

**KORXONALARDA BARQAROR RAQOBAT USTUNLIGINI
SHAKLLANTIRISHDA EKO-MARKETINGNING O'RNI****Rahmatov Dilshod Shermat o'g'li**

TDIU ning mustaqil tadqiqotchisi

Toshkent xalqaro moliyaviy boshqaruv

va texnologiyalar universiteti

Ta'limni raqamlashtirish va talabalar

amaliyotini tashkil etish boshqarmasi menejeri

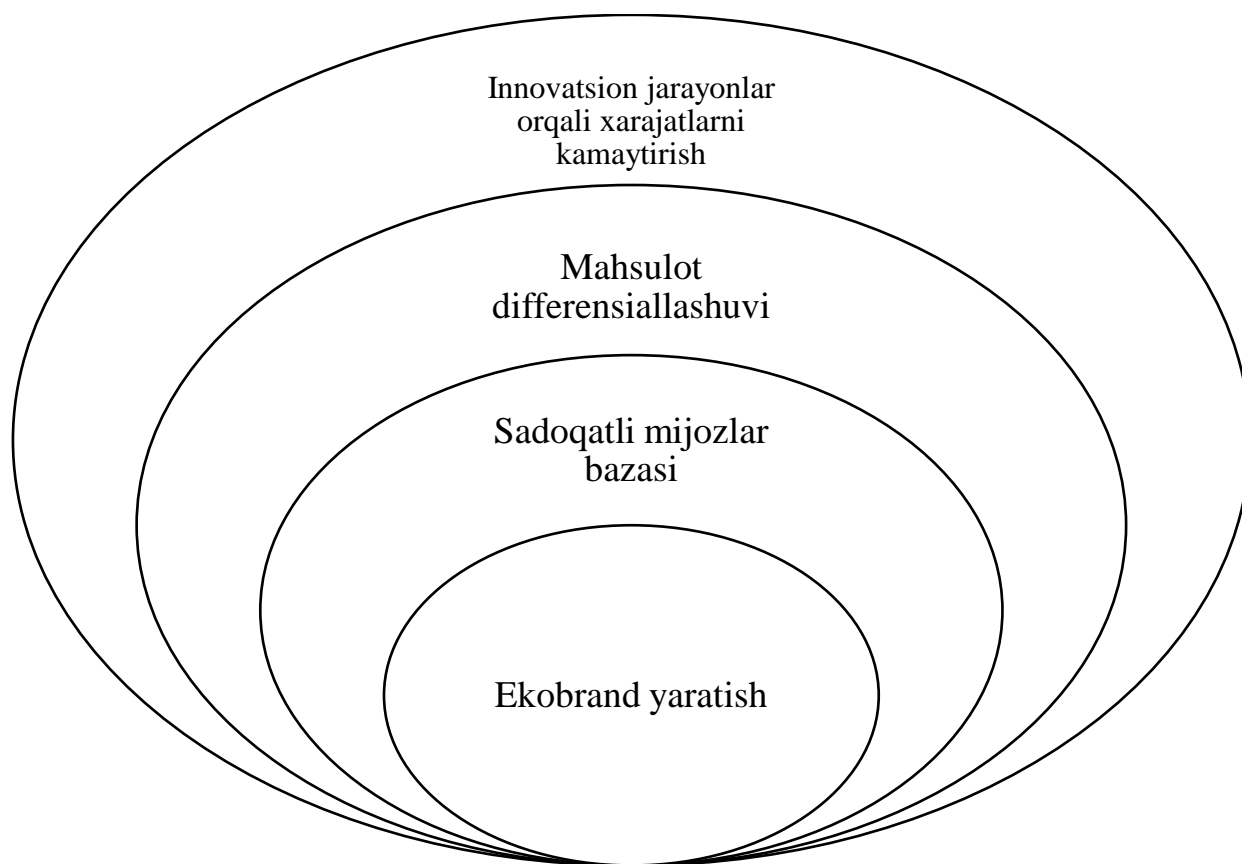
Globalashuv va iqlim o'zgarishi sharoitida korxonalar o'z strategik ustuvorliklarini qayta ko'rib chiqishga majbur bo'lmoqda. Raqobat muhitining keskinlashuvi, ekologik qonunchilikning kuchayishi hamda iste'molchilarning ekologik ongining ortib borishi korxonalardan ekologik mas'uliyatni o'z faoliyatida integratsiyalashni talab qilmoqda. Shu nuqtai nazardan, eko-marketing – ya'ni marketing faoliyatini ekologik qadriyatlar asosida tashkil qilish konsepsiyasi — korxonalarining barqaror raqobat ustunligini shakllantirishda muhim strategik vositaga aylanmoqda. Ushbu maqolada eko-marketingning mazmun-mohiyati, barqaror ustunlikka ta'siri va ilg'or tajribalar yoritiladi.

Eko-marketing – bu marketing faoliyatining ekologik tamoyillarga asoslangan shaklidir. Uning asosiy maqsadi — mahsulot yoki xizmatni atrof-muhitga minimal zarar yetkazadigan tarzda ishlab chiqarish, uni ekologik jihatdan ongli iste'molchiga yetkazish va shu orqali barqaror raqobat ustunligini shakllantirishdir. Eko-marketing quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

- ekologik xavfsiz xomashyodan foydalanish;
- resurslardan tejamli foydalanish;
- chiqindilarni kamaytirish va qayta ishlash;
- yashil reklama va halollik prinsiplariga amal qilish.

Eko-marketing brend imijini mustahkamlash, mijozlar sadoqatini oshirish va korxonani uzoq muddatli raqobat ustunligiga olib chiqishda strategik rol o'ynaydi.

Barqaror raqobat ustunligi — bu korxonaning bozorda uzoq muddat davomida o'z afzalliklarini saqlab qolish va ularni izchil takomillashtirish qobiliyatidir.



1-rasm. Eko-marketing ushbu ustunlikni yo'llar

Ekobrand yaratish – ekologik qadriyatlar asosida shakllangan brendlar iste'molchilarda ishonch uyg'otadi.

Sadoqatli mijozlar bazasi – ekologik tamoyillarga amal qiluvchi korxonalar ko'pincha mijozlar sadoqatiga erishadi.

Mahsulot differentsiallasuvi – raqobatchilarga qaraganda ekologik ustunlikka ega mahsulotlar bozorda ajralib turadi.

Innovatsion jarayonlar orqali xarajatlarni kamaytirish – ekologik toza texnologiyalar nafaqat tabiatni himoya qiladi, balki uzoq muddatda xarajatlarni kamaytiradi.

Amaliy misollarda ko'radigan bo'lsak Patagonia brendi kiyim-kechak sanoatida ekologik marketingni faol qo'llab kelmoqda. Kompaniya mahsulotlarini faqat qayta ishlangan materiallardan tayyorlaydi va iste'molchilarga ortiqcha mahsulot

xarid qilmaslikni targ'ib qiladi. Bunday yashil yondashuv brend sodiqligini kuchaytirgan.

Tesla kompaniyasi esa elektromobillarni ishlab chiqarish orqali ekologik muammolarga yechim taklif etmoqda. Tesla o'z mahsulotlarini "yashil kelajak" brendi sifatida reklama qiladi va shu orqali bozorda mustahkam pozitsiyani egallagan.

O'zbekistonda esa "Artel" kompaniyasi energiya tejamkor texnika ishlab chiqarishni yo'lga qo'ygan bo'lib, mahsulotlarida A++ energiya samaradorligi yorliqlaridan foydalanadi. Bu kompaniyaga ichki va tashqi bozorda barqaror raqobat ustunligini ta'minlashga xizmat qilmoqda.

Eko-marketing bugungi raqobat sharoitida korxonalar uchun nafaqat ijtimoiy mas'uliyat, balki barqaror raqobat ustunligining asosi sifatida xizmat qilmoqda. Korxonalar o'z mahsulotlari va xizmatlarini ekologik mezonlarga asoslab ishlab chiqsa, bu uning obro'sini oshiradi, mijozlar sadoqatini kuchaytiradi va bozorda barqaror pozitsiyani ta'minlaydi. Shunday ekan, har qanday zamonaviy korxonalar o'z marketing strategiyasida eko-marketing tamoyillarini integratsiyalash orqali uzoq muddatli muvaffaqiyat sari qadam qo'yishi mumkin.

Foydalangan adabiyotlar ro'yxati

1. Peattie, K. (1995). Environmental Marketing: A Reflective Strategy for Green Times.
2. Ottman, J. (2011). The New Rules of Green Marketing. Greenleaf Publishing.
3. OECD Green Growth Indicators, 2021.
4. UNCTAD. Sustainable branding in emerging markets, 2020.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Yashil iqtisodiyot" konsepsiyasi haqidagi PF-6024-sonli farmoni, 2020.