

## EKOLOGIK TURIZM AMALIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA YASHIL MARKETING SAMARADORLIGI

**Axmedov Alisher Turayevich**

BuxDU Iqtisodiyot va turizm fakulteti

II bosqich magistranti

[alisher.axmedov.97@internet.ru](mailto:alisher.axmedov.97@internet.ru)

### **ANNOTATSIYA**

*Ekologik turizmدا yashil marketing deganda sayyohlarga tabiat bilan bog‘lanish imkonini beruvchi haqiqiy tajribalarni taqdim etish bilan birga atrof-muhitga minimal ta‘sir ko‘rsatadigan barqaror turizm amaliyotini targ‘ib qilish tushuniladi. Ushbu maqolada ekologik turizm amaliyotini rivojlantirishda yashil marketing samaradorligining nazariy asoslari tahlil qilinadi.*

### **KALIT SO‘ZLAR**

*Ekologik turizm, marketing, yashil marketing, ekoturist, yashil marketing strategiyalari.*

### **KIRISH**

Ekologik turizmدا yashil marketing deganda sayyohlarga tabiat bilan bog‘lanish imkonini beruvchi haqiqiy tajribalarni taqdim etish bilan birga atrof-muhitga minimal ta‘sir ko‘rsatadigan barqaror turizm amaliyotini targ‘ib qilish tushuniladi. Barqaror turizm amaliyotini targ‘ib qilish va mas‘uliyatli sayohatni rag‘batlantirish orqali ekologik turizmدا yashil marketing tabiiy muhit va ekotizimlarni turizmning zararli ta‘siridan himoya qilishga yordam beradi, shu bilan birga iqtisodiyot va mahalliy jamoalarni qo‘llab-quvvatlaydi.

Yashil marketing ekologik turizmni rivojlantirish uchun juda muhimdir, chunki yashil marketing zamonaviy marketingning muhim qismi hisoblangan sohadir[1]. va u

atrof-muhitga zararli bo'lgan barqaror turizm amaliyotini rivojlantirishga yordam beradi. Ekologik turizm tabiiy muhitni, ekotizimlarni va madaniy meros ob'ektlarini saqlashga, shu bilan birga sayyohlarga haqiqiy tajribalarni taqdim etishga qaratilgan. Shu sababli, yashil marketing turizmning tabiiy muhitga salbiy ta'sirini minimallashtiradigan barqaror turizm faoliyatini rivojlantirish uchun juda muhimdir. Bunga ekologik toza transport imkoniyatlarini targ'ib qilish, chiqindilarni kamaytirish, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanish va mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash kiradi.

### **ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA**

Ekologik turizm amaliyotini rivojlantirishda yashil marketingning o'rniga oid tadqiqotlar asosan xorij olimlari Madhumita Nayak[1], Alina-Cerasela Aluculesei[2], Daniel Avram[2], Puiu Nistoreanu[2], Sui he[3] tomonidan olib borilgan.

Alina-Cerasela Aluculesei[2], Daniel Avram[2], Puiu Nistoreanularning [2] fikricha, barqarorlikka e'tibor bugungi kunda turizm sanoatining kalitidir. Yashil marketing doimiy ravishda mahalliy hokimiyat organlarining kun tartibida bo'lib, ilmiy doiralar uchun ham qiziqish uyg'ota boshladi, ammo Sharqiy Evropa mamlakatlarida, ayniqsa turizmni o'rganishda unga juda kam murojaat qilindi.

Sui hening [3] fikricha, hozirgi vaqtda ekologik muhitni yaxshilash va yashil rivojlanish jamiyatning yangi kontseptsiyasi va yangi normasiga aylandi. Ekoturizm-bu turizmning yangi shakli va turizmni rivojlantirish rejimi bo'lib, u nafaqat sayyohlarning ekologiya, madaniyat va turizmga bo'lgan ko'p qirrali ehtiyojlarini qondira oladi, balki mintaqaviy iqtisodiyotning rivojlanishiga turtki beradi.

### **MUHOKAMA VA NATIJALAR**

Ekologik turizmda yashil marketing strategiyasi sayyohlar uchun haqiqiy tajribalarni taqdim etish bilan birga atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytiradigan barqaror turizm amaliyotini targ'ib qilishni o'z ichiga oladi. Strategiyaning ba'zi asosiy elementlari:

1. Ta'lim va xabardorlik: ekologik turizmda yashil marketing sayyohlar, turoperatorlar va mahalliy jamoalar o'rtasida barqaror turizm amaliyoti to'g'risida ma'lumot berish va xabardorlikni oshirishni talab qiladi. Bunga atrof-muhitni muhofaza qilishni targ'ib qiluvchi seminarlar, seminarlar va boshqa marketing kampaniyalari orqali erishish mumkin.

2. Barqaror turizm amaliyotini targ'ib qilish: marketing strategiyasi ekologik toza transport imkoniyatlarini targ'ib qilish, chiqindilarni kamaytirish, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanish va turizmning atrof-muhitga salbiy ta'sirini minimallashtirish uchun mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilishi kerak.

3. Haqiqiy tajribalar: yashil marketing strategiyasi sayyohlar uchun tabiiy muhit, mahalliy madaniyatlar va meros ob'ektlariga e'tibor qaratadigan haqiqiy tajribalarni yaratishni qo'llab-quvvatlashi kerak. Shunday qilib, sayyohlar atrof-muhit bilan bog'lanib, barqaror turizm amaliyotini qo'llab-quvvatlashga intilishlari mumkin.

4. Hamkorlik: atrof-muhitni muhofaza qilishga yo'naltirilgan mahalliy hokimiyat va tashkilotlar bilan hamkorlik marketing strategiyasining muhim qismidir. Ushbu hamkorlik barqaror turizm amaliyotini rivojlantirishga yordam beradi va tabiatni muhofaza qilish harakatlarini qo'llab-quvvatlaydi.

5. Yashil sertifikatlardan foydalanish: yashil marketing strategiyasi, shuningdek, barqaror turizm mahsulotlari va xizmatlarini oddiylardan farqlashga yordam beradigan yashil sertifikatlar va eko-yorliqlardan foydalanishni o'z ichiga olishi kerak. Ushbu sertifikatlardan foydalanish iste'molchilarning sotib olish qarorlariga ijobiy ta'sir ko'rsatishi va barqaror turizm amaliyotini targ'ib qilishi mumkin.



(1-rasm GlobalwebIndex sayti ma'lumotlariga asosan ekologik turizmدا ekoturistlarni yashil marketing orqali jalb qilishning yosh toifasi)

GlobalwebIndex sayti ma'lumotlariga asosan yashil marketing bugungi kunda ekologik turizmدا ekoturistlarni jalb qilishda eng muhim omillardan biri bo'lib hisoblanadi. GlobalwebIndex sayti ma'lumotlariga asoslanadigan bo'lsak, bunda 16-21 yosh oralig'idagi ekoturistlarni 58%ni, 22-35 yosh oralig'idagi ekoturistlarni 61%, 36-54 yosh oralig'idagi ekoturistlarni 55%ni va 55-64 yosh oralig'idagi ekoturistlarni ekologik turizmدا yashil marketing strategiyalari orqali jalb qilish mumkinligini ko'rishimiz mumkin (1 rasmga qarang).

Umumiy qilib oladigan bo'lsak umumiy sayyohlarning 55%i aynan yashil marketing strategiyalari orqali ekologik turizmga jalb qilinib kelinmoqda. O'zbekistanda ekologik turizmning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi eng katta omillardan yana biri, bu mamlakatimizda ekologik turizmning potensial mijozlarini jalb qilishda aynan yashil marketing strategiyalarning qo'llanilmasligini ko'rsatishimiz mumkin. Chunki, Marcel Merr va Marija Hamning fikricha "Yashil marketing ekologik turizm faoliyatining muhim shartidir va ular o'zaro bog'liq bo'lib, yashil marketing va ekologik turizm o'zaro ta'sirga ega".[4]

Ekologik turizm va yashil marketing bir-biri bilan chambarchas bog‘liq, chunki ikkalasi ham barqaror amaliyotni targ‘ib qilish va turizmning atrof-muhitga ta‘sirini kamaytirishga qaratilgan. Ekologik turizm ekologik mas‘uliyatli va ijtimoiy ongli sayohatni anglatadi, yashil marketing esa iste‘molchilarga ekologik toza mahsulotlar, xizmatlar va amaliyotlarni targ‘ib qilishni anglatadi.

Yashil marketing ekologik turizmning muhim tarkibiy qismidir, chunki u barqaror amaliyotni targ‘ib qilishga va ekologik jihatdan ongli sayyohlarni jalb qilishga yordam beradi. Qayta tiklanadigan energiya, suvni tejash va chiqindilarni kamaytirish kabi barqaror amaliyotlarni targ‘ib qilish orqali yashil marketing turizmning atrof-muhitga ta‘sirini minimallashtirishga yordam beradi. Bu, o‘z navbatida, mas‘uliyatli sayohatni rag‘batlantirish va tabiiy resurslar va ekotizimlarni saqlashga yordam berish orqali ekologik turizmni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlaydi.

## **XULOSA**

Xulosa qilib aytganda, ekologik turizm va yashil marketing o‘rtasidagi bog‘liqlik barqaror turizm amaliyotini targ‘ib qilish, turizmning atrof-muhitga ta‘sirini kamaytirish va ekologik turizm provayderlarining brend imidjini oshirish uchun juda muhimdir. Birgalikda ishlash orqali ekologik turizm va yashil marketing mas‘uliyatli sayohatni qo‘llab-quvvatlashga yordam beradi va tabiiy resurslar va ekotizimlarni saqlashga hissa qo‘shadi.

Bundan tashqari, yashil marketing barqarorlik va mas‘uliyatli sayohatga sodiqligini namoyish etish orqali ekologik turizm provayderlarining brend imidjini oshirishga yordam beradi. Bu yangi mijozlarni jalb qilishi va mavjudlarini saqlab qolishi va shu bilan ekologik turizmning o‘rishini qo‘llab-quvvatlashi mumkin.

**ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. Madhumita Nayak. GREEN MARKETING -THE CHANGING WAY OF MARKETING. Journal of Interdisciplinary Cycle Research 14(2) . August 2022
2. Alina-Cerasela Aluculesei ,Daniel Avram, Puiu Nistoreanu. Is Green Marketing a Label for Ecotourism? The Romanian Experience. The Best [Accounting Information System & Information Technology Business Enterprise] 11(8). August 2020.
3. Sui He. Sustainable Development Strategy of Ecotourism Marketing Based on New Media: A Case Study of Qinghai Tibet Plateau in China. Journal of Humanities and Social Sciences Studies. January 2023.
4. Marcel Merr, Marija Ham. GREEN MARKETING FOR GREEN TOURISM. Conference: 21th Biennial International Congress: Tourism & Hospitality Industry 2012: New Trends in Tourism and Hospitality Management. May 2012