

YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA MARKETING STRATEGIYALARI VA KORPORATIV MADANIYATNING KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA'SIRI

Matrizayeva Dilaram Yusupbayevna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Marketing” kafedrasida dotsenti, PhD

Mirzayeva Mohinur G'ulom qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
“Marketing” kafedrasida magistranti

Annotatsiya

Ushbu tezisdagi yashil iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalari va korporativ madaniyatning korxonalar raqobatbardoshligiga ta'siri tahlil qilingan. Xalqaro tajribalar asosida yashil marketing konsepsiyalari, innovatsion yondashuvlar va iste'molchilar xulqidagi transformatsiyalar o'rganilgan. O'zbekiston sanoat korxonalarida yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda marketing strategiyalari va korporativ qadriyatlarning uyg'unligi asosiy ustuvor yo'nalish ekanligi ko'rsatib berilgan.

Kalit so'zlar: yashil iqtisodiyot, yashil marketing, korporativ madaniyat, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, innovatsiya, boshqaruv samaradorligi

Аннотация

В данной диссертации проанализировано влияние маркетинговых стратегий и корпоративной культуры на конкурентоспособность предприятий в условиях «зеленой» экономики. На основе международного опыта изучены концепции «зеленого» маркетинга, инновационные подходы и трансформация поведения потребителей. Показано, что для промышленных предприятий Узбекистана согласование маркетинговых стратегий с корпоративными ценностями является ключевым приоритетом в развитии «зеленой» экономики.

Ключевые слова: зелёная экономика, зелёный маркетинг, корпоративная культура, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия, инновации, эффективность управления.

Abstract

This thesis analyzes the impact of marketing strategies and corporate culture on the competitiveness of enterprises in the context of the green economy. Based on international experience, green marketing concepts, innovative approaches, and transformations in consumer behavior have been examined. It is demonstrated that, for industrial enterprises in Uzbekistan, the alignment of marketing strategies with corporate values is a key priority in advancing the green economy.

Keywords: green economy, green marketing, corporate culture, competitiveness, marketing strategy, innovation, management efficiency

Bugungi kunda yashil iqtisodiyot nafaqat iqtisodiy foyda, balki ijtimoiy barqarorlik va ekologik xavfsizlikni ham ta'minlashning muhim omili sifatida qaralmoqda. BMT Barqaror rivojlanish maqsadlarida (SDGs) yashil iqtisodiyotga

o'tish ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan bo'lib, bu jarayonda korxonalarining marketing strategiyalari iste'molchilar xulqini shakllantirishda, innovatsion mahsulotlarni targ'ib qilishda va ekologik qadriyatlarni keng yoyishda muhim vosita vazifasini bajaradi.

Jahon xo'jalik tizimida barqaror rivojlanish tamoyillari tobora dolzarb bo'lib, iqtisodiyotning turli sohalarida yashil konsepsiyalarning ustuvorligi oshmoqda [1]. Yashil iqtisodiyot sanoat korxonalaridan chiqindilarni kamaytirish, energiya tejamkor texnologiyalarni qo'llash, qayta tiklanadigan resurslardan foydalanish va ekologik xavfsizlikni ta'minlashni talab qiladi [2]. Shu jarayonda marketing strategiyalari korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynaydi [3].

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki Markaziy Osiyo davlatlari tajribasida ham yashil iqtisodiyot va marketing strategiyalarining uyg'unligi sezilarli ahamiyat kasb etmoqda. Masalan, Qozog'istonda qayta tiklanadigan energiya loyihalarini qo'llab-quvvatlash doirasida mahsulotlarni eko-markirovka qilish jarayonlari yo'lga qo'yilmoqda. Rossiya Federatsiyasida esa ekologik sertifikatlash tizimi va iste'molchilar orasida "eko-brend" tushunchasi shakllanmoqda. Bu tajribalar O'zbekiston uchun ham qo'llanilishi mumkin bo'lgan samarali mexanizmlarni ko'rsatib beradi. Yevropa Ittifoqida ekologik mahsulotlarni sertifikatlash va eko-markirovka iste'molchilar ishonchini oshirish vositasi sifatida keng qo'llanmoqda [4]. AQSHda yashil marketing ko'plab kompaniyalar tomonidan korporativ ijtimoiy mas'uliyat (CSR) dasturlari bilan integratsiya qilinib, korxonalarga uzoq muddatli imij va brend qiymatini oshirish imkonini bermoqda [5]. Sharqiy Osiyo mamlakatlari - Janubiy Koreya, Yaponiya va Xitoyda esa energiya samarador mahsulotlar ishlab chiqarish bilan bir qatorda raqamli marketing vositalari orqali yashil qadriyatlarni keng auditoriyaga yetkazish mexanizmlari samarali yo'lga qo'yilgan [6].

O'zbekiston sanoat korxonalari uchun marketing strategiyalarini takomillashtirish uchun asosiy ustunlikni beradi:

1. Mahsulotlarni global bozor talablari asosida eko-sertifikatlash va eko-brendlash[7].
2. Raqobatbardoshlikni oshirish uchun innovatsion marketing yondashuvlarini (raqamli platformalar, yashil reklama, ijtimoiy marketing) qo'llash[8].
3. Iste'molchilarda ekologik qadriyatlar va mas'uliyatli iste'molchilik xulqini shakllantirish[9].

Sanoat korxonalarida boshqaruv samaradorligi bevosita ichki madaniyat bilan bog'liq. Amaliy tajriba shuni ko'rsatadiki, korporativ madaniyatga yashil qadriyatlarni singdirgan korxonalar resurslardan samaraliroq foydalanadi va bozorda barqaror imijga ega bo'ladi. Masalan, O'zbekiston sement sanoatida energiya tejamkor pechlar joriy etilishi ishlab chiqarish tannarxini kamaytirish bilan birga xodimlarda ekologik mas'uliyatni oshirdi. Shu kabi misollar yashil marketing va korporativ qadriyatlar uyg'unligi sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi.

Yashil qadriyatlarga asoslangan korporativ madaniyat:

- xodimlar motivatsiyasini oshiradi,

- innovatsion tashabbuslarni rag'batlantiradi,
- resurslardan oqilona foydalanishga undaydi,
- uzoq muddatli barqaror rivojlanishga xizmat qiladi.

O'zbekistonning "Yashil iqtisodiyot"ni rivojlantirish bo'yicha qabul qilingan strategiyasi sanoat tarmoqlarida innovatsion marketing, ekologik standartlarga mos boshqaruv mexanizmlari va korporativ qadriyatlarni uyg'unlashtirishni ko'zda tutadi. Shu nuqtai nazardan, milliy sanoat korxonalari uchun yashil iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

- marketing strategiyalarini xalqaro tajribaga moslashtirish;
- korporativ boshqaruvda ekologik qadriyatlarni singdirish;
- barqaror innovatsiyalarni milliy sharoitga tatbiq etish.

Kelgusida yashil iqtisodiyot tamoyillarini keng tatbiq etish sanoat korxonalarining nafaqat ichki samaradorligini, balki eksport salohiyatini ham oshiradi. Ekologik standartlarga mos marketing strategiyalari xorijiy bozorlar talabiga javob beradigan mahsulotlarni ilgari surish imkonini yaratadi. Shu bilan birga, yosh iste'molchilar orasida ekologik mas'uliyatli brendlar ustuvor tanlovga aylanib borayotgani O'zbekiston korxonalari uchun yangi raqobat afzalliklarini shakllantiradi.

Xulosa qilib aytganda yashil iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalari va korporativ madaniyat uyg'unligi sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omilidir. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatmoqdaki, yashil marketing vositalaridan foydalanish nafaqat iqtisodiy samaradorlikni, balki ijtimoiy mas'uliyat va ekologik barqarorlikni ham ta'minlaydi. O'zbekiston sharoitida esa marketing strategiyalarini takomillashtirish va korporativ madaniyatni ekologik qadriyatlar bilan uyg'unlashtirish sanoatning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. OECD. *Green Growth Indicators*. Paris, 2023.
2. Ottman, J. *The New Rules of Green Marketing*. Berrett-Koehler, 2011.
3. Denison, D. *Organizational Culture and Effectiveness*. IMD, 2000
4. Porter, M. *The Competitive Advantage of Nations*. Macmillan, 1990.
5. Kotler, P., Keller, K. *Marketing Management*. Pearson, 2016.
6. Peattie, K., Crane, A. *Green Marketing: Legend, Myth, Farce or Prophecy?* Qualitative Market Research Journal, 2005.
7. Schein, E. *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass, 2010.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-5853-son, 2020-yil 6-oktyabr - "Yashil iqtisodiyot"ni rivojlantirish strategiyasi to'g'risida"gi Qarori
9. "Sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishi bo'yicha milliy hisobot", O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi, 2023.