochiladigan marketing imkoniyatlari doirasi keng: ^[1]

1. Istiqbolli yoʻnalishda mahsulot turlarini kengaytirish.
2. Isteʼmolchilarning yangi rivojlanayotgan va yuqori daromadli segmentiga kirish.
3. Raqobat ustunligiga erishish.
4. Erkin bozor oʻrnini egallash.
5. Rossiya va tashqi bozorlarda oʻxshash boʻlmagan noyob mahalliy mahsulotlarni taklif qilish.
6. Xalqaro sertifikat olish va keng xalqaro bozorga kirishni soddalashtirish.
7. Chet ellik sheriklar va investorlarni Gʻarbda yuqori rentabellikdagi va ommabop ekologik loyihalarga jalb qilishning haqiqiy imkoniyati.
8. Hokimiyat va isteʼmolchilar uchun qulay ekologik imidjni shakllantirish.

Shuni taʼkidlash kerakki, ekomarketingga oʻtish dastlabki sarmoyalarni talab qiladi va ijtimoiy ahamiyatga ega dasturlarning xarajatlarini rad etadigan koʻplab biznes vakillari mavjud, chunki ekologik toza mahsulotni



yaratish va uni ushbu imkoniyatda bozorga chiqarish xarajatlari har qanday korxona uchun muhimdir. D. Grant "Zeleniy marketingoviy manifest" kitobida ilmiy jamoatchilikda keng muhokama qilingan [2].

Dastlab, u hayotiy yashil marketing yo'lidagi birinchi qadam ekologik muammolar kosmetik o'zgarishlarga emas, balki jiddiy yaxshilanishlarga ehtiyoj borligini anglash ekanligini ta'kidlaydi. Muallif ta'kidlaganidek, "yashil marketing – bu chuqur islohotlar majmui." Shunga qaramay, bugungi amaliyot shuni ko'rsatadiki, yashil marketing strategiyasi uzoq muddatli va mazmunli natijalarga erishish uchun ushbu islohotlarni bosqichma-bosqich amalga oshirishni talab qiladi.

Kompaniyaning ekologik strategiyasini aniqlashga asosiy nazariy yondashuvlar

Kompaniyaning "ekologik" strategiyasi turini tanlash bilan bog'liq yondashuvlardan biri S. Xollensen tomonidan taqdim etilgan. To'rtta mumkin bo'lgan strategiya tasvirlangan, ularning tanlovi tashkilot o'zining "yashil" mijozlari uchun qanday qiymat yaratishiga va o'zgarishlarni amalga oshirishda qanchalik faol bo'lishiga bog'liq bo'ladi. [3]

Kompaniya ekologiya sohasidagi innovatsiyalarning yangilik darajasini baholashi kerak, aynan shu yangilik kompaniyaning raqobatbardoshligini yoki uning o'ziga xos salohiyatini belgilaydi.

Asosiy raqobatbardosh "ekologik" strategiyalar

Strategiya 1: Ekologik samaradorligi

Bunday holda, firmalar tashkiliy jarayonlarning xarajatlari va atrof-muhitga ta'sirini kamaytirishga intilishadi. Ushbu strategiya doirasida ishlaydigan aksariyat kompaniyalar ushbu jarayonlarni reklama qilishga urinmaydilar, chunki ularning asosiy vazifasi ekologik choralar orqali pulni tejash orqali raqobatdosh ustunlikka erishishdir.

Strategiya 2: Tashqi yetakchilik

Birinchi strategiyadan farqli o'laroq, kompaniya iste'molchilar va jamoatchilik e'tiborini ekologik siyosat sohasida olib borilayotgan faoliyatga jalb qilishga intiladi. Ushbu strategiya shuni anglatadiki, kompaniya raqobatbardosh ustunlikdan foydalanadi, atrof-muhitni o'zgartirish sohasida yetakchi sifatida o'z o'rnini egallashga harakat qiladi va shu bilan korporativ imidjni shakllantiradi yoki yaxshilaydi. Ushbu rivojlanish odatda bilvosita tashkiliy jarayon tomonidan kelib chiqadi va natijada iste'molchilarning sotib olish xatti-harakatlariga ta'sir qiladi.

Strategiya 3: Ekologik Brendlash

- Ekologik brendlarni yaratish o'zingizni boshqa kompaniya mahsulotlari va brendlaridan ajratishga imkon beradi. Ushbu jarayon foydasiga uchta asosiy dalil mavjud:
- iste'molchilar sotib olish uchun katta foyda olishlari kerak;
- iste'molchilar tomonidan ijobiy idrok etish uchun mahsulotning ekologik differentsiatsiyasi to'g'risida ma'lumot beradi;
- taqlid qilish uchun to'siqlar yaratish.

Bunday holda, uzoq muddatli istiqbolda muvaffaqiyat qozonish uchun ekologik yangiliklarni joriy etish kerak.

Strategiya 4: Ekologik xarajatlar yetakchiligi

Yuqori narx mukofoti bilan mahsulotlarni sotish ekologik yo'naltirilgan mahsulotlarni taklif qiladigan ba'zi kompaniyalar uchun yagona imkoniyat bo'lishi mumkin. Bunday holda, farqlash strategiyasi kompaniya uchun mahsulotni modernizatsiya qilishda jiddiy ekologik investitsiyalarni qaytarishni ta'minlashning yagona usuli bo'lishi mumkin. Biroq, ushbu strategiya faqat maqsadli segmentlar kompaniyalar uchun mavjud bo'lganda mumkin. [4]

Ginsberg va Bloom (2004) yashil marketing strategiyalari ma'lum bir sohadagi "yashil" iste'mol segmentlarining ehtimoliy hajmiga va kompaniyaning ekologik siyosati asosida o'z mahsulotlarini farqlash qobiliyatiga bog'liqligini ta'kidlaydilar. Shunday qilib, mualliflar kompaniyaning "biroz yashil" dan "o'ta yashil" gacha bo'lgan to'rtta asosiy strategiyasini aniqladilar. [5]

Ushbu tahlil "yashil" marketing strategiyasini tanlashda umumiy yondashuvlarni asoslash, strategiyalarni tanlashning asosiy mezonlarini aniqlash va barcha o'ziga xos xususiyatlarni hisobga olgan holda asosiy raqobatbardosh marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun asos bo'lib xizmat qilgan organik mahsulotlar bozoriidagi tashkilotlar faoliyatining xususiyatlarini o'rganish uchun zarurdir. Keling, ushbu kompaniyalarning qisqacha tavsifiga e'tibor qarataylik.

1. Kompaniya Just for you. Siz uchun muvozanatli ovqatlanish loyihasi 2006-yil avgust oyida boshlangan va birinchi marta ekologik toza mahsulotlardan foydalanishga asoslangan ko'p yillik tibbiy tajriba va yuqori oshxonalarni birlashtirgan. Biz sizning uyingizga yoki ofisingizga yetkazib berish bilan allaqachon ishlab chiqilgan muvozanatli quvvat tizimlarini taklif etamiz. Siz to'g'ridan-to'g'ri veb-saytda mos dasturni tanlashingiz yoki mutaxassis bilan uchrashuvda parhezning yo'llarini muhokama qilishingiz va individual menyu qilishingiz mumkin.



Misol tariqasida, vazn yo'qotish uchun patentlangan muvozanatli ovqatlanish tizimining dasturini yashil rangga keltirishimiz mumkin:

- har kuni ertalab to'liq ovqatlanishni mijozlar uchun qulay joyga yetkazib berish;
- ovqatlanish vaqti va chastotasiga muvofiqligi;
- tananing fiziologik ehtiyojlarini hisobga olgan holda kun davomida oqsillar, yog'lar va uglevodlar tarkibini taqsimlash;
- mahsulotlarni qayta ishlashning zamonaviy nozik usullaridan foydalanish;
- kimyoviy qo'shimchalar va konservantlar yo'qligi va boshqalar.

Idishlarni tayyorlashda faqat vitaminlarning maksimal miqdorini o'z ichiga olgan ekologik toza mahsulotlar ishlatiladi. Dastur kundalik foydalanishni nazarda tutadi, shuning uchun tayyor ovqat olib kelingan termos sumkalari ertasi kuni kurerga qaytariladi. Dastur bo'yicha 10 kunlik parhez ovqatlanish blokining o'rtacha narxi 20-40 ming rublni tashkil qiladi.

Umuman olganda, shuni aytishimiz mumkinki, kompaniyalar strategiyani tanlashda asosan ikkita parametrga e'tibor berishadi: bozor segmentlari va ishlab chiqarish jarayonlarini o'zgartirish uchun o'zlarining imkoniyatlari, ular asosida ma'lum raqobatdosh ustunliklarga e'tibor berishadi. Oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaradigan tashkilotlarning "yashil" marketing strategiyasini tanlashning ishlab chiqilgan matritsasi bizning nuqtayi nazarimizdan barcha mumkin bo'lgan strategiyalarni to'liq aks ettiradi.

1. Atributning ahamiyatini "yashil" o'zgartirish – kompaniya iste'molchilarni mahsulotda mavjud bo'lgan mahsulotning ma'lum bir atributiga yetarlicha ahamiyat berish kerakligiga ishonitirishga harakat qilishi mumkin. Qoida tariqasida, aniq belgilangan bozor segmentiga kirishda buni qilish eng oson. Bunday holda, bolalar uchun "Nikitka" makkajo'xori tayoqchalari misol bo'la oladi.
2. Tovar ko'rinishlarini "yashil" o'zgartirish – iste'molchilar kam ma'lumotga ega bo'lishlari va brendning ekologik fazilatlarini kam baholashlari mumkin. Joylashishni o'zgartirish kerak, bu iste'molchilar idrokining o'zgarishiga ta'sir qiladi. Efko "Sloboda" mayonez brendiga e'tibor berishni taklif qiladigan ushbu strategiyadan foydalanadi.
3. Qo'shimcha qiymat asosida mahsulotni idrok etishni farqlash bu – holda kompaniya ma'lum bir segment uchun eng muhim qiymatlarni aniqlaydi va ma'lum ehtiyojlarni qondirish uchun organik mahsulotlardan foydalanadi. Sog'lom va parhezli mahsulotlarning asosi sifatida organik mahsulotlar mavjud bo'lgan biz ko'rib chiqqan "Just for you" loyihasi yorqin misoldir.
4. Qo'shimcha xizmatlarni taqdim etish bilan keng qamrovli "yashil" yondashuv – bu holda tashkilot organik ishlab chiqarishning yopiq sikliga yo'naltirilgan va qo'shimcha ravishda bozorning turli segmentlariga asoslangan bir qator xizmatlarni taqdim etadi. Masalan, xantal Glade eko-fermasida agroturizm xizmatlari ko'rsatiladi. Green Peac korporatsiyasi nafaqat mahsulot ishlab chiqaradi, balki o'z hududidan tadqiqot bazasi sifatida foydalanish imkoniyatini ham beradi.
5. Ekologik yondashuvni faoliyatning turli sohalariga integratsiyalash-bu strategiya yordamida bir korporatsiya doirasida bir necha yo'nalishda "yashil" strategiyani amalga oshirish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi. Ushbu strategiya ko'proq potensial iste'molchilarni jalb qilishga imkon beradi. Bizning holatlarimizda "organik" korporatsiyasi misol bo'la oladi.
6. Biznesga ijtimoiy va ekologik yondashuvlarning integratsiyasi-bizning fikrimizcha, ushbu konsepsiya ekologik yo'naltirilgan kompaniya rivojlanishining eng yuqori bosqichidir. Butun biznes jarayoni nafaqat organik mahsulotlar ishlab chiqarishga qaratilgan, balki uning atrof-muhitga ta'sirini ham baholaydi. Bundan tashqari, bunday kompaniyalar jamiyatning bir qator ijtimoiy vazifalarini hal qilishni o'z zim-malariga oladilar. Masalan, ular davlatning ijtimoiy dasturini qo'llab-quvvatlaydilar va nogironlarga yoki turli kasalliklarni davolashda kasbiy terapiyaga muhtoj odamlarni ish bilan ta'minlaydilar va shu bilan ularning ishlab chiqarishining ijtimoiy-axloqiy yo'nalishini yana bir bor isbotlaydilar. Bunday holda kompaniyalar, qoida tariqasida, bitta "yashil" korporativ imidjni yaratish uchun ishlaydi.

Ta'kidlash kerakki, ushbu "yashil" marketing strategiyalarining har qandayini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun atrof-muhit mahsulotlarini ishlab chiqarish texnik jihatdan maqsadga muvofiq va tijorat jihatdan jozibali bo'lishi uchun muhit yaratish kerak. Ushbu sektor xalqaro standartlarga javob beradigan huquqiy shartlar va akkreditatsiyadan o'tgan sertifikatlashtirish idoralari tomonidan himoya qilinishi kerak. Ushbu shartlar bo'lmagan taqdirda, kompaniyalar odatda faqat 1 yoki 2-strategiyaga murojaat qilishadi va organik mahsulotlar uchun



yagona standart bo'lmagan taqdirda, biz mahsulotlarni qayta joylashtirish vositalaridan biri sifatida kompaniyalar tomonidan "afsonalarni yaratish" haqida gapirishimiz mumkin.. Ushbu yondashuv juda dolzarbdir, chunki bu kompaniyaga iste'molchi ongida yetakchi o'rinni egallashga imkon beradi. Ammo bu holda quyidagi muammolar paydo bo'lishi mumkin:

1. Biznes yuritish etikasiga qarama-qarshilik, bu korxonaning tashqi mikro muhiti bilan ishlashga salbiy ta'sir qiladi.
2. Mahsulot aslida bir xil bo'lib qolmoqda, bu raqobatchilar o'z mijozlariga nisbatan ishlab chiqaruvchining biznesining nohaqligini isbotlash uchun foydalanishi mumkin bo'lgan zaif nuqtadir.
3. Ekologik toza mahsulotlar bozori sohasidagi qonunchilikni bosqichma-bosqich takomillashtirish tufayli ushbu strategiyadan foydalanish vaqtining noaniqligi.
4. Qopqoq uchun "yashil kamuflyaj" ni tanlab, ishlab chiqarishning yanada "yashil" tomoniga o'tishi o'rniga, kompaniyalar ushbu bozorda uzoq muddatli rivojlanish imkoniyatlarini buzadilar.

Shuning uchun ushbu strategiyalardan foydalanishni faqat iste'molchilar ongida yetakchi mavqega ega bo'lish uchun qisqa muddatli bosqich deb hisoblash mumkin, shu bilan birga bu joyni hech kim egallamaydi va uzoq muddatda matritsada ko'rsatilgan boshqa strategiyalardan foydalanish imkoniyatini ko'rib chiqish kerak.

Strategiyalarni tanlash asosan kompaniyaning tashkiliy o'zgarishlarga tayyorligi va "yashil" bozor segmentlarining mahsulotlar uchun yuqori narx mukofotlariga yoki "ijtimoiy ahamiyatga ega" mahsulotlarni qabul qilishga tayyorligi bilan belgilanadi.

Adabiyotlar:

1. Горшков Д.В. Рынок экологически чистых продуктов: зарубежный опыт и перспективы России // Маркетинг в России и за рубежом. - № 6. - 2004.
2. Grant J. The Green Marketing Manifesto. - Cotnwall, TJ International Ltd, 2007.
3. Холленсен С. Глобальный маркетинг/ Пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. - Мн.: Новое знание, 2004.
4. Orsato R. Competitive Environmental strategies: When does it pay to be green?//California Management review. 48 (2), 2006. P. 131.
5. Ginsberg J., Bloom P. Choosing the right green marketing strategy//MIT Sloan Management Review 46 (1). 2004. P. 79-84.

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Jtmoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2023. № 8

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Тел.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77) telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi 26-uy.

