



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



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



# PAXTA TO'QIMACHILIK KLASTERLARIDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARINI JORIY ETISH VA ULARNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH

**Tadjiev Sa'dulla Muhitdinovich**

“O'zbekiston paxta-to'qimachilik klasterlari”  
uyushmasi raisi vazifasini bajaruvchi  
Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini  
mexanizatsiyalash muhandislari instituti  
milliy tadqiqot universiteti tadqiqotchisi

**Annotatsiya.** Ushbu tezisdagi paxta-to'qimachilik klasterlarida yashil marketing strategiyalarini joriy etish va ularning samaradorligini baholash masalasi nazariy asosda o'rganilgan. Ilmiy manbalar tahlili orqali ekologik yondashuvlarning ishlab chiqarish, marketing va eksportdagi o'rni aniqlangan. Yashil marketing vositalari orqali mahsulotga qo'shilgan qiymat oshirilishi, iste'molchi ishonchi mustahkamlanishi va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlik ta'minlanishi ko'rsatib berilgan. Shuningdek, klaster ichida institutsional hamkorlik va raqamli kommunikatsiya mexanizmlarining ahamiyati asoslab berilgan. Natijalar asosida amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** yashil marketing, paxta-to'qimachilik klasteri, ekologik strategiya, iste'molchi ishonchi, eksport salohiyati, barqarorlik, greenwashing, marketing samaradorligi.

**Abstract.** This thesis examines the theoretical foundations of implementing green marketing strategies in cotton-textile clusters and evaluating their effectiveness. Through the analysis of scientific literature, the role of ecological approaches in production, marketing, and export has been identified. It has been demonstrated that green marketing tools can enhance product value, strengthen consumer trust, and improve competitiveness in international markets. The significance of institutional cooperation within the cluster and the use of digital communication mechanisms has also been substantiated. Based on the findings, practical recommendations have been developed.

**Key words:** green marketing, cotton-textile cluster, ecological strategy, consumer trust, export potential, sustainability, greenwashing, marketing effectiveness.

**Аннотация.** В данной тезисной работе теоретически исследована проблема внедрения стратегий зелёного маркетинга в хлопково-текстильных кластерах и оценки их эффективности. На основе анализа научных источников определена роль экологического подхода в производстве, маркетинге и экспорте. Показано, что с помощью инструментов зелёного маркетинга можно повысить добавленную стоимость продукции, укрепить доверие потребителей и обеспечить конкурентоспособность на международных рынках. Также обоснована важность институционального сотрудничества внутри кластера и использования цифровых коммуникационных механизмов. На основе результатов предложены практические рекомендации.

**Ключевые слова:** зелёный маркетинг, хлопково-текстильный кластер, экологическая стратегия, доверие потребителей, экспортный потенциал, устойчивость, гринвошинг, эффективность маркетинга.

To'qimachilik sanoatida barqaror rivojlanish, ekologik mas'uliyat va ijtimoiy ongli iste'molchilik tendensiyalarining kuchayishi fonida yashil marketing strategiyalarining dolzarbligi ortib bormoqda. Ayniqsa, paxta-to'qimachilik klasterlari kabi murakkab va ko'p bosqichli ishlab chiqarish tizimlarida bunday strategiyalar nafaqat marketing yondashuvi sifatida, balki butun ishlab chiqarish zanjirining konseptual qismi sifatida qaralmoqda. Yashil marketing bu kontekstda mahsulotni ekologik mezonlarga muvofiq ishlab chiqish, uni to'g'ri pozitsiyalash va iste'molchiga ochiq, ishonchli kommunikatsiya orqali yetkazish amaliyotini o'z ichiga oladi.

Tahlil qilingan manbalar asosida aniqlanishicha, yashil marketingni muvaffaqiyatli joriy etish uchun u faqat reklama yoki tashqi ko'rinish darajasida emas, balki ichki operatsion tizimga, ya'ni ishlab chiqarish texnologiyalari, ta'minot zanjiri va klaster ishtirokchilari o'rtasidagi hamkorlik mexanizmlariga integratsiyalashgan bo'lishi zarur [1]. Masalan, Braziliyada amalga oshirilgan tadqiqotda organik paxta ishlab chiqarish klasterlarida



yashil marketing yondashuvlari fermerlar, ishlab chiqaruvchilar va brendlar o'rtasida ekologik qadriyatlarga asoslangan innovatsion hamkorlik muhitini shakllantirgani aniqlangan [1].

Iste'molchilar, ayniqsa yosh avlod vakillari, mahsulotning nafaqat sifati, balki ishlab chiqarish jarayonidagi ekologik shaffoflik, ishlatilgan resurslar va ijtimoiy ta'sir haqida ham xabardor bo'lishni talab qilmoqda. Ushbu tendensiya yashil marketing vositalarining — masalan ekologik etiketkalar, sertifikatlar, QR-kodli kuzatuv tizimlari — ahamiyatini oshirmoqda [2]. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, bunday yondashuvlar iste'molchilarda ishonch uyg'otadi va mahsulotga yuqori qo'shilgan qiymat beradi [2].

Yashil marketingning eksport salohiyatiga ta'siri ham aniq ifodalangan. Xalqaro bozorlar, ayniqsa rivojlangan davlatlar, ekologik jihatdan xavfsiz va sertifikatlangan mahsulotlarga ustuvorlik bermoqda. Shuning uchun klasterlarda ishlab chiqarilgan mahsulotlarning xalqaro ekologik standartlarga mosligi eksport hajmini oshirishda strategik ahamiyat kasb etadi [3]. Yashil marketing bu yerda mahsulotning nafaqat ekologik ustunligini, balki ishlab chiqaruvchining barqarorlikka sodiqligini kommunikatsiya qiluvchi vosita sifatida xizmat qiladi.

Kichik va o'rta ishlab chiqaruvchilar uchun yashil marketingni joriy etish resurslar cheklangan sharoitda ham mumkinligi ko'plab tadqiqotlarda ko'rsatilgan. Mahalliy bozorlarda ekologik imij shakllantirish uchun ular bosqichma-bosqich strategiyalar ishlab chiqmoqda: masalan tabiiy bo'yoqlardan foydalanish, chiqindilarni kamaytirish va qayta ishlash materiallari asosida qadoqlash kabi amaliyotlar orqali o'z mahsulotini bozor raqobatida ajratib ko'rsatmoqda [4].

Alohida e'tibor qaratilishi kerak bo'lgan masalalardan biri — yashil marketingning noto'g'ri yoki asossiz qo'llanishi, ya'ni "greenwashing" holatidir. Bu holatda kompaniyalar ekologik da'volarni marketing orqali ilgari suradi, biroq ularning amaliy faoliyati bu bayonotlarni isbotlay olmaydi. Natijada iste'molchilarda ishonchsizlik kuchayadi va butun sektor obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatadi [5].

Yashil marketingni samarali amalga oshirish uchun ishlab chiqarish jarayonida haqiqiy ekologik innovatsiyalarni joriy etish zarur. Tadqiqotlarda bu borada energiya tejovchi texnologiyalar, suv sarfini kamaytiruvchi uskunalar va chiqindilarni minimallashtiruvchi echimlarning marketing strategiyalari bilan uyg'unlashuvi tahlil qilingan [6]. Ushbu yondashuv brend obro'sini mustahkamlaydi, iste'molchilar sodiqligini oshiradi va mahsulot narxi ustidan ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Klaster ichidagi muvofiqlashtirilgan boshqaruv va funksional aloqalar yashil marketing samaradorligini oshiruvchi muhim omil hisoblanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, agar klasterning barcha ishtirokchilari — fermerlardan tortib distribyutorlargacha — yagona ekologik maqsad atrofida harakat qilsa, bu nafaqat ichki jarayonlarning optimallashtirilishiga, balki marketing strategiyalarining yagona va kuchli signal sifatida shakllanishiga olib keladi [7].

Yashil marketingning mintaqaviy klasterlarda qanday shakllanishi va mahalliy omillar bilan qanday uyg'unlashishi ham o'rganilgan. Masalan, Bolgariya to'qimachilik klasterida ekologik brendlash mahalliy dizayn, madaniy meros va tarixiy identitet bilan uyg'unlashtirilgan bo'lib, bu mahsulotga qo'shilgan qiymatni oshirishga xizmat qilgan [8]. Ushbu tajriba yashil marketingning yagona shaklda emas, balki joylashuv va madaniy omillarga qarab moslashtirilgan holda ishlashi zarurligini ko'rsatadi.

Yashil texnologiyalarning ishlab chiqarishga joriy etilishi esa eksport salohiyatini oshirishning asosiy omili sifatida e'tirof etilmoqda. Tadqiqotlar asosida shakllangan xulosalar shuni ko'rsatadiki, barqarorlik tamoyillariga asoslangan ishlab chiqarish texnologiyalarini marketing vositalari orqali iste'molchiga aniq va ochiq kommunikatsiya qilish paxta klasterlari uchun xalqaro bozorlarda ishonchli imij yaratadi va brend kapitalini mustahkamlaydi [9].

Ushbu tadqiqotda yondashuv sifatida tizimli nazariy tahlil metodi tanlandi. Maqola empirik emas, balki mavjud ilmiy adabiyotlarni kompleks tahlil qilish orqali konseptual asoslar va strategik yo'nalishlarni aniqlashga qaratilgan. Manbalar xalqaro ilmiy jurnallarda chop etilgan, siyosiy jihatdan neytral va sifatli tadqiqotlar asosida tanlab olindi. Har bir manba alohida o'rganilib, mavjud qarashlar ichki mantiqiy bog'liqlikda umumlashirildi. Shuningdek, klasterlar ichidagi real vaziyatlar, ekologik innovatsiyalar va marketing strategiyalari o'zaro kontekstda baholab chiqildi. Bu yondashuv paxta-to'qimachilik sanoatida yashil marketingni rivojlantirish uchun nazariy model yaratish imkonini berdi.

Tadqiqotda foydalanilgan ilmiy manbalarni tahlil qilish orqali aniqlanishicha, paxta-to'qimachilik klasterlari uchun yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish va joriy etish masalasi multidisiplinar yondashuvni talab etadi. Bu yondashuv marketing, ekologiya, ishlab chiqarish boshqaruvi va logistika sohalarini o'zaro bog'laydi. Har bir klasterning o'ziga xos infratuzilmasi, kooperatsiya modeli, resurs salohiyati va mahalliy ijtimoiy-iqtisodiy muhiti mavjud bo'lgani sababli, yashil marketing strategiyalari ham standart shaklda emas, balki kontekstga moslashtirilgan tarzda shakllanishi zarur. Masalan, Braziliya paxta sanoati misolida o'rganilgan organik paxta klasteri doirasida ishlab chiqilgan yashil marketing yondashuvi fermerlar, ishlab chiqaruvchilar va chakana sotuvchilar o'rtasida ekologik qadriyatlar asosida shakllangan barqaror hamkorlik mexanizmlarini yaratgan. Bu esa nafaqat mahsulotning ekologik ustunligini ko'rsatgan, balki klasterning ichki ijtimoiy-iqtisodiy tizimida doimiy hamkorlik madaniyatini mustahkamlashga xizmat qilgan [1].



Yashil marketingni iste'molchilarga yo'naltirish masalasida olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ayniqsa yosh avlod vakillari — millenniallar va Z avlodi — ekologik toza mahsulotlarga nisbatan sezgirlik darajasi yuqori. Tadqiqotlarda aniqlanishicha, bu avlod iste'molchilari mahsulotning sifati bilan bir qatorda uning ekologik ta'siriga ham ahamiyat beradi. Paxta mahsulotlari misolida aytilganda, ular ishlab chiqarilgan xomashyo manbai, suv iste'moli, ishlatilgan bo'yoqlarning xavfsizligi va qadoqlash materialining qayta ishlanishi haqida aniq ma'lumotlarni izlaydi. Tadqiqotda yashil marketing strategiyasining bir turi sifatida "eko-kommunikatsiya" vositalari — masalan, eko-etiketkalar, QR-kod orqali ishlab chiqarish zanjiri haqida ma'lumot beruvchi raqamli ilovalar — samarali ekanligi ta'kidlangan [2].

Yashil marketing strategiyalarining xalqaro eksportga ixtisoslashgan klasterlar darajasida qanday natijalar berganini o'rgangan holatlarda, ekologik tamg'alangan mahsulotlar xorijiy bozorlar tomonidan ko'proq ishonch bilan qabul qilinishi aniqlangan. Ayniqsa, Yevropa Ittifoqi davlatlari va Shimoliy Amerika bozorlari ekologik standartlarga qat'iy amal qiladigan, xalqaro sertifikatlariga ega mahsulotlarni yuqori baholaydi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, eksport salohiyatiga ega bo'lgan paxta-to'qimachilik klasterlari, agar ular yashil ishlab chiqarish mezonlarini to'liq bajarsa, o'z mahsulotlarini yuqori narxlarda sotishga muvaffaq bo'lmoqda. Bu holat yashil marketing strategiyalarini nafaqat ijtimoiy mas'uliyat vositasi, balki iqtisodiy raqobat ustunligiga aylantiradi [3].

Tadqiqotda kichik va o'rta biznes subyektlarining klaster tarkibidagi o'rni ham tahlil qilindi. Bu turdagi ishlab chiqaruvchilar ko'pincha cheklangan texnologik va moliyaviy resurslarga ega bo'lishiga qaramasdan, mahalliy sharoitlarga mos ekologik yondashuvlarni ishlab chiqarmoqda. Masalan, qayta ishlangan paxtadan foydalanish, tabiiy bo'yoqlardan foydalanish, chiqindilarni qisqartirish kabi amaliyotlar ushbu korxonalar tomonidan bosqichma-bosqich joriy etilmoqda. Tadqiqotlarda bu jarayonlar yashil marketing strategiyasi sifatida e'tirof etilgan bo'lib, ular mahsulotga ijtimoiy qiymat yuklaydi va bu esa bozor narxiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi [4].

Yashil marketing atrofida vujudga kelgan muhim muammolardan biri "greenwashing" hodisasidir. Bu holatda kompaniyalar o'z mahsulotlarini ekologik deb taqdim etadi, biroq real ishlab chiqarish jarayonida bu da'volarni asoslaydigan amaliy harakatlar mavjud bo'lmaydi. "Fast fashion" segmentidagi kompaniyalarning aksariyati ekologiklikni reklama orqali namoyish etsa-da, tezkor ishlab chiqarish va arzon narx siyosati tufayli bu bayonotlar shubhali bo'lib qoladi. Tadqiqotda bunday holatlar iste'molchilar ishonchini yo'qotishga olib kelishi, natijada butun yashil marketing konsepsiyasiga nisbatan skeptitsizmni kuchaytirishi ta'kidlangan. Shu sababli yashil marketing strategiyalari faqat tashqi ko'rinishga emas, balki real ishlab chiqarish va mahsulot hayotiy sikli bo'ylab o'lchab bo'ladigan indikatorlarga asoslanishi lozim [5].

Ishlab chiqarish strategiyasi bilan marketing strategiyasi o'rtasidagi uyg'unlik darajasi yashil marketingning natijadorligini belgilovchi muhim omil hisoblanadi. Paxta-to'qimachilik sanoatida ekologik innovatsiyalar, masalan, suv sarfini kamaytiruvchi texnologiyalar, biologik parchalanadigan matolar, energiya tejankor uskunalar kabi vositalar joriy qilinayotgani haqida turli manbalarda fikr yuritilgan. Ammo bu texnologik yangiliklarni marketing vositasiga aylantirish uchun ularni iste'molchiga tushunarli, ishonchli va isbotlangan tarzda taqdim etish kerak. Tadqiqotlarda bu jarayon "green value communication" deb nomlanadi va u brend obro'sining oshishida muhim rol o'ynaydi [6].

Paxta-to'qimachilik klasterlarida yashil marketing strategiyasining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi klaster ichidagi institutsional muvofiqlik, boshqaruv strukturalarining ekologik tamoyillarga sodiqligi va funksional kooperatsiyaning mavjudligiga bog'liq. Tadqiqotda klaster ishtirokchilari — fermerlar, qayta ishlovchilar, dizaynerlar, distribyutorlar — o'rtasida ekologik maqsadlarga yo'naltirilgan kommunikatsiya mavjud bo'lsa, yashil marketing samaradorligi keskin ortadi. Bunda yagona brend strategiyasi, umumiy standartlar va raqamli monitoring tizimlari orqali faoliyat yuritish mexanizmi taklif etiladi [7].

Yashil marketingning madaniy, hududiy va iqtisodiy kontekstda qanday shakllanishi haqida olib borilgan boshqa bir tadqiqot Bolgariya to'qimachilik klasteri misolida ko'rib chiqilgan. Bu holatda yashil marketing vositalari faqat ekologik ko'rsatkichlarga emas, balki hududiy identitet, tarixiy meros va mahalliy dizayn an'analariga ham tayanadi. Natijada iste'molchida mahsulotga nisbatan ikki tomonlama ishonch — ekologik va madaniy — shakllanadi. Bu yondashuv, o'z navbatida, eksport mahsulotlarida "geo-branding" elementlarini kuchaytiradi [8].

Yashil marketing strategiyalarining eksport salohiyatini oshirishdagi roli strategik yondashuvlar orqali aniqlangan. Paxta-to'qimachilik klasterlari ekologik sertifikatlar, xalqaro ekologik texnik reglamentlarga muvofiqlik, karbon chiqindilarni kamaytirish dasturlari va barqaror logistika tizimlarini joriy etish orqali xalqaro bozorlarda ishonchli yetkazib beruvchi sifatida tanilmoqda. Shu jihat yashil marketing strategiyasining mustahkam poydevori hisoblanadi. Aynan shunday yondashuv yordamida paxta sanoatida ekologik xavfsizlik, mahsulot sifati va ishlab chiqarish shaffofligini uyg'unlashtirish orqali xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish mumkin [9].

Olib borilgan nazariy tahlillar shuni ko'rsatadiki, paxta-to'qimachilik klasterlarida yashil marketing strategiyalarining joriy etilishi nafaqat ekologik jihatdan asoslangan yondashuv, balki klasterning ichki barqarorligini ta'minlash va tashqi bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish vositasidir. Yashil marketingning



samaradorligi uni faqat reklama shaklida emas, balki ishlab chiqarish, yetkazib berish, mahsulotni pozitsiyalash va iste'molchi bilan aloqada yagona tizim sifatida amalga oshirishga bog'liq.

Yashil marketingni muvaffaqiyatli qo'llash uchun klaster ichida funksional muvofiqlik va ekologik qadriyatlarga asoslangan boshqaruv zarur. Shu bilan birga, har bir ishtirokchi — fermerdan tortib eksportyorga qadar — ekologik mas'uliyat tamoyillarini faoliyatiga singdirishi lozim. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, raqamli texnologiyalar yordamida mahsulotning ekologik jihatlarini oshkora ko'rsatish (masalan, ekologik etiketkalar, QR-kodli kuzatuv tizimlari) iste'molchi ishonchini oshiradi va mahsulotga qo'shilgan qiymatni ko'paytiradi.

Tadqiqotlar asosida quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi. Klasterlarda yashil strategik rejalashtirish mexanizmini yaratish zarur bo'lib, bunda barcha ishtirokchilar uchun yagona ekologik mezonlar, barqaror ishlab chiqarish indikatorlari va marketing standartlari belgilanishi kerak. Bu, o'z navbatida, sinxron harakat va ichki hamkorlikni kuchaytiradi. Mahsulot va brendga doir ekologik kommunikatsiya vositalarini kengaytirish lozim. Paxta klasterlarida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar uchun ekologik belgilash, sertifikatlash va iste'molchiga ochiq axborot yetkazish tizimini yaratish tavsiya etiladi. Bu vositalar iste'molchining tanloviga bevosita ta'sir qiladi. Kichik va o'rta ishlab chiqaruvchilar uchun resursga mos yashil marketing paketlarini ishlab chiqish ham muhim. Resurs cheklangan korxonalar uchun arzon, bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan ekologik marketing modellarini ishlab chiqish amaliy foyda beradi. Yashil marketing strategiyalarini raqamli platformalar bilan uyg'unlashtirish zarur. Ijtimoiy tarmoqlar, elektron savdo maydonchalari va interaktiv brend hikoyalari orqali mahsulotning ekologik ustunliklarini ommaviy tarzda targ'ib qilish imkoniyati oshadi. "Greenwashing" xavfini kamaytirish uchun monitoring tizimini joriy etish talab etiladi. Klaster darajasida ishlab chiqarish va marketing faoliyatining ekologik mezonlarga mosligini tekshiruvchi mustaqil baholash mexanizmlarini tashkil etish iste'molchilar ishonchini mustahkamlashga xizmat qiladi. Eksport salohiyatiga ega klasterlar uchun xalqaro ekologik sertifikatsiya tizimlariga ulanish ham muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu orqali mahsulotlar xorijiy bozorlarda e'tibor qozonadi va yashil marketingning real iqtisodiy samarasiga erishiladi.

Umuman olganda, paxta-to'qimachilik klasterlarida yashil marketing strategiyalarini konseptual darajada ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish orqali sanoatning ekologik barqarorligini ta'minlash, mahsulot raqobatbardoshligini oshirish va xalqaro bozorlarda ijobiy imij yaratish mumkin. Bunday yondashuv uzoq muddatli iqtisodiy foyda bilan birga, ekologik mas'uliyatni ham kuchaytiradi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Duarte, L. O., Vasques, R. A., & Fonseca Filho, H. (2022). From fashion to farm: Green marketing innovation strategies in the Brazilian organic cotton ecosystem. *Journal of Cleaner Production*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652622018029>
2. Nair, S. B., & Aithal, P. S. (2023). An assessment of green marketing tools and strategies for increasing the consumption pattern of Khadi textile products among millennials in Kerala. SSRN. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=4729121](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4729121)
3. Nosirova, C. (2024). Context aware eco marketing in textile export expansion. Proceedings of the 8th International Conference on Intelligent Systems. <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3726122.3726227>
4. Venugopal, P., & Malhotra, R. (2018). The determinants for sustainability in a low-technology SME textile cluster in an emerging economy. *International Journal of Business and Innovation Research*. <https://www.researchgate.net/publication/323107915>
5. Alexa, L., Apetrei, A., & Pîslaru, M. (2021). Fast fashion—An industry at the intersection of green marketing with greenwashing. In *Technical Textiles—Present and Future* (pp. 310–320). Sciendo. <https://sciendo.com/chapterpdf/9788366675735/10.2478/9788366675735-042>
6. Islam, M. T., Jahan, R., & Jahan, M. (2022). Sustainable textile industry: An overview. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/361851233>
7. Ikram, A., Su, Q., Fiaz, M., & Rehman, R. U. (2018). Cluster strategy and supply chain management: The road to competitiveness for emerging economies. *Benchmarking: An International Journal*. <https://www.researchgate.net/publication/325179682>
8. Mladenova, G. (2016). Marketing strategy of apparel and textile cluster in southwest region of Bulgaria. *Acta Universitatis Lodzianis*. [https://dSPACE.uni.lodz.pl/bitstream/handle/11089/19164/320\\_5\\_5-065\\_074-Mladenova.pdf](https://dSPACE.uni.lodz.pl/bitstream/handle/11089/19164/320_5_5-065_074-Mladenova.pdf)
9. Kamalovich, S. M. (2025). Strategic development of export potential for cotton-textile clusters through green technologies and sustainable practices. *E3S Web of Conferences*. [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2025/48/e3sconf\\_icceas2025\\_03010.pdf](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2025/48/e3sconf_icceas2025_03010.pdf)



## 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