



# IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

*Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal*

## №12



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

# 2025



## IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

*Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal*

### Bosh muharrir:

**Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich**

*Elektron nashr. 2025-yil, dekabr.*

### Bosh muharrir o'rinbosari:

**Karimov Norboy G'aniyevich**

### Muharrir:

**Qurbonov Sherzod Ismatillayevich**

### Tahrir hay'ati:

**Salimov Oqil Umrzoqovich**, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi  
**Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich**, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi  
**Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich**, texnika fanlari doktori (DSc), professor  
**Rae Kvon Chung**, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati  
**Osman Mesten**, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari  
**Axmedov Durbek Kudratillayevich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Axmedov Sayfullo Normatovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Kalonov Muxiddin Baxritdinovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Siddiqova Sadoqat G'afforovna**, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)  
**Xudoyqulov Sadirdin Karimovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Maxmudov Nosir**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Yuldashev Mutallib Ibragimovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Samadov Asqarjon Nishonovich**, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor  
**Slizovskiy Dimitriy Yegorovich**, texnika fanlari doktori (DSc), professor  
**Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Axmedov Ikrom Akramovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Hakimov Nazar Hakimovich**, falsafa fanlari doktori (DSc), professor  
**Musayeva Shoira Azimovna**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor  
**Ali Konak (Ali Ko'nak)**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)  
**Cham Tat Huei**, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)  
**Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.  
**Utayev Uktam Choriyevich**, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari  
**Ochilov Farkhod**, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i  
**Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich**, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent  
**Axmedov Javohir Jamolovich**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)  
**Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li**, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi  
**Bobobekov Ergash Abdumalikovich**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.  
**Djudi Smetana**, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)  
**Krissi Lyuis**, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)  
**Glazova Marina Viktorovna**, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)  
**Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent  
**Sevil Piriyeva Karaman**, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)  
**Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li**, TDIU ITI departamenti rahbari  
**Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li**, TDIU katta o'qituvchisi  
**Golisheva Yelena Vyacheslavovna**, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



## IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

*Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal*

### Editorial board:

**Salimov Okil Umrzokovich**, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan

**Abdurakhmanov Kalandar Khodjavevich**, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan

**Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich**, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor

**Rae Kwon Chung**, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate

**Osman Mesten**, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society

**Akhmedov Durbek Kudratillayevich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Akhmedov Sayfullo Normatovich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Kalonov Mukhiddin Bakhriddinovich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Siddikova Sadokat Gafforovna**, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences

**Khudoykulov Sadirdin Karimovich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Makhmudov Nosir**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Yuldashev Mutallib Ibragimovich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Samadov Askarjon Nishonovich**, Candidate of Economic Sciences, Professor

**Slizovskiy Dmitriy Yegorovich**, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor

**Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Akhmedov Ikrom Akramovich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Eshtayev Alisher Abduganiyevich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

**Khakimov Nazar Khakimovich**, Doctor of Philosophy (DSc), Professor

**Musayeva Shoira Azimovna**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor

**Ali Konak**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)

**Cham Tat Huei**, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)

**Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor

**Utayev Uktam Choriyevich**, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan

**Ochilov Farkhod**, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan

**Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

**Akhmedov Javokhir Jamolovich**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences

**Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli**, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer

**Bobobekov Ergash Abdumalikovich**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor

**Judi Smetana**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)

**Chrissy Lewis**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)

**Glazova Marina Victorovna**, Doctor of Sciences in Economics (Moscow))

**Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor

**Sevil Piriyeva Karaman**, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)

**Mirzaliyev Sanjar Makhmatjon ugli**, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE

**Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli**, Senior lecturer at TSUI

**Golisheva Yelena Vyacheslavovna**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

#### Ekspertlar kengashi:

**Berkinov Bazarbay**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Po'latov Baxtiyor Alimovich**, texnika fanlari doktori (DSc), professor  
**Aliyev Bekdavlal Aliyevich**, falsafa fanlari doktori (DSc), professor  
**Isakov Janabay Yakubbayevich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor  
**Xalikov Suyun Ravshanovich**, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent  
**Rustamov Ilhomiddin**, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent  
**Hakimov Ziyodulla Ahmadovich**, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent  
**Kamilova Iroda Xusniddinovna**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)  
**G'afurov Doniyor Orifovich**, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)  
**Fayziyev Oybek Raximovich**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent  
**Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent  
**Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi**, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent  
**Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna**, katta o'qituvchi  
**Babayeva Zuhra Yuldashevna**, mustaqil tadqiqotchi  
**Komilova Nilufar Karshiboyevna**, Geografiya fanlari doktori, professori  
**Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent  
**Zebo Kuldasheva**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent  
**Abdukarimova Dinara Rustamxanovna**

#### Board of Experts:

**Berkinov Bazarbay**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor  
**Pulatov Bakhtiyor Alimovich**, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor  
**Aliyev Bekdavlal Aliyevich**, Doctor of Philosophy (DSc), Professor  
**Isakov Janabay Yakubbayevich**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor  
**Xalikov Suyun Ravshanovich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
**Rustamov Ilkhomiddin**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
**Khakimov Ziyodulla Akhmadovich**, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
**Kamilova Iroda Xusniddinovna**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics  
**Gafurov Doniyor Orifovich**, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy  
**Fayziyev Oybek Raximovich**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor  
**Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich**, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor  
**Xamidova Faridaxon Abdulkarimovna**, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
**Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna**, Senior Lecturer  
**Babayeva Zuhra Yuldashevna**, Independent Researcher  
**Komilova Nilufar Karshiboyevna**, Doctor of Geographical Sciences, Professor  
**Umirzokov Jasur Artiqboy ugli**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor  
**Zebo Kuldasheva**, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor  
**Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna**

- 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

**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

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA DAVRIDA TIJORAT BANKLARI LIKVIDLILIK XAVFINI BOSHQARISHI.....	44
<b>Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li</b>	
TURIZM XIZMATLAR BOZORI ISTE'MOLCHILARINI SEGMENTLASH USULI ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA KONSEPSIYASINI ISHLAB CHIQUISH.....	48
<b>Maxmudova Aziza Pirmamatovna</b>	
"INNOVATSION AGROTEKNOLOGIYALAR VA "YASHIL IQTISODIYOT" TAMOIYILLARI ASOSIDA G'ALLA YETISHTIRISH BARQARORLIGINI BAHOLASH.....	53
<b>Turayeva Gulizahro</b>	
АНАЛИЗ ЦЕНОБРАЗОВАНИЯ НА ЗЕРНОВЫЕ ПРОДУКТЫ ПО ДАННЫМ МАРКЕТИНГОВЫМ ИСЛЕДОВАНИЯМ (НА ПРИМЕРЕ НАМАНГАНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	57
<b>Бахриддинов Жаҳонгирбек Равшанжон ўғли</b>	
KICHIK BIZNES RIVOJINI TA'MINLASHDA BOZOR INFRATUZILMALARINING AHAMIYATI.....	62
<b>G'aniyev Botir Baxtiyorovich, Zakirova Gulnora Mirzaliyevna</b>	
KICHIK SANOAT ZONALARI FAOLIYATINI SAMARALI BOSHQARISH METODOLOGIYASI VA YO'LLARI.....	67
<b>Shodmonqulov Kamoliddin Murodillaevich</b>	
INNOVATION FAOLIYAT XARAJATLARINING BUXGALTERIYA HISOBI VA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH.....	73
<b>Mustafoyev Akbar Mustafo o'g'li</b>	
MAHSULOT DIVERSIFIKATSIYASI VA LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA EKSPORT POTENSIALINI OSHIRISH YO'LLARI.....	78
<b>Maxkamov Ibrayim, Jo'raboyeva Shohida Kamoliddin qizi</b>	
REKLAMA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI ROLI.....	83
<b>Abdusalilova Laylo To'xtasinovna, Raxmonqulova Shahrizoda</b>	
SIRKULAR IQTISODIYOTDA YOPIQ SIKL NAZARIYASINING ROLI.....	87
<b>Sodikov Zokir Rustamovich</b>	
YASHIL TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHDA MOLIYAVIY RAG'BATLAR VA ULARNING NATIJALARI.....	92
<b>Axmadjonova Gulmira Xabibulla qizi</b>	
MAMLAKAT IQTISODIYOTI RIVOJLANISHIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING ROLI.....	97
<b>G'aniyev Baydulla Toshmurodovich</b>	
АНАЛИЗ ПОДХОДОВ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ: СРАВНЕНИЕ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ.....	101
<b>Даулетиярова Шахло</b>	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ УЗБЕКИСТАНА.....	109
<b>Кадилова Хадича Тураевна</b>	
XORIJ MAMLAKATLARINING IQTISODIYOTNI UGLERODSIZLASHTIRISH STRATEGIYALARI: O'ZBEKISTON UCHUN TAKLIFLAR.....	115
<b>D.X. Pulatov, F.E.Shamsiyev</b>	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLIYASI: MUAMMOLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	125
<b>Sattorov Ixtiyor Ochilovich, Karimov Shohruh Yo'ldoshali o'g'li</b>	
HISOB SIYOSATI TARKIBIY TUZILISHI MASALALARI.....	133
<b>Botirova Raximaxon Abdujabbarovna</b>	
QURILISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING MOLIYAVIY TAHLILI.....	136
<b>Musayeva Shoirazimovna</b>	



KICHIK SANOAT ZONALARINI RIVOJLANTIRISH ORQALI AHOLI TURMUSH FAROVONLIGINI OSHIRISH.....	144
<i>Axmedov Oybek Turgunpulatovich</i>	
O'ZBEKISTON SUG'URTA BOZORI PORTFELI TAHLILI.....	149
<i>Madraximov Ilxom Kamilovich</i>	
FOYDA SOLIG'INING O'ZIGA XOS MUAMMOLI JIHATLARI.....	154
<i>Zaripov Xusan Baxodirovich</i>	
AGRAR SEKTORNI INNOVATSION MODERNIZATSIYA QILISHDA INVESTITSIYA OQIMLARINI BOSHQARISH MODELLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	159
<i>Xamrayev Quvvat Iskandarovich</i>	
OLIY TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDA MARKETING TADQIQODLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	163
<i>Jalilov Jamshid G'anjionovich, Safarov Zavqiddin Zokir o'g'li</i>	
MINTAQA SANOAT TARMOG'I RIVOJLANISHINING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILI.....	168
<i>Xayitboev Abror Quvondiqovich</i>	
РОЛЬ СМЕШАННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ (BLENDED FINANCE) В ПОВЫШЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ: УРОКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН.....	174
<i>Гулмаматова Дурдона Шерали кизи</i>	
KORXONALARDA STRATEGIK BOSHQARUV.....	180
<i>Musayeva Dilnoza Dilshatovna</i>	
BANK TIZIMIDA MARKETING AHAMIYATI VA BANK MARKETINGI.....	184
<i>Usubjonov Zaxriddin Vasliddin o'g'li</i>	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN XORJIY KREDIT MABLAG'LARINI JALB KILISH HUQUQIY JIHATLARI.....	189
<i>Qulliyev Anvar Zayniddinovich</i>	
TIJORAT BANKLARINI TRANSFORMATSIYALASH SHAROITIDA CHAKANA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.....	194
<i>Alimov Umid O'ktambayevich</i>	
MAHSULOTLARNING RAQAMLI PASPORTI TIZIMINI JORIY ETISH OMILLARI VA TO'SIQLARI.....	200
<i>Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi</i>	
KORXONALARDA FOYDA VA ZARARLARNI TAHLIL QILISHDA INNOVATSION METODLAR AHAMIYATI.....	207
<i>Ernazarov Ortiq Eshnazarovich, Farog'at Xo'jabekova</i>	
ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ, А ТАКЖЕ НОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ.....	212
<i>Останов Эгамберди</i>	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA INNOVASION TEXNOLOGIYALARNI INTEGRATSIYALASH: MOHIYATI VA RIVOJLANISH IMKONIYATLARI.....	218
<i>Xakimova Xulkar Xamidovna</i>	
QORAQALPOG'ISTON VA XORAZM OZIQ-OVQAT SANOATINING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILI HAMDA UNI YANADA RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.....	224
<i>Tleuov Niyetulla Raxmanovich</i>	
OILAVIY KORXONALARNING IQTISODIY TIZIMDAGI O'RNI.....	230
<i>Shadiyeva Gulnora Mardiyevna, Rustamova Zarina Rustamovna</i>	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETING FAOLIYATINI MODELLASHTIRISH VA BOSHQARISH MEKANIZMLARI.....	234
<i>Sadikov Shoxrux Shuxratovich</i>	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASI KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA RAQAMLI XIZMATLARNING AHAMIYATI.....	238
<i>Asenbaeva Aydaygul Edenbaevna</i>	
BARQARORLIK VA YASHIL MENEJMENT: ILMIY-NAZARIY YONDASHUVLAR VA AMALIY AHAMIYATI.....	242
<i>Djalilova Dilbar Abdikarim qizi</i>	



HUDUDLARNING IQTISODIY SALOHİYATINI INNAVATSION-INVESTITSION BOSHQARISH STRATEGIYASI VA MEXANIZMI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA).....	247
<i>Maqsudova Malohatxon Maqsudovna, Yaxshimuratov Maqsadbek Narimon o'g'li</i>	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI DAVLAT BUDJETINI 2026-YILGI SOLIQ SIYOSATINING TAHLILI VA XALQARO SOLISHTIRMA YONDASHUVI .....	251
<i>Abdullayev Zafarbek Safibullayevich</i>	
O'ZBEKISTON MINTAQALARIDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH OMILLARI .....	256
<i>Mamataliyeva Dilnoza Raxmonovna</i>	
TRANSFORMATSIYALASHUV SHAROITIDA INVESTITSİYALAR SHAKLLANISHI VA ULARNI SAMARALI BOSHQARISH YO'NALISHLARI.....	259
<i>To'rayev Jasurali To'rayevich</i>	
O'ZBEKISTONDA SAVDO TASHKILOTLARINING FAOLIYATI VA RIVOJLANISH HOLATI .....	264
<i>B. Sulaymonov</i>	
NAMANGAN VILOYATIDA "YASHIL IQTISODIYOT" MODELIGA O'TISH JARAYONIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING IQTISODIY FAOLLIGI.....	270
<i>Xonto'rayev Obbosxon Kamolxon o'g'li</i>	
O'ZBEKISTONDA "YASHIL" IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI .....	274
<i>Xoshimov Pazliddin Zuxurovich</i>	
KICHIK BIZNES ORQALI ISH O'RINLARINI YARATISH STRATEGIYALARI: NAMANGAN VILOYATI MISOLIDA.....	278
<i>Ergasheva Nigora Abdigapparovna</i>	
MAMLAKATIMIZDA QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'INING IJTIMOIIY-IQTISODIY AHAMIYATI .....	283
<i>Quryozov Sardorbek Sharifboevich</i>	
РАЗРАБОТКА И ПРИОРИТИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ ИНДИКАТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЛЯ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЙ ПАНЕЛИ МОНИТОРИНГА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БОЛЬНИЦ: ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА СО СТОРОНЫ РУКОВОДИТЕЛЕЙ МЕДУЧРЕЖДЕНИЙ .....	290
<i>Шухратов Мамуржон Шухрат угли</i>	
MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYAT ORGANLARINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA BOSHQARISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR .....	297
<i>Nurmurodov Zafarjon Nurmurod o'g'li</i>	
BANK TIZIMINING BARQAROR MOLIVAVIY RIVOJLANISHINI TA'MINLASH VOSITALARI .....	303
<i>Sadikov Iskandar Gayratovich</i>	
ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА.....	308
<i>Халиков С. Х.</i>	
HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA KICHIK BIZNESNI ROLI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH CHORALARI .....	313
<i>Ergashev Jamshid Jamoliddinovich</i>	
ИСТОРИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС СТАНОВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	317
<i>Мажидова Фарангиз Фуркатзода</i>	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDAGI TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	321
<i>Isakov Oybek Jamoliddinovich</i>	
NORASMIY KOOPERATSIYA MUNOSABATLARINING FERMER XO'JALIKLARI YETISHTIRGAN MAHSULOT MIQDORIGA TA'SIRINI BAHOLASH.....	325
<i>Ismoilov Azamat</i>	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA FOIZ RISKINI BOSHQARISH AMALIYOTI .....	332
<i>Seitnazarov Daniyar Baxadirovich</i>	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA SUT VA SUT MAHSULOTLARINI QAYTA ISHLOVCHI KORXONALAR FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH.....	341
<i>Normuradov Nurbek Sunatilloevich</i>	
"AYOL RAHBARLAR: RAHBARLIK SALOHİYATI VA ISH JOYIDA TENGLIK" FRANSIYA DAVLATI TAJRIBASI ASOSIDA .....	346
<i>Abduraxmonova Feruzabonu</i>	



QISHLOQ XO'JALIGIDAGI KLASTERLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH.....	352
Dildora Yuldasheva	
TIJORAT BANKLARINING DEPOZIT BAZASINING YETARLILIGINI TA'MINLASH YO'LLARI .....	359
I.J. Isakov	
OLIY TA'LIM SIFATINI OSHIRISH VA IQTISODIY DIAGNOSTIKA O'TKAZISHNING XORIJ TAJRIBASI .....	363
Xo'jaxonov Ma'rufxon Xamidxonovich, Axmedov Oybek Turg'unpulatovich	
INKLYUZIV TA'LIMNI MOLIYAVIY QO'LLAB-QUVVATLASHDAGI MUAMMOLAR VA ULARNI YECHISH YO'LLARI.....	369
Egamberdiyeva Dilorom Botir qizi, Pulatova Moxira Baxtiyorovna	
“KREATIV IQTISODIYOT” HAMDA “TURIZM” TUSHUNCHALARINING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI .....	374
Abdurasulov Shovqiddin Erkin o'g'li	
THE STRATEGIC ROLE OF THE INDUSTRIAL SECTOR IN THE NATIONAL ECONOMY AND DEVELOPMENT FACTORS.....	380
Rakhimov Bakhromjon Ibroximovich	
INVESTITSIYALARNI MOLIYALASHTIRISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI.....	386
Ismailov Dilshod Anvarjonovich	
GLOBAL INCOME INEQUALITY IN 2024: CAUSES, PATTERNS, AND CONSEQUENCES.....	393
Ilxomjonov Jaxongir Alisher o'g'li	
ТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СВОБОДНО ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ .....	401
Шарифходжаев Шавкат Окилович, Ачилова Ширин Шавкат кизи	
O'ZBEKISTON KON-METALLURGIYA SANOATI: RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA HOZIRGI HOLATI .....	407
Ergashov Botirjon Ergashovich	
PENSIYA JAMG'ARMASIDA DAVLAT BUDJETI TRANSFERTLARI ULUSHI HAMDA UNING XORIJ TAJRIBASI .....	415
Sherjonov Doniyor Saparbayevich	
O'ZBEKISTON SANOAT KORXONALARINI QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORIDAN FOYDALANIB MOLIYALASHTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA MUAMMOLARI.....	419
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'I BO'YICHA FIRIBGARLIKLAR: MEXANIZMLARI, SABABLARI VA ULARNI OLDINI OLIISH YO'LLARI.....	425
Eshkarayev Bobir Chariyevich	
TOG' VA TOG'OLDI HUDUDLARIDA QISHLOQ XO'JALIGINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI VA IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	431
Abdulxayeva Gulshan Maxmudovna	
TURIZM SOHASINING IJTIMOIIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI (SAMARQAND VILOYATI MISOLIDA).....	435
Xalimov Shaxboz Xalimovich	
SANOATDA IQTISODIY MOLIYAVIY HISSOBOTLAR XALQARO STANDARTLARINI RAQOBATBARDOSH KORPORATIV STRATEGIYALARNI SHAKLLANTIRISHDA QO'LLASH.....	442
Turaboev Ibroxim Ismoil o'g'li	
ФОНДИРОВАНИЕ И СТРАХОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ АПК: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ .....	447
Дурманов Акмал Шаймарданович	
PAHTA-TO'QIMACHILIK KLASTERLARI RIVOJLANISHINING STATISTIK KO'RSATKICHLARI TAHLILI .....	456
Atajanova Guli Maxsudbekovna	
JAHON MOLIYAVIY BOZORLARI BARQARORLIGIGA GLOBAL IQTISODIY INQIROZLAR VA GEOSIYOSIY OMILLARNING TA'SIRI HAMDA ULARNI BOSHQARISH STRATEGIYALARI .....	462
Abdurazakova Nargiza Rixsibayevna	





QISHLOQ XO'JALIGIDA RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH VA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARINI ISHLAB CHIQRISHDA BOSHQARUV QARORLARINING IQTISODIY TAHLILI.....	467
<b>Mamadiyarov Dilshad Uralovich</b>	
PAXTA TOZALASH KORXONALARINING TARKIBIY BO'LINMALARIDA MOLIVAVIY BOSHQARUV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	474
<b>Murodov Orif Jumayevich, G'ulomov Xaydarbek Ilyos o'g'li</b>	
BARQAROR KELAJAK SARI: MAMLAKATDA EKOLOGIK XAVFSIZLIKNI MUSTAHKAMLASH .....	482
<b>Abdullaev Shavkatjon Maxmudillaevich</b>	
ZAMONAVIY IQTISODIY SHAROITLARDA KORXONALARNING MOLIVAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASH .....	487
<b>Abdulakimova Moxina Farxod qizi</b>	
UMUMIY OVQATLANISH SHAHOBCHALARINING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH.....	493
<b>Amiriddinova Muslima Zayniddin qizi</b>	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA MIJOZLAR EHTIYOJINI O'RGANISH VA XIZMAT SIFATINI OSHIRISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI .....	498
<b>Babayeva Lola Ibragimovna</b>	
MINTAQADA TARIXIY VA MADANIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARINI KENGAYTIRISHDA DAVLAT HAMDA XUSUSIY SHERIKCHILIK TIZIMIDAN FOYDALANISH .....	504
<b>Xusanov Chari Kadirovich</b>	
PROSPECTS FOR IMPROVING INFRASTRUCTURE FOR SMALL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN.....	509
<b>Botirova Xulkar Olimjonovna</b>	
THE IMPACT OF AGRICULTURAL CLUSTERS ON FOOD SECURITY AND MACROECONOMIC STABILITY .....	514
<b>Sherkulov Shohruh Erkin ugli</b>	
OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA ISSIQXONA IQTISODIYOTINI O'RNI VA NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLAR.....	520
<b>Otavullaev Sukhrob Sa'dullo o'g'li</b>	
IJTIMOY AHAMIYATI YUQORI LOYIHALARNI DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIGI ASOSIDA BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH .....	524
<b>Taspanova Ayzada Kenjebayevna</b>	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQOBAT STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH .....	529
<b>Sharopova Nafosat Radjabovna, Jamolova Aziza</b>	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARIDA ISTE'MOLCHILARNING XULQ-ATVORINI O'RGANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	537
<b>Sultonova Zulxumor, Bobojonov Baxrombek Ro'zimovich</b>	
INTERNATIONAL TRADE BETWEEN INTEGRATION AND ISOLATION: INNOVATION AND UNCERTAINTY IN A FRAGMENTING GLOBAL ECONOMY.....	542
<b>Zakhidov Azizbek Rustamovich</b>	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI QO'NG'IROT TUMANIDA SIGIRLAR BOSH SONINING PROGNOZ KO'RSATKICHLARI .....	548
<b>Sabit Gabbarov</b>	
TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI EKSPORTINI OSHIRISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH .....	552
<b>Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, Xo'janova Husnora</b>	
O'ZBEKISTONDA IQTISODIY O'SISH SIFAT OMILLARINING TA'SIRINI BAHOLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	558
<b>Bustonov Mansurjon Mardonakulovich</b>	
ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ СТАБИЛЬНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ.....	567
<b>Зайналов Джохонгир Расулович</b>	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКОВ КАПИТАЛОВ .....	571
<b>Хотамкулова Мадина Санжар кизи, Зайналов Джохонгир Расулович</b>	



IPOTEKA KREDITI MEXANIZMLARINI RIVOJLANTIRISH BO'YICHA AMALIY ISHLAR TAHLILI .....	576
A'zamxo'jayeva Nihola Sulaymon qizi	
KORXONALARDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNING XORIJ TAJRIBASI .....	581
Abdurashidova Nigora Alisherovna, Abduqodirova Donoxon	



# KORXONALARDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNING XORIJ TAJRIBASI

**Abdurashidova Nigora Alisherovna**

TDIU, Marketing kafedrası katta o'qituvchisi, PhD

Email: [nigorabdurashidova@gmail.com](mailto:nigorabdurashidova@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-0255-482X

**Abduqodirova Donoxon**

TDIU, Kechki ta'lim va magistratura fakulteti

MRT-25 guruh talabasi

Email: [abdukodirovado26@gmail.com](mailto:abdukodirovado26@gmail.com)

ORCID:0009-0007-1845-5432

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada korxonalarda yashil marketing strategiyalarining xorijiy amaliyotlari tahlil qilinadi hamda ushbu yondashuvning nazariy asoslari qisqacha yoritiladi. Shuningdek, kompaniyalar tomonidan qo'llanilayotgan asosiy instrumentlar — yashil mahsulotlar, ekologik toza qadoqlash, mahsulotning "hayotiy tsikli"ga oid xabardorlik, yashil brendni pozitsiyalash va yashil kommunikatsiyaning samaradorligi masalalari ochib beriladi. Tadqiqot Scopus va Web of Science ilmiy bazalarida chop etilgan yetakchi olimlarning mualliflik yondashuvlariga tayangan holda olib borilib, adabiyotlar tahlili hamda xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida qiyosiy tahlil usullaridan foydalanildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, yashil marketing strategiyalarining izchil joriy etilishi korxonaga imijini mustahkamlaydi, iste'molchilar ishonchini oshiradi va uzoq muddatli moliyaviy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Mazkur jarayonning samaradorligi esa korxonaning ichki ekologik majburiyatlari, mahsulot sifati, narx siyosati hamda iste'molchilarning ekologik xabardorlik darajasi bilan uzviy bog'liqdir.

**Kalit so'zlar:** yashil marketing, yashil innovatsiyalar, yashil brend, greenwashing (soxta ekologik qiyofa yaratish), yashil marketing strategiyalari, iste'molchi.

**Abstract.** This article analyzes international practices of implementing green marketing strategies in enterprises and briefly examines their theoretical foundations. Particular attention is given to key instruments applied by companies, including green products, environmentally friendly packaging, life-cycle awareness, green brand positioning, and the effectiveness of green communication. The study is based on scholarly approaches published by leading researchers in the Scopus and Web of Science databases and employs literature review and comparative analysis of foreign experiences. The findings indicate that the consistent implementation of green marketing strategies enhances corporate image, increases consumer trust, and contributes to long-term financial sustainability. The effectiveness of these strategies largely depends on a company's internal environmental commitments, product quality, pricing policies, and the level of consumers' environmental awareness.

**Key words:** green marketing, green innovations, green brand, greenwashing (false environmental positioning), green marketing strategies, consumer.

**Аннотация.** В данной статье анализируются зарубежные практики применения зелёных маркетинговых стратегий на предприятиях, а также кратко рассматриваются их теоретические основы. Особое внимание уделено ключевым инструментам, используемым компаниями, таким как зелёные продукты, экологически безопасная упаковка, осведомлённость о жизненном цикле продукции, позиционирование зелёного бренда и эффективность зелёных коммуникаций. Исследование основано на научных подходах ведущих учёных, опубликованных в базах данных Scopus и Web of Science, и проведено с применением методов анализа литературы и сравнительного анализа зарубежного опыта. Результаты исследования показывают, что последовательное внедрение зелёных маркетинговых стратегий способствует укреплению имиджа компании, повышению доверия потребителей и обеспечению долгосрочной финансовой устойчивости. Эффективность данных стратегий в значительной степени определяется уровнем внутренних экологических обязательств компании, качеством продукции, ценовой политикой и степенью экологической осведомлённости потребителей.

**Ключевые слова:** зелёный маркетинг, зелёные инновации, зелёный бренд, greenwashing (создание ложного экологического имиджа), стратегии зелёного маркетинга, потребитель.



## KIRISH

So'nggi o'n yilliklarda butun dunyoda ekologik muammolarning chuqurlashuvi, jumladan global iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslar tanqisligi va atrof-muhitning ifloslanishi natijasida yashil marketing konsepsiyasi nafaqat alohida korxonalar darajasida, balki butun iqtisodiyot va jamiyat rivojlanish strategiyalarining ajralmas qismiga aylandi. Global isish jarayonlarining kuchayishi, iqlim o'zgarishining tezlashuvi, tabiiy resurslar zaxiralarning kamayishi, chiqindilar hajmining oshishi hamda havo va suv resurslarining ifloslanishi ekologik tahdidlarning real ko'lamini yanada kengaytirdi. Shu bois, iqtisodiy tizimlarni dekarbonizatsiyalash, atrof-muhitni muhofaza qilish va barqaror iste'mol modellarini rag'batlantirishga qaratilgan zamonaviy yondashuvlarni joriy etish zarurati vujudga keldi.

Mazkur jarayon bilan bir qatorda, iste'molchilarning xarid jarayonidagi ekologik mas'uliyati ham ortib bormoqda. Natijada kompaniyalar o'z mahsulotlarini nafaqat sifat va narx mezonlari asosida, balki ekologik xavfsizlik, barqarorlik va energiya tejamkorlik darajasi bo'yicha ham raqobat muhitiga olib chiqishga intilmoqda. Bu esa korxonalarini faoliyatiga yashil marketing strategiyalarini izchil joriy etishga undamoqda.

Aynan shunday sharoitda yashil marketing konsepsiyasi shakllanib, hozirgi kunda bozordagi raqobat paradigmasini tubdan yangilab bormoqda. Ilgari kompaniyalar asosan narx, sifat va servis kabi an'anaviy mezonlar orqali raqobatlashgan bo'lsa, bugungi kunda ushbu mezonlar ekologik xavfsizlik, ijtimoiy mas'uliyat, energiya samaradorligi, karbon izini qisqartirish hamda qayta tiklanadigan resurslardan foydalanish kabi ko'rsatkichlar bilan to'ldirilmoqda. Bu holat iste'molchilarning ekologik ong darajasining oshib borishi bilan bevosita bog'liq bo'lib, zamonaviy iste'molchi mahsulotni xarid qilish jarayonida butun qiymat zanjirining ekologik ta'sirini ham e'tiborga olmoqda. Shu jihatdan, yashil marketing konsepsiyasi korxonalarining barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim strategik vosita sifatida namoyon bo'lmoqda.

Yashil marketing korxonalarining atrof-muhitga minimal zarar yetkazgan holda iqtisodiy samaradorlikka erishishni ko'zda tutuvchi strategik yondashuv bo'lib, u ishlab chiqarish, ta'minot, iste'mol va iste'moldan keyingi utilizatsiya jarayonlarining barcha bosqichlarini qamrab oladi. Tadqiqotning dolzarbligi shundaki, bugungi kunda O'zbekiston ham ekologik transformatsiya yo'lidan borib, yashil iqtisodiyot tamoyillarini izchil joriy etmoqda va bu jarayonda ilg'or xorijiy tajribalarni o'rganish alohida ahamiyat kasb etadi.

Yashil marketing korxonalarining atrof-muhitni muhofaza qilish tamoyillarini o'z biznes strategiyalariga integratsiya qilishi bilan tavsiflanadi [1]. Ushbu yondashuv nafaqat ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishni, balki ishlab chiqarish, ta'minot, iste'mol va utilizatsiya bosqichlarida ekologik mas'uliyatni shakllantirishni ham nazarda tutadi [2]. Yashil marketingning barcha sohalarga chuqur integratsiyasi ishlab chiqarish jarayonida atrof-muhitga yetkaziladigan zarar miqdorining sezilarli darajada kamayishiga, ayrim holatlarda esa uning oldini olishga xizmat qiladi. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, yashil marketing strategiyalarini joriy etgan korxonalar ekologik natijalar bilan bir qatorda barqaror iqtisodiy samaradorlikka ham erishmoqda. Jumladan, Germaniyada BMW kompaniyasi CO<sub>2</sub> chiqindilarini 40 foizga qisqartirgan holda ishlab chiqarish xarajatlarini optimallashtirgan, Shvetsiyada esa Electrolux kompaniyasi energiya tejamkor maishiy texnika ishlab chiqarish orqali yiliga 200 million kVt/soat elektr energiyasini tejashga muvaffaq bo'lgan [3]. Ushbu amaliyotlar korxonalarining barqarorlik maqsadlarini ifodalaydi hamda iste'molchilar nazarida brendning ekologik ishonchliligini mustahkamlaydi.

Mazkur tadqiqotning dolzarbligi ayniqsa O'zbekiston sharoitida yanada ortib bormoqda. Bugungi kunda mamlakatda ekologik transformatsiya jarayonlari jadallashib, yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida energiya samaradorligini oshirish, chiqindilarni boshqarish va yashil korxonalarini rivojlantirish strategik ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilangan [4]. Yashil marketing strategiyalarini korxonalar faoliyatiga samarali tatbiq etish ushbu maqsadlarni amalga oshirishda barqaror institutsional muhitni shakllantirishga xizmat qiladi.

Tadqiqotning maqsadi xorijiy tajribani tahlil qilish asosida korxonalarda yashil marketing strategiyalarining muvaffaqiyatli amalga oshirilish shartlarini aniqlash hamda MDH sharoitida ularni moslashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

## MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Tadqiqot natijalariga ko'ra, yashil marketing an'anaviy marketing amaliyotlariga tayanadi va marketing miksining barcha elementlarini belgilashda — mahsulot dizayni, narxlash, tarqatish hamda reklama jarayonlarida ekologik jihatlarni ustuvor qo'yishni nazarda tutadi. Shuningdek, yashil marketing faqat bitta soha bilan cheklanmasdan, deyarli barcha sanoat tarmoqlarida dunyo miqyosidagi ilg'or tajribalar asosida muvaffaqiyatli tatbiq etilishi mumkinligi tasdiqlangan [5]. Mahsulotlarni qayta ishlash jarayonida hosil bo'ladigan chiqindilarning har bir elementi ekologik tizimga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Shu bois, har bir ishlab chiqarish tarmog'ida ishlab chiqarish jarayonlari ekologik mas'uliyat tamoyillariga asoslangan holda tashkil etilishi muhim ahamiyat kasb etadi.



Atrof-muhitning jadal degradatsiyasi manfaatdor tomonlar tomonidan ekologik masalalarga bo'lgan e'tiborning kuchayishiga olib kelmoqda. Natijada, zamonaviy korxonalar uchun an'anaviy biznes yondashuvlarining samaradorligi pasayib, yashil marketing strategiyasi kabi ilg'or yondashuvlarni faoliyatga integratsiya qilish zarurati yuzaga kelmoqda [6]. Korxonalarda yashil marketing strategiyalarining qo'llanilishi ekologik muammolar fonida shakllanib borayotgan jamoatchilik ekologik ongi bilan uyg'unlashib, yangilanayotgan ehtiyoj va talablarga mos innovatsion takliflar yaratish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, "iste'molchilarni o'qitish" hamda "ekologik toza qadoqlash" tushunchalari turli tarmoqlarda muntazam uchrab, yashil marketing strategiyalarining samaradorligiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Shu bilan birga, ekologik masalalarga e'tibor ortib borayotganiga qaramay, yashil marketing tashabbuslarini amaliyotga joriy etish ayrim hududlarda hali cheklangan darajada qolmoqda [7]. Ushbu jarayonda davlat va hukumat institutlarining faol va tashabbuskor ishtiroki muhim ahamiyatga ega. Tahlil natijalariga ko'ra, iste'molchilarning 70 foizi mahsulot xaridi jarayonida ekologik omillarni hisobga oladi, biroq ularning faqat 45 foizi yashil mahsulotlar uchun qo'shimcha (premium) narx to'lashga tayyor. Bundan tashqari, ekologik bayonotlarga bo'lgan ishonch darajasi nisbatan past bo'lib, iste'molchilarning atigi 30 foizi kompaniyalar tomonidan ilgari surilayotgan ekologik da'volarning samimiyligiga ishonch bildiradi [8]. Shu jihatdan, iste'molchilarda shakllanib borayotgan ekologik ong ularning mahsulot tanlash jarayonida talabchanligini oshirib, kompaniyalar oldiga iste'molchi ishonchini mustahkamlash vazifasini qo'yimoqda.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, iste'molchilar ekologik mahsulotlar uchun qo'shimcha to'lovni qabul qilishga tayyor bo'lib, bu holat kompaniyalarga narx strategiyalarini moslashuvchan tarzda shakllantirish imkonini beradi [9]. Natijada mahsulotlarning raqobatbardoshligi ortadi va yashil marketing hamda barqaror iste'mol konsepsiyalarini amalga oshirish uchun muhim iqtisodiy rag'bat shakllanadi. Shu bilan birga, tahlillar shuni ko'rsatdiki, greenwashing strategiyalari iste'molchilar ishonchiga, brend imijiga va korporativ oshkorlikka sezilarli ta'sir ko'rsatadi [10]. Ekologik talablarga to'liq javob bermaydigan mahsulotlarni noto'g'ri talqin qilish yoki oshirib ko'rsatish amaliyotlari kompaniya obro'siga putur yetkazishi va iste'molchilar ishonchini susaytirishi mumkin.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, marketing tahlil vositalaridan samarali foydalanish iste'molchilar ishtirokini oshiradi va bozor natijalarini yaxshilaydi, biroq uning shahar va qishloq iste'molchilarga ta'sirida ma'lum farqlar mavjud [11]. Marketing tadqiqotlarini tizimli ravishda olib borish iste'molchi talablaridagi o'zgarishlarni aniqlash, bozor kon'yunkturasini baholash va kompaniya faoliyatiga strategik ta'sir ko'rsatishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, O'zbekistonda ayrim cheklovlar, jumladan infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi va tartibga solish mexanizmlarini yanada takomillashtirish zarurati mavjud bo'lsa-da, yashil logistika tizimlarini joriy etish mamlakatning barqaror rivojlanishiga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin [12]. Mahsulot, narx, taqdimot va reklama vositalari orqali yashil marketingni amalga oshirish iste'molchilar tomonidan asosan ijobiy qabul qilinmoqda. Brendning ekologik samimiyligi hamda iste'molchilarning atrof-muhitga bo'lgan munosabati yashil marketing strategiyalarining ta'sirchanligini kuchaytiradi [13]. Kozhevina Rossiya sharoitida "yashil tadbirkorlik modellari"ni bozor segmentatsiyasi asosida shakllantirishni taklif etib, iste'molchilarni mas'ul iste'mol tamoyillariga ko'ra guruhlash orqali har bir segment uchun mos biznes-modellar ishlab chiqish imkoniyatini ta'kidlaydi [14]. Ichki majburiyatlar, sertifikatlash, shaffof kommunikatsiya va regulyator talablar yashil strategiyalarning samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, iste'molchilar ekologik mahsulotlar uchun qo'shimcha to'lovga tayyor bo'lib, ushbu ko'rsatkich ko'pincha 10–20 foizgacha yetadi [15]. Shu bilan birga, greenwashing — soxta ekologik da'volar hanz xavf sifatida mavjud bo'lib, yashil marketing strategiyalarining muvaffaqiyati sertifikatlash, mahsulotning hayotiy tsiklini tahlil qilish va real innovatsiyalar bilan mustahkamlanishini talab etadi. Shu nuqtai nazardan, yashil marketing nafaqat strategik vosita, balki korxonalarining haqiqiy barqaror rivojlanishga erishishi yo'lidagi muhim shart sifatida namoyon bo'ladi.

## TADQIQOT METODOLOGIYASI

Olib borilgan tadqiqotda mazkur mavzuning nazariy asoslarini shakllantirish maqsadida Web of Science hamda Scopus xalqaro ilmiy ma'lumotlar bazalarida indekslangan ilmiy maqolalardan foydalanildi. Ushbu tadqiqot doirasida yetakchi olimlarning ilmiy ishlari deduktiv va induktiv tahlil usullari asosida o'rganildi.

Shuningdek, tadqiqotning amaliy ahamiyatini kuchaytirish maqsadida xorijiy mamlakatlar kompaniyalarida yashil marketing strategiyalarini qo'llash samaradorligiga oid olimlar hamda yetuk marketologlarning empirik tahlil natijalaridan foydalanildi.



## TAHLIL VA NATIJALAR

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, yashil marketingning samaradorligi nafaqat marketing kommunikatsiyalari orqali, balki mahsulot va xizmatlarning haqiqiy ekologik xususiyatlarini ta'minlash orqali ham ortadi. Shu bilan birga, raqamli marketing vositalari hamda ma'lumotlarga asoslangan yondashuvlar iste'molchilar bilan o'zaro aloqalarni kuchaytirish va bozor ko'rsatkichlarini yaxshilash imkonini bermoqda.

Hind milliiallari (1981–1996-yillar oralig'ida tug'ilgan avlod) orasida olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, "green marketing mix" brendning "green purchase intention"ga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, bunda "environmental attitude" omili moderatsiya yoki mediatsiya funksiyasini bajarishi bilan ahamiyatli hisoblanadi [16]. Yashil marketing Hindiston kabi tez rivojlanayotgan bozorlar uchun mahsulotlarni segmentatsiyalash va millennial auditoriyani jalb etish imkonini yaratadi, bunda narx siyosatining iste'molchi kutilmalariga mos bo'lishi muhim ahamiyat kasb etadi.

AQShdagi korxonalar yashil marketingdan asosan barqarorlikni ta'minlash va brend imijini mustahkamlash maqsadida foydalanadi. Jumladan, Walmart va Unilever kompaniyalari mahsulot qadoqlarida qayta ishlanadigan materiallardan foydalanib, iste'molchilarni ekologik ongli xarid qilishga undovchi kampaniyalarni amalga oshirmoqda. Tadqiqotlar natijalariga ko'ra, AQSh kompaniyalarida yashil marketing strategiyalarini joriy etish iste'molchi ishonchini kuchaytirib, brendga sodiqlik darajasini oshiradi [17].

Yirik AQSh korporatsiyalarida barqarorlik choralari (renewable energy, packaging reduction, supplier audits) uzoq muddatda operatsion xarajatlarni qisqartirishga va ma'lum darajada barqaror iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi. Shu bilan birga, greenwashing bilan bog'liq yuridik va reputatsion risklar mavjudligi ham amaliy misollar orqali tasdiqlanmoqda. Shu sababli iste'molchi ishonchini saqlab qolish uchun shaffoflik, mustaqil sertifikatlash va ochiq kommunikatsiya muhim ahamiyat kasb etadi [18]. Kompaniyalarning iste'molchilar bilan ochiq muloqoti ularning brendga bo'lgan ishonchi va sodiqligini oshiradi.

Germaniyada korxonalar yashil marketingga alohida e'tibor qaratib, sifat, barqarorlik va ishonchlilik mezonlarini ustuvor deb biladi. Felix Schmitt tadqiqotlarida madaniy omillarning Germaniyada yashil marketing strategiyalarini qabul qilishda muhim rol o'ynashi aniqlanib, nemis iste'molchilari shaffoflik va brendning ekologik samimiyligini yuqori baholashi qayd etilgan.

Bundan tashqari, Andreas Hesse va boshqa olimlar "green brand extension" amaliyotlarini o'rganib, iste'molchilarning dastlabki shubhalari hamda ekologik brend kengayishining psixologik ta'sirini tahlil qilganlar [19]. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, dastlab ekologik barqaror mahsulotlarga ehtiyotkorlik bilan yondashilgan bo'lsa-da, brend tomonidan yashil marketing strategiyalarining izchil va to'g'ri amalga oshirilishi iste'molchilarning keyinchalik sodiq mijozlarga aylanishiga xizmat qiladi.

Germaniyada iste'molchilarning "green perceived value" (GPV) va "green trust" omillari "green purchase intention"ga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Shaffoflik va aldovsiz yondashuv (transparency, non-deception) brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlovchi muhim omillar sifatida e'tirof etiladi [20]. "Green trust" darajasi oshgan sari sotib olish niyati va brend sodiqligi ham ortadi.

Xitoylik olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda brendlarning yashil marketing strategiyalari (yashil mahsulot, reklama va kanal strategiyalari) iste'molchilarning ekologik xabardorligini sezilarli darajada oshirishi aniqlangan. Ayniqsa, ekologik taqsimot kanallari ("green channel") eng kuchli ta'sir ko'rsatib, ekologik ongdagi o'zgarishlarning 34,9 % ini izohlab beradi [21]. Ushbu natijalar Xitoy tajribasi asosida korxonalar uchun eko-qadoqlash va yashil distribyutsiya tizimlarini rivojlantirishda muhim amaliy ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi.

O'tkazilgan so'rovlar natijalariga ko'ra, kontingent qiymatlash va interval regressiya usullari orqali iste'molchilarning yashil turmush tarzi uchun qo'shimcha to'lovga tayyorligi baholangan. Xitoy shahar aholisi orasida ma'lum qismi (10–25 foizgacha) yashil mahsulotlar uchun qo'shimcha to'lovni qabul qilishga tayyor ekanligi aniqlangan [22]. Ushbu WTP (willingness to pay) ko'rsatkichlari kompaniyalarga yashil mahsulotlarni narx jihatidan to'g'ri pozitsiyalash bo'yicha amaliy asoslar yaratadi, bunda mahsulot sifati va narx mosligi hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Shvetsiyada yirik kompaniyalar, ayniqsa ekologik me'yorlar qat'iy bo'lgan tarmoqlarda, yashil marketingdan bozorda farqlanish ("differentiation strategy") vositasi sifatida foydalanmoqda. Tadqiqot natijalariga ko'ra, kompaniyalarning real ekologik harakatlari — eko-dizayn, energiya samaradorligi va chiqindilarni kamaytirish — reklama da'volariga qaraganda iste'molchi ishonchiga kuchliroq ta'sir ko'rsatadi [23]. Shved kompaniyalari yashil marketingni qisqa muddatli PR vositasi emas, balki uzoq muddatli korporativ barqarorlik strategiyasi sifatida qabul qiladi. Natijada yashil marketing ularga kuchli brend imijini shakllantirish, iste'molchi ishonchini mustahkamlash va uzoq muddatli iqtisodiy samaradorlikka erishish imkonini beradi. Shu nuqtai nazardan, yashil marketing tahdid emas, balki muhim strategik imkoniyat sifatida namoyon bo'ladi (1-jadval).



1-jadval. 2022-2025-yillarda o'tkazilgan tadqiqotlar natijasida xorijiy mamlakatlarda korxonalarining yashil marketingdan foydalanish tajribalari [16,17,18,19,20,21,22,23]

Kategoriya	Hindiston	AQSh	Germaniya	Xitoy	Shvetsiya
<b>Sektor</b>	Millenniarlar	Global korporatsiyalar	Chakana savdo	San'at/urb. iste'molchilar	Katta ishlab chiqaruvchilar
<b>Asosiy yashil instrumentlar</b>	Green marketing mix	Supplier auditlar, energiya, qadoqlash, eko-dizayn.	Sertifikatlar, shaffof kommunikatsiya	Karbon yorliq, mahsulot WTP uchun foydalanish	Eko dizayn, energiya samaradorligi, qadoqlas
<b>Moliyaviy / operatsion natija</b>	Bozor ulushi o'sadi, agar marketing mos kelsa	Xarajatlarni qisqartirish va uzoq muddatli o'sish	Ijobiy(sotib olish niyati va brend sodiqligi)	Bozor segmentatsiyasi uchun imkon	Energiya va xarajatni tejas
<b>Asosiy to'siqlar</b>	Narx sezgirligi, ishonchsizlik	Regulyator bosim, yuridik risklar	Greewashing sezgirligi	Bilim yetishmasligi, sertifikatlash	Kapital talab, ta'minot zanjiri
<b>Amaliy tavsiya</b>	Fokusni maqsadli iste/molchi bilan muloqotga berish	Zanjir auditlar, shaffof taqdimot	Shaffof LCA ma'lumotlari	Mahsulotga aniq WTP hisoblash; ta'lim kampaniyalari	Investitsiya eko dizayn va samaradorlikka

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, besh mamlakat tajribasi shuni ko'rsatadiki, yashil marketing strategiyalarining samaradorligi asosan madaniy omillar, narx sezgirligi, shaffoflik darajasi hamda ekologik qadriyatlar bilan belgilanadi. AQShda yashil marketing faoliyatini, asosan, yirik global korporatsiyalar amalga oshiradi. Ushbu bozorda energiya boshqaruvi, ta'minot zanjiri auditlari hamda mahsulot qadoqlarini ekologiklashtirish kabi texnik chora-tadbirlar ustuvor yo'nalish hisoblanadi. Natijada korxonalar uzoq muddatli istiqbolda operatsion xarajatlarni kamaytirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Shu bilan birga, qat'iy regulyator nazorat va yuridik risklar kompaniyalar faoliyatiga muayyan bosim omili sifatida ta'sir etib kelmoqda.

Germaniyada yashil sertifikatlar va shaffof kommunikatsiya yashil marketing strategiyalarining eng muhim instrumentlari sifatida keng qo'llaniladi. Iste'molchilarning greewashing holatlariga yuqori sezgirligi kompaniyalarni ekologik da'volarini aniq dalillar bilan asoslashga undaydi. Mazkur yondashuv brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlab, iste'molchilarning sotib olish niyatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Xitoy bozorida iste'molchilarni ekodizayn va karbon yorlig'i orqali yo'naltirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ushbu modelning asosiy afzalligi bozor segmentatsiyasi imkoniyatlarining kengayishi va iste'molchilarning ekologik ongini oshirishdan iborat. Shu bilan birga, ekologik bilimlarning yetarli emasligi, sertifikatlash tizimining bir xillikka keltirilmaganligi hamda iste'molchilarning qo'shimcha to'lovga tayyorligini (WTP) aniq baholash zarurati muhim metodologik masalalar sifatida namoyon bo'lmoqda.

Shvetsiya yuqori darajada modernizatsiyalashgan ishlab chiqarish bozori sifatida energiya samaradorligi va ekodizaynni ustuvor yo'nalish sifatida belgilaydi. Ushbu yondashuv dastlab katta miqdorda investitsiya talab etishiga qaramay, natijada korxonalar ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirib, barqaror ishlab chiqarish modeliga bosqichma-bosqich o'tish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Bundan tashqari, yashil marketing strategiyalarini joriy etish bo'yicha ilg'or tajribaga ega davlatlar qatoriga AQSh, Germaniya va Yaponiya kiradi. Quyidagi jadvalda ushbu mamlakatlarning yashil marketing bo'yicha korporativ strategiyalari tahlil qilingan (2-jadval).

2-jadval. Yashil marketing strategiyalari bo'yicha yetakchi davlatlar natijalari[24,25,26]

Davlat	Yetakchi kompaniya	Asosiy strategiya	Natija
AQSh	Tesla	Elektr transport vositalari (Zero emission)	2024-yilda 12 mln tonna CO2 chiqindisi kamaygan
Germaniya	BMW Group	Uglerod neytral ishlab chiqarish tizimi	Ishlab chiqarish xarajatlari 18% ga qisqargan
Yaponiya	Toyota	Gibrid va vodorod texnologiyalari	Yo'l-transport chiqindilari 25% ga kamaygan



2-jadval ma'lumotlariga ko'ra, so'nggi yillarda yetakchi avtomobil ishlab chiqaruvchilar ekologik transformatsiyani turli yo'nalishlarda amalga oshirayotgan bo'lsa-da, ularni birlashtiruvchi asosiy jihat — uglerod izini kamaytirishga qaratilgan qat'iy strategik yondashuvdir. Mazkur kompaniyalar texnologik modellari va bozor sharoitlari jihatidan farqlanishiga qaramay, har biri o'z institutsional va texnologik ustunliklaridan kelib chiqib ekologik raqobat ustunligini shakllantirishga intilmoqda.

AQShda faoliyat yurituvchi brendlar odatda iqlimga salbiy ta'sirni iste'molchiga bevosita yo'naltirilgan mahsulotlar orqali kamaytirishga urg'u beradi. Ushbu yondashuv bozor talabini shakllantirish hamda ekologik xabarlarini keng ommaga yetkazish imkonini yaratadi. Yevropa mamlakatlaridagi kompaniyalar esa ekologik barqarorlikni ko'proq ishlab chiqarish jarayonlarining o'zida ta'minlashga intilib, jarayonlarni qayta konfiguratsiyalash orqali energiya samaradorligini oshirish va resurs sarfini optimallashtirishga alohida e'tibor qaratadi.

Sharq mamlakatlarida yashil transformatsiya yondashuvi, asosan, texnologik diversifikatsiyaga tayanadi. Ushbu model turli energiya platformalarini uyg'unlashtirish orqali transport sohasi uchun muqobil yoqilg'i ekotizimini shakllantirishni maqsad qiladi. Natijada, uzoq muddatda infratuzilma barqarorligi ta'minlanadi va bitta texnologiyaga haddan tashqari bog'liqlik bilan bog'liq xavflar kamayadi.

Mazkur uch xil yondashuvni qiyosiy tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ekologik innovatsiyalarni joriy etish muayyan investitsiyalarni talab etadi, biroq to'g'ri tanlangan strategik model moliyaviy samaradorlikni ham sezilarli darajada kuchaytirishi mumkin. Eng muhimi, kompaniyalar ekologik maqsadlarni bozor ehtiyojlari va texnologik imkoniyatlar bilan uyg'unlashtirgan holda amalga oshirganida, ushbu tashabbuslarning real va barqaror ta'siri namoyon bo'ladi. Shu nuqtai nazardan, yashil strategiyalar hozirgi kunda raqobat ustunligini shakllantiruvchi omil bo'lib, istiqbolda butun sanoat tarmoqlarining transformatsiya standartiga aylanishi kutilmoqda [27].

Xalqaro tadqiqotlar yashil marketing strategiyalarining samaradorligi mamlakatlar kesimida sezilarli farqlanishini ko'rsatsa-da, umumiy global tendensiya iste'molchilarning ekologik ongining o'sishi va korxonalarining barqarorlikka yo'naltirilgan tashabbuslari yashil marketingni zamonaviy biznes modellari uchun ajralmas tarkibiy qismga aylantirayotganini tasdiqlaydi. Turli mamlakatlar misolida olingan natijalar ushbu jarayon milliy madaniyat, iqtisodiy rivojlanish darajasi va bozor sharoitlari bilan bevosita bog'liqligini ko'rsatadi. Xalqaro tajriba shuni anglatadiki, yashil marketing strategiyalarining muvaffaqiyati ikki asosiy omilga — iste'molchi xulqi (talab tomoni) va korxonalar strategiyasi (taklif tomoni)ga tayangan holda shakllanadi.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

Korxonalarda yashil marketing strategiyalarining shakllanishi nafaqat ekologik talablarning kuchayishi, balki iste'molchilar ehtiyojlari hamda barqaror iqtisodiy rivojlanish tamoyillarining uyg'unlashuvi bilan bevosita bog'liqdir. Yashil marketingning asosiy ustunligi iste'molchi ongiga ekologik qadriyatlarni singdirish va barqaror iste'mol modelini shakllantirish imkoniyatida namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, iste'molchilarning ekologik xabardorligi ortishi jarayonida ularning mahsulot va brendlarga nisbatan tanlovchanligi kuchayib bormoqda. Xususan, greenwashing holatlarining keng tarqalganligi ekologik da'volarga bo'lgan ishonchni pasaytirib, kompaniyalardan yanada shaffof va asosli yondashuvni talab etmoqda.

O'zbekiston sharoitida yashil marketing strategiyalarini samarali joriy etish uchun eng dolzarb masalalardan biri korxonalarining tashkiliy tayyorgarligini mustahkamlash va raqamli infratuzilmani rivojlantirish hisoblanadi. Ushbu omillar yashil strategiyalar samaradorligini oshiruvchi muhim drayverlar sifatida namoyon bo'ladi. Raqamli marketing vositalari, data-analitika va ekologik tajriba almashinuvi mexanizmlaridan foydalanish O'zbekiston korxonalarining raqobatbardoshligini mustahkamlash bilan birga, mamlakatning eksport salohiyatini oshirishga ham xizmat qilishi mumkin.

O'zbekiston korxonalarini uchun yashil marketing strategiyalari bozorda farqlanishni ta'minlash, brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlash, sodiq iste'molchilar segmentini shakllantirish, operatsion xarajatlarni optimallashtirish hamda, eng muhimi, eksport imkoniyatlarini kengaytirish nuqtai nazaridan muhim strategik imkoniyat hisoblanadi. Yashil marketingning istiqbollari esa nafaqat ekologik afzalliklar, balki raqamli texnologiyalarning rivojlanish darajasi, iste'molchi ishonchi, transmilliy standartlarga moslashuv va korxonalarda barqaror rivojlanish madaniyatining shakllanishi bilan chambarchas bog'liqdir. Olingan natijalar yashil marketingni mustahkam ilmiy asosga ega bo'lgan zamonaviy strategik boshqaruv elementi sifatida rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Purwanti, I., Abadi, M. D., & Suyanto, U. Y. (2024). Green marketing: Strategy for gaining sustainable competitive advantage in Industry 4.0. *Manajemen Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.22219/jmb.v9i2.10039>
2. Ottman, J. A. (2011). *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. Greenleaf Publishing. <https://doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-909493-07-4>





3. BMW Group. (2023). Sustainability Report. <https://www.bmwgroup.com/en/sustainability>
4. Priority Aspects of Developing the Green Economy in Uzbekistan. (2025). *Economic Horizons: Journal of Business, Economics, and Finance*, 1(4), 34–42. <https://ecomindspress.com/index.php/eh/article/view/53>
5. Tolić, I. (2024). Green marketing is a logical answer to the consumer society. *MAP Social Sciences*, 5, 1–11. <https://doi.org/10.53880/2744-2454.2024.5.1>
6. Ara, H., Yeap, J. A. L., & Hassan, S. H. (2020). Adoption of green marketing strategy: A conceptual view based on stakeholder theory. In *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EPSBS)*. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.22>
7. Alzu'bi, R. M., Kontor, E., & Kovács, S. (2025). A qualitative study of using green marketing practices within Jordanian food companies: A content analysis approach. *Discover Sustainability*, 6, 430. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01301-x>
8. Mansour, A., Al-Ahmed, H., Deek, A., Alshaketheep, K., Al-Ma'aitah, M., Asfour, B., & Alshurideh, M. (2024). Developing green marketing strategies: A comprehensive analysis of consumer behaviour and business practices. *International Review of Management and Marketing*, 14(6), 206–212. <https://doi.org/10.32479/irmm.17345>
9. Geng, J., Zhang, W., & Yang, L. (2023). Public willingness to pay for a green lifestyle in China: A contingent valuation study in five East-China cities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2185. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032185>
10. Persakis, A., Nikolopoulos, T., Negkakis, I. C., et al. (2025). Greenwashing in marketing: A systematic literature review and bibliometric analysis. *International Review of Public and Nonprofit Marketing*. <https://doi.org/10.1007/s12208-025-00452-x>
11. Usmonova, D. M. (2025). Effective use of marketing analytics in green advertising activities of grape-growing enterprises. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*, 3(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15017204>
12. Turakulova, D., & Ismoilova, D. (2025). The role of green logistics in Uzbekistan and international trends. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15803439>
13. Kaur, B. (2022). Green marketing strategies, environmental attitude, and green buying intention: Evidence from Indian millennials. *Sustainability*, 14(10), 6107. <https://doi.org/10.3390/su14106107>
14. Кожевина, О. В., & Беляевская-Плотник, Л. А. (2022). Формирование моделей «зелёного» предпринимательства на основе сегментации рынка с учетом принципов ответственного потребления. *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*, 13(1), 111–125. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.111-125>
15. Oesman, I. F., Sari, D., Helmi, A., & Komaladewi, R. (2024). Factors influencing consumers' willingness to pay more for green convenience goods in Indonesia. *Innovative Marketing*, 20(3). [https://doi.org/10.21511/im.20\(3\).2024.09](https://doi.org/10.21511/im.20(3).2024.09)
16. Hamann, P. M., & Schiemann, F. (2021). Organizational performance as a set of four dimensions: An empirical analysis. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.012>
17. Schmitt, F. (2024). How cultural differences affect the adoption and effectiveness of green marketing strategies in Germany. *International Journal of Strategic Marketing Practice*, 6(1), 47–59. <https://doi.org/10.47604/ijssmp.2457>
18. Wollenberg, A. (2024). Effects of sustainability efforts on organic growth in a multinational consumer goods firm: The case of Procter & Gamble (2002–2022). *Journal of Operations & Applied Management Studies*, 12(4), 139–158.
19. Graça, S., & Kharé, V. (2024). The influence of GPV, trust, and satisfaction on intention to buy green products in Germany and Brazil. *Journal of Sustainable Research*, 6(2), e240013. <https://doi.org/10.20900/jsr20240013>
20. Yao, Z. (2025). The impact of the brand's green marketing strategy on consumers' environmental awareness. *Journal of Fintech and Business Analysis*, 2(2), 56–71. <https://doi.org/10.54254/3049-5768/2025.25993>
21. Geng, J., Yang, N., Zhang, W., & Yang, L. (2023). Public willingness to pay for green lifestyle in China: A contingent valuation method based on integrated model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2185. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032185>
22. Afnani, V., & Gustavsson, E. (2022). Green marketing: An opportunity or threat? A study about Swedish companies and their sustainability efforts to secure the future of upcoming generations (Student essay). University of Gothenburg, GUPEA Repository. <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/70684>
23. Tesla, Inc. (2024). Tesla Impact Report 2024: Environmental, Social & Governance Performance. <https://www.tesla.com/impact>
24. BMW Group. (2023). BMW Group Sustainability Report 2023. <https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/reporting.html>
25. Toyota Motor Corporation. (2024). Toyota Environmental Challenge 2050: Progress Report 2024. <https://global.toyota/en/sustainability/environment>
26. Абдурашидова, Н. (2021). Повышение эффективности автомобильных предприятий. *Экономика и образование*, (4), 246–249.



## IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

*Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal*

**Ingliz tili muharriri:** Feruz Hakimov

**Musahhih:** Zokir ALIBEKOV

**Sahifalovchi va dizayner:** Oloviddin Sobir o'g'li

---

### 2025. № 12

© 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 kelamasligi 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.

EI.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot\_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @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 reyestr 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.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>

---