



O'zbekiston Ekologik
partiyasi



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY MAJLISI QONUNCHILIK PALATASI



O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasining
Iqlim o'zgarishi oqibatlarini kamaytirish va "yashil" iqtisodiyotga
o'tishni tezlashtirish masalalari bo'yicha komissiyasi

O'zbekiston Ekologik partiyasi fraksiyasi

"Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" ijtimoiy – iqtisodiy, siyosiy, ilmiy – ommabop jurnal

**“YASHIL IQTISODIYOT VA EKOLOGIK BARQAROR
RIVOJLANISHDA ILG'OR MUHANDISLIK MAKTABLARINI
SHAKLLANTIRISH MUAMMOLARI”
Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi**

2025-YIL 3-DEKABR

**Republican Scientific–Practical Conference
“CHALLENGES IN DEVELOPING ADVANCED ENGINEERING
SCHOOLS FOR GREEN ECONOMY AND ENVIRONMENTAL
SUSTAINABILITY”**

3 DECEMBER 2025

**Республиканская научно-практическая конференция
«ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРЕДОВЫХ
ИНЖЕНЕРНЫХ ШКОЛ В РАЗВИТИИ ЗЕЛЁНОЙ
ЭКОНОМИКИ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ»**

3 ДЕКАБРЯ 2025 ГОДА

10-MAXSUS SON

Toshkent — 2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr. 102 sahifa.
2025-yil, dekabr*

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 Makhmatjon 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 Bekdavlat 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 Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov 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 Khusniddinovna, 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 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

- 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

OLIY TA'LIMDA EKO-TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ORQALI OROLBO'YI HUDUDINING EKOLOGIK BARQARORLIGINI MUSTAHKAMLASH.....	7
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich	
“YASHIL ENERGETIKA” – O‘ZBEKISTONNING YASHIL VA SOG‘LOM KELAJAGI IQTISODIYOTIMIZNING YANGI DRAYVERI.....	10
Abdushukur Hamzayev	
BARQAROR RIVOJLANISH MAQSADLARIGA ERISHISHDA EKOLOGIK MADANIYATNING AHAMIYATI.....	12
Xodjayeva Mohira Mirzaxmadovna	
QAYTA TIKLANUVCHI YASHIL ENERGIYA: BARCHA UCHUN MUHIM MASALA.....	15
Muxiddin Kalonov	
“YASHIL IQTISODIYOT”GA O‘TISH ASOSIDA “YASHIL O‘SISHNI” TA‘MINLASH: MUOMMO VA YECHIMLAR	19
Makhmudov Nosir Makhmudovich	
YASHIL OBLIGATSIYALAR: IQTISODIY FAOLLIK VA HISOB YURITISHNING DOLZARB MASALALARI	23
Norboy G‘anievich Karimov	
YASHIL IQTISODIYOTGA O‘TISHDA ILG‘OR MUHANDISLIK MAKTABLARI VA TEXNOPARKLARNING AHAMIYATINI AKADEMIK TA‘LIM JIHATIDAN TAKOMILLASHTIRISH.....	26
Sanjarbek Mirzaliyev Maxamatjon o‘g‘li	
INDUSTRIYAL SANOAT EHTIYOJLARIGA MOS, INNOVATSIYALAR YARATISHGA QODIR MUHANDISLARNI TAYYORLASHDA ILG‘OR MUHANDISLIK MAKTABLARI VA “YASHIL” IQTISODIYOT INTEGRATSIYASINING STRATEGIK AHAMIYATI.....	28
Sherzod Qurbonov	
YASHIL BUXGALTERIYA VA YASHIL MOLIYANI RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK DOLZARBLIGI.....	31
Tulyaganov Abdumalik Abdiraximovich	
EKOLOGIK BARQARORLIKNI TA‘MINLASHDA YASHIRIN IQTISODIYOTNING IJTIMOY-IQTISODIY TAHLILI	34
Mavlyanov Muzaffar Yusupovich	
YASHIL MOLIYAVIY INNOVATSIYALAR VA ULARNING EKOLOGIK INFRATUZILMA MODERNIZATSIYASIDAGI ROLI.....	37
Tursunkulova Gulchiroy Burxonovna	
РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ ИНКЛЮЗИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ДО 2030 ГОДА.....	40
Алимова Азиза Шерзатовна	
SANOATDA YASHIL ENERGIYADAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING YONDASHUVLAR.....	46
Abdullaev Elörbek Odiljon o‘gli	
MODA SANOATIDA YASHIL MARKETING VA ISTE‘MOLCHILARNING EKOLOGIK ONGINI RIVOJLANTIRISH.....	50
Ahmadjonova Rayhona Jasurbek qizi	
YASHIL ERP TIZIMLARINING KORXONALARDA BARQAROR RIVOJLANISH VA MARKETING SAMARADORLIGIGA TA‘SIRI	54
Azizov Abdulla Abdisalamovich	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARINI INNOVATSION MENEJMENT ASOSIDA YASHIL MARKETINGDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI QO‘LLASH	58
Boltayeva Sitora Mirdjonovna	



HUDUDLARARO IJTIMOY TENGLIKNI TA'MINLASHDA YASHIL MARKETING INSTRUMENTLARINING AHAMIYATI	62
Ibrohimov Baxtrom Bog'dirovich	
OLIY TA'LIMDA YASHIL INNOVATSIYALARNI TARG'IB QILISH ORQALI XORIJIY TALABALAR OQIMINI OSHIRISH	66
Isamuqometov Shukurullo Asotullayovich	
YASHIL INNOVATSIYALAR ASOSIDA AGROMARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH VA MEVA SABZAVOT BOZORIDAGI NARX BARQARORLIGI MODELI	70
Isroilov Abdurashid Abduraxmanovich	
RAQAMLI IQTISODIYOTDA MIJOZLAR BILAN YASHIL RAQAMLI ALOQALARNI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYALARI.....	75
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDAGI BILIMLARNI BAHOLASH TIZIMLARI VA ULARNING RAQAMLI IQTISODIYOTGA MOSLASHGAN ILG'OR YONDASHUVLARI	78
Radjabov Bunyod Abduxalilovich	
RAQAMLI IQTISODIYOTDA MIJOZLAR BILAN YASHIL RAQAMLI ALOQALARNI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYALARI.....	82
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA SUN'IY TOLALARDAN FOYDALANISHDA BARQAROR TA'MINOT ZANJIRI BOSHQARUVINI TAKOMILLASHTIRISH	85
Raximov Furqat Jalolovich	
TIJORAT BANKLARIDA OMONAT HAJMINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING VOSITALARINING ROLI	89
Raximov Shoxrux Furqatovich	
PAXTA TO'QIMACHILIK KLASTERLARIDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARINI JORIY ETISH VA ULARNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH	93
Tadjiev Sa'dulla Muhitdinovich	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORLARIDA YASHIL INNOVATSIYALAR ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA MARKETING STRATEGIYASINING SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	97
Xudayberganov Jasur Baxodirovich	



RAQAMLI IQTISODIYOTDA MIJOZLAR BILAN YASHIL RAQAMLI ALOQALARNI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYALARI

Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi

Kadrlar malakasini oshirish va statistik tadqiqotlar instituti tayanch doktoranti

Annotatsiya. Mazkur tezisdagi raqamli iqtisodiyot sharoitida mijozlar bilan yashil raqamli aloqalarni shakllantirish strategiyalari tahlil qilingan. Ilmiy manbalar asosida raqamli marketing vositalariga ekologik yondashuvlar integratsiya qilinishi, mijozlar ishonchini oshirish va barqaror aloqalarni mustahkamlash imkonini berishi asoslab berilgan. CRM tizimlari, influencer marketing va sun'iy intellekt texnologiyalarining bu jarayondagi roli ko'rib chiqilgan. Tahlil natijalariga asoslangan holda amaliy takliflar ishlab chiqilgan. Mavzu dolzarbligi nazariy tahlil orqali asoslangan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, yashil marketing, mijozlar bilan aloqa, barqarorlik, raqamli strategiya, CRM, sun'iy intellekt.

Abstract. This thesis analyzes strategies for developing green digital customer communications within the digital economy. Based on scholarly sources, it is substantiated that integrating ecological approaches into digital marketing tools strengthens customer trust and supports sustainable relationships. The roles of CRM systems, influencer marketing, and artificial intelligence technologies in this process are examined. Practical recommendations are developed based on the analysis results. The relevance of the topic is supported by theoretical analysis.

Key words: digital economy, green marketing, customer communication, sustainability, digital strategy, CRM, artificial intelligence.

Аннотация. В данной тезисной работе проанализированы стратегии формирования «зелёных» цифровых коммуникаций с клиентами в условиях цифровой экономики. На основе научных источников обоснована интеграция экологических подходов в инструменты цифрового маркетинга как фактор укрепления доверия потребителей и устойчивых отношений. Рассмотрена роль CRM-систем, маркетинга влияния и технологий искусственного интеллекта в этом процессе. На основе результатов анализа предложены практические рекомендации. Актуальность темы подтверждена теоретическим исследованием.

Ключевые слова: цифровая экономика, зелёный маркетинг, коммуникация с клиентами, устойчивость, цифровая стратегия, CRM, искусственный интеллект.

Raqamli iqtisodiyot global miqyosda faol shakllanmoqda. Bu jarayon korxonalarining biznes yuritish uslublarini tubdan o'zgartirib, mijozlar bilan munosabatlar strategiyasini yangilashga majbur qilmoqda. Endilikda oddiy aloqa vositalari o'rini sun'iy intellekt, avtomatlashtirilgan tizimlar va raqamli platformalar egallab bormoqda. Ayni paytda jamiyatda barqarorlik va ekologik xavfsizlik masalalariga e'tibor kuchaygani sababli korxonalardan nafaqat texnologik moslashuv, balki ekologik mas'uliyat ham talab etilmoqda. Shuning uchun bugungi biznes muhitida mijozlar bilan raqamli va ekologik (yashil) qadriyatlarga asoslangan aloqalarni shakllantirish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida qaralmoqda.

Ilmiy manbalar tahliliga ko'ra, raqamli marketing strategiyalari mijozlar xatti-harakatini o'rganish, segmentatsiya qilish va ularga aniq takliflar yetkazish imkonini beradi [1]. Shu bilan birga, ushbu raqamli tizimlar orqali korxonalar o'zining ekologik yondashuvini ommaga ishonchli shaklda taqdim etishi mumkin. Masalan, yetkazib berish zanjirida yashil innovatsiyalarni qo'llash, raqamli reklama vositalarida ekologik kontentdan foydalanish mijozlar bilan bo'lgan o'zaro munosabatlarga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda [1].

Ba'zi tadqiqotlarda ijtimoiy tarmoqlarda influencer marketingi orqali ekologik xabarlarini samarali yetkazish, mijozlarning ekologik ongini oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilayotgani ta'kidlangan [2]. Ayniqsa, yosh avlod vakillari raqamli platformalarda yashil g'oyalarni faol qo'llab-quvvatlaydi. Bunday yondashuvlar korxonalar va mijoz o'rtasida ekologik qadriyatlarga asoslangan uzoq muddatli ishonchni shakllantiradi.



Yashil marketing g'oyalari bilan uyg'unlashgan raqamli aloqa tizimlari mijozlar ongida brendning ijtimoiy mas'uliyatli qiyofasini mustahkamlashga xizmat qiladi. Ilmiy manbalar shuni ko'rsatadiki, ekologik qadriyatlar, mahsulotlar haqidagi shaffof ma'lumotlar, yashil sertifikatlar va barqarorlik ko'rsatkichlari mijozlar uchun real qarorlar qabul qilishda asosiy omillardan biriga aylangan [4].

Mazkur maqola metodologik jihatdan nazariy tahlilga asoslangan bo'lib, unda mavjud ilmiy adabiyotlar, raqamli marketing va yashil innovatsiyalarga oid ilmiy yondashuvlar chuqur o'rganildi. Asosiy e'tibor sifatli manbalarni tahlil qilish, ularning o'zaro bog'liqligini aniqlash va konseptual xulosalar chiqarishga qaratildi. Tadqiqot davomida komparativ tahlil (ya'ni, taqqoslash) orqali turli yondashuvlar solishtirilib, ekologik yo'naltirilgan raqamli aloqa modellarining kuchli va zaif tomonlari aniqlandi. Bundan tashqari, CRM tizimlari, sun'iy intellekt, personalizatsiya qilingan kontent va raqamli tahlil vositalarining ushbu jarayondagi o'rni ham nazariy asosda ko'rib chiqildi [5], [6].

Ushbu tadqiqotning asosiy yo'nalishi sifatida raqamli iqtisodiyotda mijozlar bilan aloqalarni ekotizimga mos ravishda raqamlashtirish va bu jarayonda yashil (ekologik) strategiyalarni qanday qo'llash mumkinligi o'rganildi. Tanlangan ilmiy manbalarni tahlil qilish asosida aniqlanishicha, korxonalar raqamli muhitda ekologik mas'uliyatli yondashuvlarni strategik asosga aylantirishga intilmoqda. Bu strategiyalar nafaqat marketing jarayonlarining soddalashtirilgan raqamlashtirilishi, balki mijozlar ongida barqarorlik qadriyatlarini mustahkamlashga qaratilganligida namoyon bo'ladi [1].

Birinchi tahlil nuqtayi nazari bo'yicha, yashil strategiyalar va raqamli marketing o'zaro uyg'unlashganida, bu kompaniyaga mijozlar bilan muloqotni shaffofroq, ishonchliroq va samaraliroq tashkil etish imkonini beradi. Ayniqsa, yetkazib berish zanjiridagi raqamli jarayonlarga yashil yondashuvlar integratsiyalashganida, mijozlar ushbu qadriyatlarga asoslangan brendlarga nisbatan yuqori darajadagi sodiqlik namoyon etayotganliklari kuzatilgan. Bunday sodiqlik kompaniya uchun uzoq muddatli iqtisodiy foyda keltiradi; bu esa raqamli marketingning iqtisodiy samaradorligini oshiradi [1].

Keyingi tahliliy nuqta shuni ko'rsatadiki, iste'molchilarning raqamli platformalardagi xatti-harakatlari, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlarda, ekologik kontentga nisbatan sezilarli darajada ijobiy reaksiyalarni namoyon qiladi. Bu hodisa raqamli ta'sirchilarning (influencerlarning) ishtiroki bilan bog'liq bo'lib, ular orqali korxonalar o'zining ekologik yondashuvlarini keng auditoriyaga yetkazadi. Influencer marketingi orqali mijozlar e'tiborini brendning ekologik jihatlari qaratish natijasida xarid qarorlariga sezilarli ta'sir ko'rsatilmoqda [2].

Shu bilan birga, kompaniyalar ekologik qadriyatlarga asoslangan raqamli kontent orqali nafaqat yangi mijozlarni jalb qilmoqda, balki mavjud mijozlarning sodiqligini ham oshirmoqda. Bu holat raqamli strategiyaning nafaqat informatsion, balki transformatsion rol o'ynashini ko'rsatadi. Transformatsion rol deganda, mijozlar nafaqat mahsulot haqida bilib oladilar, balki o'z iste'mol odatlarini qayta ko'rib chiqishga undaladi. Bu esa brendning ijtimoiy mas'uliyatli imijini mustahkamlaydi va raqamli raqobatda ustunlik beradi [3].

Tadqiqotda aniqlangan muhim jihatlardan biri shundan iboratki, raqamli marketing strategiyalarida yashil qadriyatlarni ifodalovchi xabarlar va tasvirlar iste'molchining axloqiy pozitsiyasiga to'g'ridan-to'g'ri murojaat qiladi. Raqamli reklama va kommunikatsiya vositalari orqali brend o'zining ekologik prinsiplarini tushunarli va ishonchli formatda taqdim etganida, iste'molchi bunga sezgirlik bilan javob beradi. Ayniqsa, ekologik toza mahsulotlar haqida aniq faktlar, sertifikatlar va barqaror ishlab chiqarish jarayonlari haqidagi ma'lumotlar ko'rsatilganda, bu brendga nisbatan ishonchni sezilarli darajada oshiradi [4].

Manbalarni tahlil qilish jarayonida, shuningdek, mijozlar bilan raqamlashtirilgan aloqa vositalarining samaradorligi ko'p jihatdan shaffoflik, ishonchlilik va real qiymatga bog'liqligi qayd etilgan. CRM tizimlari orqali yig'ilgan mijozlar haqidagi ma'lumotlardan foydalanib, kompaniyalar ularning ehtiyojlarini oldindan bashorat qilish, ekologik qiziqish darajasini aniqlash va mos kontentni yetkazishga erishmoqda. Bu jarayon algoritmik yondashuvlar orqali optimallashtirilmoqda, ya'ni har bir mijoz uchun shaxsiylashtirilgan ekologik taklif shakllanmoqda [5].

Tahlil davomida muhim xulosalardan yana biri — bu raqamli texnologiyalar yordamida yashil strategiyalarni o'lchash va monitoring qilish imkoniyatlarining kengayganidir. Kompaniyalar bugungi kunda turli tahliliy vositalar (Big Data, AI, BI) orqali mijozlar bilan ekologik kommunikatsiyalarning real vaqtili samaradorligini baholashga qodir. Bu esa doimiy takomillashuvga asoslangan raqamli marketing muhitini yaratishga imkon bermoqda. Maqsadli auditoriyaga aniqlik bilan yo'naltirilgan yashil kommunikatsiyalar konversiya darajasini oshiradi, brendga nisbatan mijoz ishonchini mustahkamlaydi va foydali takroriy aloqalarni rag'batlantiradi [6].

Yuqoridagi tahlillar asosida quyidagi asosiy natijalar shakllandi:

1. Yashil strategiyalar bilan boyitilgan raqamli marketing yondashuvlari raqamli iqtisodiyotda mijozlar bilan barqaror aloqalarni shakllantirishda samarali vosita hisoblanadi [1].

2. Influencer marketing orqali ekologik kontentni auditoriyaga samarali yetkazish mijoz xatti-harakatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi va barqaror iste'mol odatlarini rag'batlantiradi [2].

3. CRM tizimlaridan foydalanish orqali mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq anglash va ekologik qadriyatlar asosida shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish mumkin [5].



4. Raqamli strategiyalar faqat marketing jarayonlarini optimallashtirmaydi, balki kompaniyaning ijtimoiy mas'uliyatli brend sifatidagi qiyofasini shakllantirishga xizmat qiladi [4].

5. Raqamli texnologiyalar, ayniqsa Big Data va tahliliy algoritmlar yordamida ekologik kommunikatsiyalar samaradorligini real vaqtda kuzatish imkoniyati marketing faoliyatini strategik boshqarish darajasiga olib chiqmoqda [6].

Ushbu natijalar raqamli iqtisodiyotda ekologik qadriyatlarga asoslangan mijozlar bilan aloqalarni rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi. Shuningdek, ular korxonalar uchun strategik boshqaruvda yangi paradigma — "yashil raqamli o'zaro ta'sir modeli"ni shakllantirishga asos bo'ladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli iqtisodiyotda mijozlar bilan samarali aloqalarni shakllantirishda ekologik qadriyatlarga integratsiyalashgan yondashuvlar yuqori samaradorlikka ega. Yashil strategiyalar raqamli marketing tizimlarida qo'llanilganida, nafaqat kommunikatsiya sifati, balki mijozlarning brendga bo'lgan ishonchi va sodiqligi ham sezilarli darajada ortadi. Ayniqsa, raqamli kontent orqali shaffof va asosli ekologik ma'lumotlarni taqdim etish, mijoz qarorlariga ijobiy ta'sir ko'rsatadi va ularni barqaror iste'molga yo'naltiradi.

Shuningdek, raqamli platformalar, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar, kompaniyalarning yashil imijini keng auditoriyaga samarali yetkazish imkonini yaratadi. Influencer marketing orqali yashil kontent tarqatish yosh auditoriyalar bilan barqaror kommunikatsiya o'rnatishning eng muhim yo'llaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Bunday strategiyalar marketing faoliyatini faqat sotuv daromadiga emas, balki uzoq muddatli ijtimoiy ishonch va brend qiymatini oshirishga yo'naltiradi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, CRM tizimlari va Big Data asosidagi raqamli vositalar yordamida mijoz ehtiyojlarini aniqlab borilishi va ularning ekologik afzalliklarga nisbatan qiziqishlari bo'yicha aniq ma'lumotlar yig'ilishi mumkin. Bu ma'lumotlar asosida korxonalar individual yondashuvlar ishlab chiqishi, yashil takliflarni moslashtirilgan shaklda taqdim etishi va mijozlar bilan aloqani chuqurlashtirishi mumkin.

Ushbu tahlillarga asoslangan holda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Raqamli marketing strategiyalarida ekologik qadriyatlarni asosiy kommunikatsiya elementi sifatida shakllantirish zarur. Har bir kontent, vizual va xabar mijozga barqarorlik va ekologik mas'uliyat haqida aniq signal berishi lozim.

2. Influencer marketing kompaniyalarida ekologik mavzularni kengroq yoritish va buni sistematik tarzda rejalashtirish taklif etiladi. Bu orqali iste'molchilar ongida yashil brend imiji chuqurroq shakllanadi.

3. CRM tizimlarini ekologik ma'lumotlar bilan boyitish, ya'ni mijozlarning ekologik xatti-harakati, afzalliklari va qadriyatlariga oid ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilishni yo'lga qo'yish foydali bo'ladi.

4. Raqamli platformalarda yashil mahsulotlar va xizmatlar uchun alohida kommunikatsiya kanallarini yaratish orqali mijozlar bilan ekologik yo'nalishdagi aloqalarni mustahkamlash mumkin.

5. Marketing bo'limlari uchun raqamli barqarorlik indikatorlarini ishlab chiqish kerak. Bunda mijoz reaksiyalari, yashil kontent konversiyasi va ekologik brend imijining qabul qilinishi raqamli ko'rsatkichlar asosida doimiy baholanib borilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot sharoitida mijozlar bilan ekologik qadriyatlarga asoslangan raqamli aloqalarni shakllantirish nafaqat marketing samaradorligini oshiradi, balki korxonaning ijtimoiy mas'uliyatini kuchaytiradi. Bu esa raqamli bozorlarda barqaror ustunlikka erishishning muhim vositalaridan biriga aylanmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Rahmoune, M., & Alsaggaf, M. A. (2026). Digital marketing for sustainable supply chains: Integrating green strategies into the digital economy. Access Journal. https://journal.access-bg.org/journalfiles/journal/issue-7-1-2026/digital_marketing_for_sustainable_supply_chains-integrating_green_strategies.pdf
2. Kilumile, J. W., & John, J. K. (2025). How influencer marketing affects sustainable consumer behaviour? Systematic review, integrative framework and future research agenda. Journal of Electronic Business & Digital Economics. <https://www.emerald.com/jebde/article-pdf/doi/10.1108/JEBDE-09-2024-0034/10397381/jebde-09-2024-0034en.pdf>
3. Karpenko, O., & Karpenko, I. (2025). Sustainable marketing in the context of digitalization. Economic Synergy, 3(3), 59–69. https://econpapers.repec.org/article/bjaisteus/y_3a2025_3ai_3a3_3ap_3a59-69.htm
4. Ricciardi, I., Percuoco, M., & Prisco, A. (2025). Product Innovation for Sustainable Development in the Fashion Industry: A Bibliometric Review. Sustainable Development. <https://doi.org/10.1002/sd.70298>
5. Prabhaskar, N., & Mageswari, S. S. (2025). Quantitative and Conceptual Exploration of the Influence of Innovative Sustainable Digital Marketing Strategies on Consumer Behaviour. Proceedings of International Research Conference. <https://www.atlantis-pub.com/article/126016547.pdf>
6. Kravets, D. (2025). Marketing in the data-driven era: Analytical tools and development perspectives. Green, Blue and Digital Economy Journal. <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/gbdej/article/download/3043/3014/>



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. № 10-maxsus son

© 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>



ISBN 978-9910-8407-4-6



9 789910 840746