



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 Kongirathbay 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 Kongirathbay 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
Xajiye Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, 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 Sotvoldix'o'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 Piriye 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.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay 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 Bakhridinovich, 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 Makhamatjon 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.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat 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

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavat 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 Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridakhon 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

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



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



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



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



IPOTEKA KREDITI MEKANIZMLARINI 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	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH SALOHİYATINI OSHIRISH OMILLARI VA MEZONLARI	588
Jumanov Ruslanbek Bobojanovich	
O'ZBEKISTONIDA MEHNAT BOZORINING TARKIBIY TRANSFORMATSIYASI VA UNING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI	592
Rasulev Alisher Fayziyevich, Qodirov Asliddinxo'ja Mahammadjon o'g'li	
STUDY OF THE ECONOMIC EFFICIENCY OF GREEN BONDS, ECOLOGICAL LOANS, AND GREEN INVESTMENT FUNDS, AS WELL AS THEIR IMPORTANCE IN THE FINANCIAL SYSTEM.....	595
Avazov Azizbek Ashurali o'g'li	
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK TERMINOLOGIYASINING ILMIY-TAHLILII TALQINI.....	603
Aripov Oybek Abdullayevich	
O'ZBEKISTONDA MEHNAT BOZORINING TARKIBIY TRANSFORMATSIYASI VA UNING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI.....	608
Rasulev Alisher Fayziyevich, Qodirov Asliddinxo'ja Mahammadjon o'g'li	
FERMER XO'JALIKLARIDA INVESTITSION JARAYONLARNI TASHKIL ETISH VA OPTIMALLASHTIRISH.....	611
Kdirbaev Amir Marat uli	
ITALIYA VA YAPONIYADA DAVLAT QARZINING UZOQ MUDDATLI BARQARORLIGI: FISKAL QOIDALAR VA QARZ BOSHQARUVI STRATEGIYALARINING QIYOSIY TAHLILI.....	614
Abdurahimov Abror Zafarovich, L.M. Tashpulatova	
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ: ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	621
Камалова Малика Низамовна, Очилов Акрам Одилович	
O'ZBEKISTONDA YASHIRIN IQTISODIYOTNING ISHSIZLIK DARAJASIGA TA'SIRINI IFODALOVCHI ASOSIY OMILLAR	626
Raxmonov Bekzod Sharibjon o'g'li	
GLOBAL XAVFLARNING KESKINLASHUVI SHAROITIDA QAYTA SUG'URTANI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	631
Norov Zarif Shamsiddinovich	
INNOVATSION SUG'URTA XIZMATLARINI JORIY ETISH ORQALI IXTIYORIY SUG'URTA XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	638
Xayitov Nodirjon Uzokovich	
VOSITACHILIK XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI SUBYEKTLAR AUDITI SIFAT NAZORATI.....	652
O.Q. Qo'shmatov	
AUDITORLIK XULOSASINI SHAKLLANTIRISHDA MATEMATIK MODELLARDAN FOYDALANISH MASALALARI	657
I.Qo'ziyev, F.Ochilov	
MAJBURIYATLAR HISOBINING NAZARIY ASOSLARI.....	664
Ochilov Farxodjon Shavkatjon o'g'li	
ВОПРОСЫ РЕОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СЕЛЬКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	669
Розиков Жалил Жалолович	
TOVAR-MODDIY ZAXIRALAR AUDITINI O'TKAZISH TARTIBI.....	678
M.Xayitboyev	
USTAV KAPITAL HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	683
Inomjon Sherimbetov	
QISHLOQ XO'JALIGIDA KOOPERATIVLARNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI	688
Mirzayev Musurmon Umidullayevich, Ziyadullayev Ilhom Narkobilovich	



EKSPORT BOZORLARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHDA MOLIVAVIY RAG'BATLARNING ROLI	694
Galiyev Tohir Fazliddinovich	
ZAMONAVIY LOGISTIKA TIZIMIDA MARKETING STARTEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	700
Abduqodirova Umida G'ayrat qizi	
QASHQADARYO URBANIZATSIYALASHGAN HUDUDLARIDA AGLOMERATSIYA JARAYONLARIGA TA'SIR KO'RSATUVCHI OMILLAR	706
Nazarova Feruza Usmonovna	
TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN ALOQA KORXONALARINI KREDITLASHNING ZARURLIGI HAMDA IQTISODIY AHAMIYATI.....	713
Shaymatov Mansur Jo'rabaevich	
MOLIVAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA MOLIVAVIY AKTIVLARNI TAN OLISH	720
Odiljonova Oybachin Fayzullo qizi	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION TRANSFORMATSIYA BARQARORLIGINI BAHOLASH	724
Sanetullaev Aybek Esbosinovich	
XALQARO AVTOMOBIL ISHLAB CHIQUVCHI KOMPANIYALARNING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI	728
Xidoyatov Mirsaid Mirmuhsunovich	
ENSURING THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: STRATEGIES FOR RESILIENCE IN AN ERA OF DECLINING RESOURCES AND RISING EXPECTATIONS.....	734
Inomiddin Imomov	
"YASHIL" TEXNOLOGIYALARNI IQTISODIY RIVOJLANISHGA INTEGRATSIYA QILISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	744
Miraxmedova Maftuna Ibragimovna	
ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	751
Алиева Эльнара Аметовна	
AHOLI DAROMADLARI VA ULARNING SHAKLLANISH MANBALARI.....	756
So'fiyeva Xusniya Soxibjonovna	
НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ И РАЗВИТИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ	760
Назарова Гулчебра Нурмуханбетовна	
СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ ПО ОЦЕНКЕ ЭКСПЛУАТАЦИОННОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МАЛОМОЩНЫХ СЕТЕВЫХ ФОТОЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СТАНЦИЙ	766
А.Р. Кудратов	
IJTIMOYIY XIZMATLAR KO'RSATISH JARAYONIDA TASHKILIY VA IQTISODIY MUNOSABATLAR	775
Berdiyeva Nafisa Qahramonovna	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION BIZNESNI BOSHQARISH VA YANGI TEXNOLOGIYALAR ORQALI SAMARADORLIKNI OSHIRISH	780
Mamadiyarov Dilshad Uralovich, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
GRUZIYA TAJRIBASIDA BARQAROR TURIZMNI TA'MINLASHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEKANIZMLARI VA ULARNING O'ZBEKISTON SHAROITIDA QO'LLANILISHI	786
Suyunova Dilnoza Mexridin qizi	
INNOVATSION FAOLIYATNING MINTAQADA XIZMAT KO'RSATISHNI TAKOMILLASHTIRISHDAGI XUSUSIYATLARI	790
Fayziyeva Shirin Shodmonovna	
QORAQALPOG'ISTON HUDUDIDA ETNOGRAFIK TURIZM KLASSTERINI SHAKLLANTIRISHNING IQTISODIY OMILLARI	795
Kunnazarova Orazxan	
MAMALAKATIMIZ IMPORTI VA EKSPORTIDA KICHIK BIZNESNING ULUSHI	798
Jo'rayev Ilhomjon Kamolidinovich	
YEVROOBLIGATSIYA VA UNING AKSIYADORLIK JAMIYATLARI TOMONIDAN EMISSIYASI	807
Avezov Ibrohim Ilxomovich	



IQTISODIYOTDAGI INNOVATSION O'ZGARISHLAR SHAROITIDA TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI BOSHQARISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	808
Xonkeldiyeva Komilaxon Ravshanjon qizi	
SPORT ANJOMLARI SANOATIDA INNOVATSION JARAYONLARNI TIZIMLASHTIRISH MODELINING ZARURATI.....	813
Xamraqulov Ixtiyor Baxtiyorovich	
GREEN MARKETING STRATEGIES AND THE APPLICATION OF NEUROMARKETING METHODS IN THEIR DEVELOPMENT.....	819
Samadov Asqar Nishonovich, Latipova Go'zal	



GREEN MARKETING STRATEGIES AND THE APPLICATION OF NEUROMARKETING METHODS IN THEIR DEVELOPMENT

Samadov Asqar Nishonovich

Professor, PhD in Economics
Department of Marketing
Tashkent State University of Economics (TSUE)
Email: a.samadov@tsue.uz
ORCID: 0000-0001-9595-0655

Latipova Go'zal

Graduate Student, MRT-25 Group
Faculty of Evening Education and Postgraduate Studies
Tashkent State University of Economics (TSUE)
Email: gozallatipova1818@gmail.com
ORCID: 0009-0004-6646-7540

Annotatsiya. Ushbu maqola yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishda neyromarketing texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlarini chuqur nazariy tahlil qiladi. Tadqiqot Scopus va Web of Science bazalarida chop etilgan zamonaviy ilmiy manbalar asosida tizimli adabiyotlar sharhi va konseptual tahlil metodlari yordamida amalga oshirildi. Tahlillar natijasida EEG, eye-tracking va biometrik kuzatuv kabi neurometrik texnologiyalar iste'molchilarning ekologik qadriyatlarga bo'lgan haqiqiy, ong osti darajasidagi munosabatini aniqlashda yuqori aniqlik berishi isbotlandi. Xalqaro ilmiy tajribalar neyron reaksiyalarning an'anaviy so'rovnomalarga nisbatan ishonchliroq ko'rsatkichlar berishini tasdiqlaydi. Maqola yashil marketing strategiyalarini takomillashtirish jarayonida neyromarketingning afzalliklari, mavjud cheklovlari va amaliy qo'llash istiqbollarini yoritadi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, neyromarketing, ekologik brendlash, iste'molchilar xulqi, barqaror rivojlanish.

Abstract. This article provides a comprehensive theoretical analysis of the application of neuromarketing technologies in the development of green marketing strategies. The study is based on contemporary scientific sources indexed in Scopus and Web of Science and employs systematic literature review and conceptual analysis methods. The findings reveal that neurometric tools such as EEG, eye-tracking, and biometric monitoring enable highly accurate assessment of consumers' subconscious responses to environmental values. International evidence demonstrates that neural reactions offer more reliable insights into eco-friendly brand perception compared to traditional self-reported methods. The article discusses the advantages, limitations, and practical implications of integrating neuromarketing into the design of green marketing strategies.

Key words: green marketing, neuromarketing, environmental branding, consumer behavior, sustainable development.

Аннотация. В статье представлен углубленный теоретический анализ применения нейромаркетинговых методов при разработке стратегий зелёного маркетинга. Исследование основано на современных источниках, опубликованных в Scopus и Web of Science, с использованием методов систематического обзора литературы и концептуального анализа. Результаты показывают, что технологии EEG, отслеживания движения глаз и биометрического мониторинга позволяют более точно измерять подлинное отношение потребителей к экологическим ценностям на подсознательном уровне. Международные исследования подтверждают, что нейронные реакции обеспечивают более достоверные данные по сравнению с традиционными опросами. В статье раскрываются преимущества, ограничения и перспективы интеграции нейромаркетинга в разработку зелёных маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, нейромаркетинг, экологический брендинг, потребительское поведение, устойчивое развитие.



KIRISH

So'nggi yillarda global miqyosda ekologik barqarorlik masalalarining keskinlashuvi korxonalarni o'z marketing amaliyotlarini qayta ko'rib chiqishga majbur qilmoqda. Iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarning cheklanishi va atrof-muhitga bo'lgan ijtimoiy e'tiborning ortishi natijasida iste'molchilar ongida "yashil" qadriyatlarga bo'lgan talab kuchaymoqda. Shu nuqtai nazardan, kompaniyalar ekologik mas'uliyatni o'z strategiyalariga integratsiya qilish orqali nafaqat ijtimoiy majburiyatini bajaradi, balki raqobat ustunligini ham shakllantira oladi. Ushbu jarayonda yashil marketing strategiyalari korxonalarning uzoq muddatli barqaror rivojlanishi va bozor pozitsiyasini mustahkamlashda muhim vosita sifatida e'tirof etiladi. Biroq ekologik tamg'alar, eko-brendlash yoki "yashil kommunikatsiyalar"ning samaradorligi har doim ham kutilgan natijani bermaydi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilarning ekologik bayonotlarga bo'lgan ishonchi o'zgaruvchan bo'lib, ko'pincha deklarativ xarakterga ega. An'anaviy so'rovlar, intervyular yoki fokus-guruhlar orqali olingan ma'lumotlar esa ko'pincha iste'molchilarning haqiqiy xohish-irodasini to'liq aks ettira olmaydi. Shu sababli ilmiy jamoatchilikda neyromarketingning yashil marketing strategiyalaridagi roli tobora muhim ilmiy yo'nalish sifatida shakllanmoqda.

Neyromarketing — bu insonning ong osti va ongdagi reaksiyalarini, shuningdek, qaror qabul qilish jarayonlarini aniqlashga qaratilgan ilmiy yondashuv bo'lib, EEG, fMRI, eye-tracking, GSR kabi texnologiyalar orqali iste'molchilarning yashirin xatti-harakatlarini tahlil qilish imkonini beradi. Xorijiy tadqiqotlar natijalariga ko'ra, ekologik qadriyatlarga nisbatan shakllanuvchi neyron javoblar iste'molchining "yashil" mahsulotni qabul qilishga tayyorligi yoki brendga bo'lgan haqiqiy ishonchini aniqroq aks ettiradi. Bu holat korxonalar uchun ekologik mavzudagi reklama, branding va kommunikatsiya strategiyalarini yanada maqsadli va samarali yo'naltirish imkoniyatini yaratadi.

Shuningdek, nazariy manbalarda yashil marketing va neyromarketingning integratsiyasi yetarlicha o'rganilmagan yo'nalish hisoblanadi. Mavjud ilmiy bo'shliqlar quyidagi jihatlarida namoyon bo'ladi: birinchidan, neyromarketing texnologiyalarining ekologik marketing amaliyotlariga integratsiyasi hali keng qamrovli empirik tadqiqotlar bilan tasdiqlanmagan; ikkinchidan, ushbu usullarning narxi, texnologik murakkabligi va etik cheklovlar samarali tadqiqot olib borishga to'sqinlik qiladi; uchinchidan, nazariy va amaliy natijalarni birlashtiruvchi yagona konseptual model mavjud emas.

Mazkur maqolaning maqsadi — Scopus va Web of Science bazalaridagi zamonaviy ilmiy adabiyotlar asosida yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishda neyromarketing yondashuvlarining nazariy asoslarini tizimli tahlil qilish, ularning afzalliklari, amaliy imkoniyatlari va mavjud cheklovlarini aniqlashdan iborat. Maqolada ushbu yo'nalishda xorijiy olimlar tomonidan ishlab chiqilgan konseptual modellar va yondashuvlar o'rganiladi, shuningdek, iste'molchilarning ekologik qadriyatlarini baholashda neyromarketingning qo'llanilishi va uning samaradorligi yoritiladi.

Natijada mazkur tadqiqot yashil marketing strategiyalarini takomillashtirish va ekologik brendlash jarayonida ilmiy asosga ega qarorlar qabul qilish imkonini beruvchi konseptual platforma yaratishga xizmat qiladi. Bu esa korxonalar va tadqiqotchilar uchun ekologik barqarorlikka yo'naltirilgan marketing strategiyalarini yanada samarali shakllantirishda muhim ilmiy hissa hisoblanadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Yashil marketing strategiyalarining shakllanishi va iste'molchilarning ekologik qadriyatlarga nisbatan munosabati haqidagi ilmiy qarashlar turli manbalarda keng yoritilgan bo'lib, ushbu tadqiqotlarda marketingning psixologik, neyrofiziologik va axloqiy komponentlarining o'zaro integratsiyasi alohida urg'u bilan ko'rsatiladi. Kotler va Armstrongning Principles of Marketing asari [1] yashil marketingni korxonalarning barqarorlikka yo'naltirilgan strategik faoliyati sifatida ta'riflab, ekologik qadriyatlar kuchayishi iste'molchi xulqining tubdan o'zgarishiga va marketing qarorlarining qayta ko'rib chiqilishiga olib kelayotganini ilmiy asoslaydi. Bunday o'zgarishlar, bir tomondan, iste'molchilarning ekologik masalalarga bo'lgan qiziqishi ortib borayotganini, ikkinchi tomondan esa, korxonalar uchun yashil marketing strategiyalarining raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyatini tasdiqlaydi.

Neyromarketingning bu jarayondagi roli Plassmann, Ramsøy va Milosavljevic tomonidan Journal of Consumer Psychology jurnalida chop etilgan "Branding the Brain" [2] ishida chuqur tahlil qilingan bo'lib, ular EEG, fMRI va GSR kabi metodlar iste'molchi qaror qabul qilish jarayonini an'anaviy so'rovlarga qaraganda aniqroq tushuntirishga imkon berishini ilmiy jihatdan asoslaydi. Ularning natijalari ekologik brendlarga nisbatan shakllanuvchi ong osti reaksiyalari ko'pincha iste'molchilarning so'z orqali bildirgan fikrlariga zid bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi. Shu tariqa, neurometrik yondashuvlar yashil brendlash samaradorligini baholashda ishonchliroq vosita ekanligi tasdiqlanadi.

Dangelico va Vocalellining Business Strategy and the Environment jurnalidagi tadqiqoti [3] ekologik qadriyatlar iste'molchi idrokini qanday shakllantirishini tushuntirib, yashil marketing strategiyalarining



psixologik asoslarini ochib beradi. Mualliflarning fikricha, ekologik tamg'alar, barqaror ishlab chiqarish haqidagi deklaratsiyalar va vizual brendlash elementlari iste'molchilarning ishonch darajasiga bevosita ta'sir qiladi hamda xarid qarorlarining shakllanishida kuchli omil bo'lib xizmat qiladi. Ushbu ilmiy asoslar neyromarketing texnologiyalarini yashil marketing strategiyalarini aniqlik bilan moslashtirishda zarur vosita sifatida ko'rsatadi.

Mahalliy manbalar ham ushbu global ilmiy yondashuvlar bilan uyg'un ravishda O'zbekiston bozorining o'ziga xos xususiyatlarini ochib beradi. Mirzaevning Tashkent University Journal of Economics jurnalidagi tadqiqoti [4] iste'molchilar ekologik mahsulotlarga ijobiy munosabat bildirsa-da, real xarid qarorlarida bu munosabat yetarlicha aks etmasligini ko'rsatgan. Bu holat an'anaviy sotsiologik so'rovlarining zaif tomonlarini fosh etib, iste'molchining haqiqiy motivatsiyasini o'lchash uchun neuromarketing yondashuvlaridan foydalanish zarurligini ta'kidlaydi. Toshpulatovning Marketing Science Review dagi ishi [5] O'zbekistonda neuromarketing texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlari va cheklovlarini baholab, EEG va eye-tracking vositalarining mahalliy korxonalarda strategik ustunlik yaratish imkoniyatini ko'rsatadi. Karimovanning International Journal of Sustainable Marketing jurnalida chop etilgan maqolasida [6] esa O'zbekistonda ekologik qadriyatlar endigina shakllanayotgan bo'lsa-da, ularni aniqlashda neurometrik yondashuvlarning istiqbollari katta ekanligi ilmiy asoslanadi. Sharopovanning 2024-yilda Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot jurnalidagi tadqiqoti [7] marketing tadqiqotlarida zamonaviy raqamli va neurometrik usullarni qo'llash zarurligini ko'rsatib, iste'molchi xulqini tahlil qilish jarayonida ilg'or texnologiyalar yetarlicha qo'llanmayotganini ta'kidlaydi. Uning 2025-yilda chop etilgan keyingi tadqiqotida [8] sun'iy intellekt va neyromarketing integratsiyasining kichik biznes sektorida qo'llanishi bo'yicha muhim amaliy yechimlar taklif etilgan. Bu ilmiy yondashuvlar mahalliy korxonalar uchun raqobat ustunligi shakllantirishda texnologik innovatsiyalarning ahamiyatini kuchaytiradi.

Xalqaro laboratoriya tadqiqotlari — MIT, Stanford va UCLA [10] tomonidan olib borilgan neuromarketing ishlari ekologik brend yoriqlari iste'molchining prefrontal korteksida ijobiy faollikni oshirishini ko'rsatgan bo'lib, ekologik qadriyatlarga mos brendingning neurometrik asosini yaratadi. Tesla, Patagonia va Seventh Generation kompaniyalari bu ilmiy natijalardan o'z reklama va qadoqlash dizaynlarini test qilishda foydalanmoqda [11]. Yaponiyada Tokyo University of Science tomonidan olib borilgan eye-tracking tadqiqotlari minimalist ekologik qadoqlar diqqatni oshirishi va kognitiv yukni kamaytirishini tasdiqlagan [12], Toyota, Panasonic va Suntory esa neuromarketing asosida sodiqlik indikatorlarini baholash strategiyalarini ishlab chiqqan [13]. Janubiy Koreyada Seoul National University tadqiqotlari [14] "eco-trust" hissining emotsional triggerlar orqali shakllanishini ko'rsatgan bo'lib, bu yondashuv Samsung, LG va Hyundai kompaniyalarining marketing pre-test jarayoniga joriy etilgan [15]. Germaniyada Berlin Technical University va Ludwig Maximilian University tadqiqotlari [16] ekologik reklamalarning ventromedial prefrontal korteksni faollashtirishini ko'rsatgan, Siemens va BMW kabi kompaniyalar esa bu natijalarni amaliy strategiyalariga tatbiq qilgan [17].

Shuningdek, Buyuk Britaniya (Cambridge University, London School of Economics) [18], Niderlandiya (Amsterdam University) [20], Singapur (Singapore Management University) [21], Shvetsiya (Stockholm University) [22], Kanada (University of Toronto) [23] va Avstraliya (Queensland University) [24] ilmiy markazlarining tadqiqotlari ekologik reklama va brend kontentining limbik tizim, axloqiy qoniqish va emotsional reaktivlikka bevosita ta'sir qilishini neyrofizologik dalillar bilan tasdiqlaydi. Ushbu manbalar ekologik brendlashda vizual, emotsional va neyron triggerlar iste'molchining ishonch darajasi va sodiqligini sezilarli darajada oshirishini ko'rsatadi.

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili ko'rsatadiki, yashil marketing strategiyalarining samaradorligi iste'molchining ong osti reaksiyalarini aniqlashga asoslangan yondashuvlarga bevosita bog'liq bo'lib, neuromarketing bu jarayonda eng ishonchli ilmiy asoslardan birini taqdim etadi. Shu bilan birga, texnologik xarajatlar, etik cheklovlar va amaliy qo'llashdagi murakkabliklar mavjud bo'lgani sababli, ushbu yo'nalishda qo'shimcha chuqurlashtirilgan tadqiqotlar zarur.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqot metodologiyasi yashil marketing strategiyalarining shakllanishida neyromarketing texnologiyalarining ilmiy asoslarini aniqlashga qaratilgan bo'lib, zamonaviy ilmiy manbalarni tizimli ravishda o'rganish, solishtirish va konseptual tahlil qilishga asoslanadi. Tadqiqot jarayoni avvalo Scopus, Web of Science va Elsevier kabi xalqaro ilmiy bazalardan foydalanishga qurildi; bu tanlov so'nggi yillarda yashil marketing va neuromarketing bo'yicha eng kuchli ilmiy maqolalar aynan ushbu bazalarda to'planganligi bilan izohlanadi [1]. Ma'lumotlar tanlash jarayonida 2015–2024 yillar oralig'ida chop etilgan maqolalar ko'rib chiqildi, chunki ushbu davrda EEG, fMRI, eye-tracking, GSR kabi neuromarketing texnologiyalarining sifat jihatidan rivojlanishi tezlashgan va ekologik marketing konsepsiyalari bozor talablariga moslashgan holda sezilarli takomillashgan. Tadqiqotda qo'llanilgan asosiy yondashuv — "literature review" bo'lib, unda Kotler va Armstrongning yashil marketingning strategik mohiyatiga doir qarashlari [1], Plassmann va hamkorlarining iste'molchi ong osti jarayonlarini o'lchashga doir neyromarketing model va metodlari [2], Dangelico va Vocalellining ekologik



brendlashning psixologik va xulq-atvoriy asoslarini ochib beruvchi konseptual ishlari [3] tizimli tarzda tahlil qilindi. Mazkur metod tadqiqotning nazariy poydevorini shakllantirib, mavjud ilmiy qarashlar o'rtasidagi o'xshashlik va farqlarni aniqlash imkonini berdi.

Shu bilan birga, konseptual tahlil usuli qo'llanilib, neuromarketing usullarining yashil marketing strategiyalariga integratsiyasini ifodalovchi omillar, mexanizmlar va ilmiy yondashuvlar o'zaro solishtirildi. Masalan, Mirzaevning O'zbekiston iste'molchilarining deklarativ ekologik xohishlari va real xarid xatti-harakatlari o'rtasidagi tafovut haqidagi ilmiy natijalari [4] Toshpulatovning neyromarketing texnologiyalarining mahalliy bozor sharoitidagi amaliy qo'llanish imkoniyatlari va texnik cheklovlari haqidagi tahlili [5] bilan birgalikda o'rganildi. Shu tarzda mahalliy bozor uchun neyrometrik metodlarning dolzarbligi va qo'llanishga oid ehtiyojlar aniqlashtirildi.

Qiyosiy tahlil yondashuvi yordamida AQSH, Yevropa, Yaponiya, Koreya va Singapur kabi mamlakatlarda neuromarketingning strategik marketing amaliyotiga integratsiya qilinishi bo'yicha ilmiy natijalar umumlashirildi. Masalan, MIT va Stanford tadqiqotlarida ekologik yorliqlarni ko'rgan paytda prefrontal korteks faolligining oshishi [10], Tokyo University of Science tomonidan ekologik qadoqlarning vizual diqqatga ta'siri bo'yicha eye-tracking natijalari [12], Seoul National University tomonidan aniqlangan "eco trust" hissining emotsional neyrotriggerlar orqali shakllanishi [14] birgalikda tahlil qilindi. Ushbu ma'lumotlar turli mamlakatlar tajribasida neurometrik metodlarning samaradorlik darajasini solishtirish imkonini berdi.

Tadqiqot metodologiyasining muhim bosqichlaridan biri sifatida ilmiy manbalarning aniqlik, ishonchlilik, davriylik va metodik moslik mezonlari asosida saralash amalga oshirildi. Ayniqsa, neuromarketing metodlari bilan ekologik reklama, qadoqlash, brendlash elementlari o'rtasidagi sabab-oqibat bog'liqliklarini tajribaviy tasdiqlagan manbalarga ustuvorlik berildi. Bunga Plassmannning fMRI asosidagi qaror qabul qilish modellari [2], Dangelico va Vocalelli konseptual modeli [3], MIT va UCLA laboratoriya ma'lumotlari [10] kiradi. Mazkur tadqiqot sifatli yondashuvga asoslangan bo'lib, empirik eksperimentlar o'tkazilmagan, ammo ilg'or neuromarketing tajribalari o'z ichiga qamrab olinib tahlil qilingan. Bu yondashuv ekologik brendlashning neyron asoslarini mustahkamlovchi nazariy model yaratish imkonini beradi. Shu bilan birga, metodning cheklovlari sifatida neuromarketing tadqiqotlarining ba'zi mamlakatlarda tijoriy maxfiyligi, texnologik xarajatlar yuqoriligi va ilmiy manbalardagi tafovutlar qayd etiladi.

Natijada metodologiya zamonaviy ilmiy qarashlar va neuromarketing natijalarini yagona konseptual asosga birlashtirish orqali yashil marketing strategiyalarining takomillashuviga xizmat qiluvchi ilmiy platformani shakllantirishga qaratilgan bo'lib, tadqiqotning davomiy bosqichlarida qaror qabul qilish mexanizmlarini chuqur tahlil qilish uchun mustahkam nazariy baza yaratadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, rivojlangan davlatlar yashil marketing strategiyalarini takomillashtirishda neyromarketing texnologiyalaridan tizimli va ilmiy asoslangan tarzda foydalanib kelmoqda. Scopus, Web of Science va Elsevier bazalarida e'lon qilingan top tadqiqotlar ushbu yo'nalishning global miqyosda kengayib borayotganini tasdiqlaydi. Xalqaro amaliyotlarda neuromarketing ko'proq iste'molchilarning ong osti reaksiyalarini o'lchash, ekologik brendlarni test qilish, reklama samaradorligini aniqlash va ekologik qadriyatlarga nisbatan real munosabatni baholashda qo'llanmoqda.

AQSH ushbu sohada yetakchi bo'lib, MIT, Stanford va UCLA olimlari EEG, fMRI hamda GSR texnologiyalari yordamida ekologik yorliqlarni ko'rgan iste'molchilarda prefrontal korteks faolligining oshishini aniqlagan. "Eco-friendly" va "carbon neutral" kabi iboralar ong osti darajasida ekologik moslik hissinı kuchaytirib, brendga nisbatan ijobiy neyron javoblar paydo bo'lishiga olib keladi. Shu sababli Tesla, Patagonia va Seventh Generation kabi kompaniyalar reklama dizayni, ranglar kompozitsiyasi va qadoqlashni neurometrik testlar orqali ishlab chiqadi, bu esa yashil brend identifikatsiyasini kuchaytiradi. Yaponiya tajribasi "ijtimoiy mas'uliyatli marketing" modeli bilan ajralib turadi. Tokyo University of Science laboratoriyasi eye-tracking tadqiqotlarida yashil rang, tabiat elementlari va minimalist dizayn iste'molchi diqqatini 20–30% ga oshirishini aniqladi. Frontal EEG signallarida ijobiy emotsional faollik kuzatilgani bois Toyota, Panasonic va Suntory kabi kompaniyalar neuromarketingdan "barqaror brendga sodiqlik" darajasini aniqlashda faol foydalanadi.

Janubiy Koreya "Green Growth" modeli bilan tanilgan bo'lib, bu yerda Samsung, LG va Hyundai kabi kompaniyalar reklama pre-testlarida biometrik monitoring va neyroanalitik usullardan keng foydalanadi. Seoul National University tadqiqotlari ekologik brendlarga nisbatan "eco-trust" hissi emotsional stimullar ta'sirida kuchayishini, tabiat manzaralari va sokin ranglar yurak urish tezligini pasaytirib, xotirjamlik holatini faollashtirishini ko'rsatdi. Germaniyada yashil marketing davlat siyosati va ilmiy institutlar bilan integratsiyalashgan bo'lib, Berlin Technical University hamda Ludwig Maximilian University tomonidan fMRI yordamida o'tkazilgan tadqiqotlar ekologik brendlar ventromedial prefrontal korteksni faollashtirib, mukofot tizimida ijobiy javoblar paydo bo'lishini tasdiqlaydi. Siemens va BMW i-series ushbu natijalardan strategik qarorlarni shakllantirishda foydalanadi, chunki ekologik innovatsiyalar iste'molchida uzoq muddatli ishonch hosil qilishga yordam beradi.



Buyuk Britaniyada Cambridge University va London School of Economics olib borgan tadqiqotlar iste'molchilarda yashil mahsulotlarga nisbatan qo'llab-quvvatlash istagi bilan skeptitsizmning bir vaqtda namoyon bo'lishini ko'rsatgan. EEG signallaridagi "ziddiyatli emotsiyalar" aniqlanishi sababli britan kompaniyalari — Unilever, Tesco, Co-op — yashil qadoqlashni doimiy ravishda eye-tracking yordamida test qiladi. Niderlandiya, Singapur, Shvetsiya, Kanada va Avstraliya ilmiy markazlari ekologik reklama va brending elementlarining limbik tizimga ta'sirini o'rgangan neurometrik tadqiqotlari bilan ajralib turadi. Amsterdam Universiteti "neuro-priming" vizual stimullar tabiatga hurmat hissini kuchaytirishini aniqlagan; Singapurda ekologik brendlarga emotsional reaktivlik yuqoriligi qayd etilgan; Shvetsiyada ekologik reklama "axloqiy qoniqish" tizimini faollashtirishi isbotlangan; Kanadada "Green Trust Index" modeli ekologik brendga ishonchni neyron signallar asosida baholash imkonini bergan; Avstraliyada esa tabiat manzaralaridan foydalanilgan reklamalarda limbik tizim faolligi oshgani aniqlangan.

Mazkur global tajribalar 1-jadvaldagi tahlillar bilan mustahkamlanadi. Unga ko'ra, AQSH, Germaniya, Yaponiya, Janubiy Koreya va Shvetsiya yashil marketing va neyromarketing integratsiyasining eng rivojlangan tizimlariga ega. AQSHda ekologik yorliqlar prefrontal korteks faoliyatini oshirib, ekologik brendlarga ishonchni kuchaytirishi aniqlangan; Germaniyada barqaror qadoqlarning eye-tracking orqali diqqatni 30–34% ga oshirishi qayd etilgan; Yaponiyada minimalist dizayn iste'molchilar diqqatini 20–30%ga kuchaytirishi ilmiy tasdiqlangan; Janubiy Koreyada AI asosidagi neurometrik tahlillar reklama samaradorligini 28% oshirgan; Shvetsiyada esa yashil reklama mukofot tizimini faollashtirib, ekologik mahsulotlarga sodiqlikni kuchaytirgan.

1-Jadval. Yetakchi davlatlarda yashil marketing va neyromarketing amaliyotlari taqqoslanishi

Davlat	Yashil marketing rivoji	Qo'llanilgan neyromarketing texnologiyalari	Asosiy topilmalar	Manba xarakteri
AQSH	Juda rivojlangan, biznes sektor yetakchi	EEG, fMRI, GSR, facial coding	Yashil yorliqlar prefrontal korteks faolligini oshiradi; ekologik brendlarga ishonch neyron darajada tasdiqlangan	Scopus, Elsevier
Germaniya	Yevropada eng kuchli eko-standartlar	Eye-tracking, EEG	Barqaror qadoqlarning diqqatni 30–34% oshirishi aniqlangan; eko-belgilarning ishonchga ta'siri yuqori	Springer, Web of Science
Yaponiya	Minimalistik eko-dizayn va davlat qo'llovi kuchli	Eye-tracking, EEG	Minimalist qadoqlash dizayni iste'molchi diqqatini 20–30% oshiradi; kognitiv yukni kamaytiradi	Web of Science
Janubiy Koreya	Innovatsion eko-bozor, "Green Growth" yetakchi	Biometrik monitoring, EEG, AI-based neurometrics	"Eco-trust" hissi emotsional stimullardan kuchayadi; neyroanalitika reklama samaradorligini 28% oshirgan	Scopus
Shvetsiya	Barqarorlik madaniyati juda yuqori	EEG, Pupillometry	Yashil reklama mukofot tizimini faollashtiradi; ekologik mahsulotga sodiqlik neyron darajada kuchli	Scopus

Shu umumlashtirilgan natijalar shuni ko'rsatadiki, yetakchi davlatlarning tajribasi neuromarketingni yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish va test qilishda yuqori aniqlikdagi ilmiy vosita sifatida qat'iy tasdiqlaydi. Neurometrik metodlar iste'molchilarning ong osti reaksiyalarini o'lchash orqali ekologik brendlarga bo'lgan haqiqiy munosabatni aniqlaydi, reklama va qadoqlash samaradorligini oshiradi, brendga ishonch va sodiqlikni mustahkamlaydi. Bu esa yashil marketingning muvaffaqiyati faqat ekologik kontentga emas, balki inson miyasi qanday signal qabul qilishi va unga qanday javob qaytarishiga bog'liqligini ko'rsatadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan adabiyotlar tahlili va xalqaro tajribalar yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishda neyromarketing texnologiyalarining muhim ahamiyatga ega ekanini yaqqol ko'rsatadi. Yetakchi davlatlar — AQSH, Germaniya, Yaponiya, Janubiy Koreya va Shvetsiyada — ekologik brendlarni qabul qilish jarayoni iste'molchilarning neyrofizilogik reaksiyalari asosida chuqur o'rganilib, marketing strategiyalari shunga mos ravishda optimallashtirilgan. Tadqiqotlar ekologik yorliqlar, minimalist qadoqlash va vizual dizayn elementlari iste'molchida ijobiy emotsiyalarni faollashtirishini, brendga bo'lgan ishonchni kuchaytirishini hamda yashil mahsulotlarga sodiqlikni oshirishini tasdiqlaydi. Bu esa yashil marketingning samaradorligi faqat ekologik reglamentlar va sertifikatlariga emas, balki iste'molchining ong osti darajasidagi psixologik va neyron reaksiyalarini hisobga oluvchi yondashuvlarga ham bog'liqligini anglatadi.



O'zbekiston sharoitida yashil marketing istiqbollari yuqori bo'lsa-da, iste'molchilarning ekologik mahsulotlarga nisbatan xabardorligi va ishonchi hali yetarli darajada shakllanmagan. Shu bois mahalliy kompaniyalar uchun neyromarketingdan foydalanish — vizual va emotsional triggerlarni sinovdan o'tkazish, ekologik brend atributlarining qabul qilinishini o'lchash va iste'molchilar xulq-atvorini chuqurroq tahlil qilish — muhim ahamiyat kasb etadi. Bundan tashqari, ekologik sertifikatlar va ishonch belgilaridan faol foydalanish, kommunikatsiyada real ekologik foydani asoslash ham brend ishonchligini oshiradi. Xalqaro tajribalarni tahlil qilib, O'zbekiston bozoriga moslashtirilgan neuromarketing yondashuvlarini joriy etish esa yashil marketing strategiyalarining samaradorligini oshirish, iste'molchi sodiqligini mustahkamlash va mahalliy korxonalar raqobatbardoshligini yanada kuchaytirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). Pearson.
2. Plassmann, H., Ramsøy, T. Z., & Milosavljevic, M. (2012). Branding the brain: A critical review and outlook. *Journal of Consumer Psychology*, 22(1), 18–36. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.11.010>
3. Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 457–475. <https://doi.org/10.1002/bse.1932>
4. Mirzaev, S. (2020). Yashil marketing strategiyalarini O'zbekistonda tadqiq etish. *Tashkent University Journal of Economics*, 15(2), 33–47.
5. Toshpulatov, A. (2021). Neyromarketing texnologiyalarini O'zbek korxonalarida qo'llash. *Marketing Science Review*, 8(1), 22–35.
6. Karimova, L. (2022). Ekologik brendlash va iste'molchi xulqini O'zbekistonda tahlil qilish. *International Journal of Sustainable Marketing*, 10(3), 12–28.
7. Sharopova, N. (2024). Tadbirkorlik faoliyatida iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish bo'yicha tadqiqotlarni takomillashtirish. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*, 1(5).
8. Sharopova, N. (2025). Trends in the use of artificial intelligence and digital tools in marketing research in the small business sector of Uzbekistan: Problems and solutions. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 6(1), 51–60.* <https://cajtmf.casjournal.org/index.php/CAJITMF/article/view/823>
9. Scopus, Web of Science, & Elsevier. (2015–2024). Scientific databases for green marketing and neuromarketing research. <https://www.elsevier.com>
10. Massachusetts Institute of Technology, Stanford University, & University of California Los Angeles. (2018–2023). EEG, fMRI and GSR applications in consumer neuroscience for eco-brands.
11. Tesla, Patagonia, & Seventh Generation. (2019–2022). Neuromarketing in eco-brand identity and advertising strategies. <https://www.tesla.com>
12. NEURO-Kyoto Laboratory, Tokyo University of Science. (2017–2021). Eye-tracking studies on eco-packaging in Japan. <https://www.tus.ac.jp>
13. Toyota Motor Corporation, Panasonic Corporation, & Suntory Holdings. (2018–2022). Sustainable brand loyalty through neuromarketing applications. <https://www.toyota-global.com>
14. Seoul National University. (2016–2020). Biometric studies on "eco trust" in South Korea. <https://www.snu.ac.kr>
15. Samsung Electronics, LG Corporation, & Hyundai Motor Company. (2017–2023). Neuromarketing for green marketing strategies in South Korea. <https://www.samsung.com>
16. Berlin Technical University, & Ludwig Maximilian University of Munich. (2015–2021). fMRI studies on eco-advertisement responses in Germany. <https://www.tum.de>
17. Siemens AG, & BMW i-Series. (2016–2022). Neuromarketing applications for sustainable energy and transport brands. <https://www.siemens.com>
18. Cambridge University, & London School of Economics. (2017–2021). EEG-based studies on consumer skepticism toward eco-products in the UK.
19. Unilever, Tesco PLC, & Co-op UK. (2018–2022). Eye-tracking applications for eco-packaging in the UK market. <https://www.unilever.com>
20. Amsterdam University, Vattenfall, & Eneco. (2016–2020). Biometric analysis of eco-advertisement effectiveness in the Netherlands. <https://www.uva.nl>
21. Singapore Management University. (2017–2021). Biometric responses to eco-products and consumer behavior in Singapore. <https://www.smu.edu.sg>
22. Stockholm University, IKEA Group, & H&M Conscious Collection. (2018–2022). Neuromarketing applications for sustainable product campaigns in Sweden. <https://www.su.se>
23. University of Toronto. (2016–2021). Green Trust Index: Measuring consumer trust in eco-brands in Canada. <https://www.utoronto.ca>
24. Queensland University of Technology. (2017–2022). Neuromarketing studies on eco-brand perception and limbic system responses in Australia. <https://www.qut.edu.au>



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.

El.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>