

Nurullayev Orzikul Ubaevich

Jizza Politehnika instituti, “Elektr texnologiyasi” kafedrası

EKOLOGIK BARQARORLIK SHAROITIDA ENERGETIKA SEKTORINING VA MARKETING STRATEGIYASINING AHAMIYATI.

Annotatsiya. Iqlim o‘zgarishlari, tabiiy resurslarning kamayishi, yashil texnologiyalarni joriy etish zarurati kabi faktorlar energetika sohasidagi marketing strategiyalarini qayta ko‘rib chiqishni talab etadi. Ushbu maqolada ekologik barqarorlik sharoitida energetika sektorining marketing strategiyasining ahamiyati va bozor yo‘nalishlariga moslashish jarayoni tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: energetika, ekagolik, faktor, marketing, texnologiya, talab, mahsulot, talab, manba, strategiya.

Нуруллаев Орзикул Убаевич

Джизакский политехнический институт, кафедра” Электротехника”

ЗНАЧЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО СЕКТОРА И МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ.

Аннотация. Изменения климата, сокращение природных ресурсов, необходимость внедрения зелёных технологий — эти факторы требуют пересмотра маркетинговых стратегий в сфере энергетики. В данной статье анализируется значимость маркетинговой стратегии энергетического сектора в условиях экологической устойчивости, а также процесс адаптации к направлениям рынка.

Ключевые слова: энергетика, экология, фактор, маркетинг, технология, спрос, продукт, источник, стратегия.

Nurullaev Orzikul Ubayevich

Jizzakh Polytechnic Institute, Department of Electrical Engineering

THE IMPORTANCE OF THE ENERGY SECTOR AND MARKETING STRATEGY IN THE CONTEXT OF ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY.

Abstract. Climate change, the depletion of natural resources, and the need to implement green technologies — these factors require a revision of marketing strategies in the energy sector. This article analyses the

significance of marketing strategy in the energy sector under conditions of environmental sustainability, as well as the process of adapting to market trends.

Keywords: energy, ecology, factor, marketing, technology, demand, product, source, strategy.

Energetika sektori bugungi kunda nafaqat iqtisodiy, balki ekologik barqarorlik nuqtai nazaridan ham jiddiy muammolarga duch kelmoqda. Iqlim o'zgarishlari, tabiiy resurslarning kamayishi, yashil texnologiyalarni joriy etish zarurati kabi faktorlar energetika sohasidagi marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqishni talab etadi. Ushbu maqolada ekologik barqarorlik sharoitida energetika sektorining marketing strategiyasining ahamiyati va bozor yo'nalishlariga moslashish jarayoni tahlil qilinadi. Energetika sektori, ayniqsa, fosil energiya manbalaridan foydalanish bilan bog'liq ekologik ta'sirlar tufayli ekologik barqarorlikka ta'sir ko'rsatadi. Iqlim o'zgarishlarini kamaytirish va tabiiy resurslarni tejashga qaratilgan tashabbuslar, masalan, qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish, barqaror energetika tizimlarini rivojlantirish zaruriyati keltirib chiqarmoqda. Bu o'z navbatida energetika korxonalarining marketing strategiyalarini yangilashni va bozor yo'nalishlariga moslashishni talab qiladi.

Energetika sektori bozorining asosiy xususiyati, ayniqsa ekologik barqarorlikka aloqador bo'lgan bo'lsa, keng miqyosdagi texnologik innovatsiyalarni o'z ichiga oladi. Buning sababi shundan iboratki, qayta tiklanuvchi energiya manbalariga bo'lgan talab oshmoqda, bu esa ishlab chiqarish jarayonlariga va mahsulotlarga yangi texnologiyalarni qo'llashni talab etadi. Energetika marketingi, ayniqsa, yangi ekologik talablar asosida kompaniyalar tomonidan innovatsion va energiya tejovchi mahsulotlarni ishlab chiqishga yo'naltiriladi.

Marketing strategiyasining muvaffaqiyatli bo'lishi uchun bozordagi o'zgarishlarga tezda moslashish zarur. Energetika sektori uchun bu o'zgarishlar, ayniqsa, ekologik talablar va energiya samaradorligi bo'yicha yangi

regulyatsiyalar bilan bog'liq bo'ladi. Shu sababli, ekologik barqarorlikni ta'minlash uchun marketing strategiyasi faqatgina mahsulot ishlab chiqarishga emas, balki bozordagi ehtiyojlarni o'rganish va mos ravishda ishlab chiqarish jarayonlarini tashkil qilishga ham yo'naltiriladi. Shunday qilib, bozordagi energiya samaradorligi va ekologik toza texnologiyalarga bo'lgan talablarni o'rganish orqali kompaniyalar yangi strategiyalar ishlab chiqishi kerak.

1970–1980-yillarda ilmiy-texnik taraqqiyotning tezlashishi natijasida mahsulot va texnik yangiliklarning hayotiy siklining qisqarishi, shuningdek, energiya tejamkor texnologiyalariga bo'lgan talabning oshishi energetika marketingi sohasida yangi yondashuvlarni keltirib chiqardi. Energetika kompaniyalari yangi texnologiyalarni ishlab chiqish, mavjud resurslardan samarali foydalanish va ekologik barqarorlikni ta'minlash uchun marketing strategiyalarini yangilashga majbur bo'lmoqda. Ushbu o'zgarishlar, ayniqsa, qayta tiklanuvchi energiya manbalarini qo'llashda o'z ifodasini topadi.

Energetika sohasida xizmatlar marketingi ham juda muhim ahamiyatga ega. Masalan, energiya ta'minotiga doir xizmatlar, energiya samaradorligini oshirish bo'yicha maslahatlar, hamda energiya tejoychi texnologiyalarni joriy etish kabi xizmatlar marketingining rivojlanishi korxonalarning bozor talablariga tez moslashishini ta'minlaydi. Energetika xizmatlari, ayniqsa, ekologik barqarorlikni ta'minlashga qaratilgan bo'lsa, kompaniyalar uchun raqobatbardoshlikni oshirishga yordam beradi.

Shunday qilib, ekologik barqarorlik sharoitida energetika sektorining marketing strategiyasi kompaniyalar uchun muhim rol o'ynaydi. Bozorning ekologik talablari va yangi texnologik yechimlar energiya ishlab chiqaruvchi kompaniyalarni yangi strategiyalarni ishlab chiqishga majbur qiladi. Energetika marketingi faqatgina mahsulotlar sotish bilan cheklanmay, balki texnologik yangiliklar va xizmatlar orqali ham bozor talablariga javob berishga yo'naltirilgan bo'lishi kerak. Bu o'zgarishlar, o'z navbatida, ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 15th ed. – London: Pearson Education, 2016.
2. Bagheri M., Shabani M. The Role of Green Marketing in Energy Sector // International Journal of Environmental Science and Technology. – 2015. – Vol. 12, № 1. – P. 213–220.
3. Blomberg J., Gray E. Energy Efficiency in the Industrial Sector A Comprehensive Guide to Energy Management. – Berlin: Springer, 2017.
4. World Energy Council. World Energy Trilemma Index Understanding the Global Energy Landscape. – 2019. – URL: <https://www.worldenergy.org> (дата обращения: 05.06.2025).
5. Sorrell S. Energy Efficiency and Sustainability Understanding the Dynamics of Industrial Energy Consumption. – London: Routledge, 2015.
6. Gunningham N., Sinclair D. Energy Regulation and Ecological Sustainability Policy Practice and Law. – Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013.
7. United Nations Environment Programme. Emissions Gap Report 2018 A UNEP Synthesis Report. – Nairobi: UNEP, 2018.
8. International Energy Agency. Energy Efficiency 2020 Analysis and Key Findings. – Paris: IEA Publications, 2020.
9. Мухаммадиев Б. С., Шукуров С. У. ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ДАТЧИКОВ В ПРОИЗВОДСТВЕ //Экономика и социум. – 2025. – №. 9-1 (136). – С. 680-684.
10. Saparovich M. B., Akbarovna K. M. O'LCHASH ISHLARIDA INTELLEKTUAL DATCHIKLARDAN FOYDALANISHNING AFZALLIKLARI //THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY. – 2024. – Т. 3. – №. 28. – С. 48.