

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2
0
2
4



No 2

- 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



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil **IQTISODIYOT** **TARAQQIYOT** va

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:
Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 928 sahifa.
E'lon qilishga 2024-yil 29-fevralda ruxsat etildi.

Muharrir:
Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjaye'vich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalendarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriye'va Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.



MUNDARIJA

Ilm-fanga baxshida umr Baxtiyor Islamov	10
Kichik biznesni rivojlantirishda “yashil” iqtisodiyotni keng tatbiq qilishning ahamiyati Gulnora Abdurahmonova Kalandarovna, Sanjar Baxodirovich G’oipnazarov	12
Brand Capital as a Determinant of Institutional Prestige and Student Choice in the Higher Education System Zufarova Nozima Gulamidinovna	18
Inson va atrof-muhit dialektikasi: nomutanosiblik ko’rsatkichlari va ekologik muammolar Butaboyev Maxammadjon Tuychiyevich, Maxmudov Nosir Maxmudovich	26
Yashil budjetlashtirish va uni O‘zbekistonda joriy etish istiqbollari Meyliev Obid Raxmatullayevich, Gofurova Kamola Xayrulla qizi	32
Iqtisodiyotda ta’lim va fan integratsiyasining asosiy yo’nalishlari Yormatov Ilmidin Toshmatovich	37
Transport vositalari va yo’llar turizm transport infratuzilmasini rivojlantirishning muhim omilidir Agzamov Shaxboz Akmalovich	41
Bank xizmatlarini raqamlashtirish orqali samaradorligini oshirish A. X. Salamov	46
Biznes-reja baliqchilik xo’jaligi rivojlanishi uchun asos sifatida Dosmurotova Shaxista Kengashovna	50
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog’liqligi Axmediyeva Aliya Toxtarovna	57
Turizmni rivojlantirish imkoniyatlari Ziyadullayev Ilhom Narkabilovich	65
Tijorat banklari depozit operatsiyalari samaradorligini oshirish muammolari va ularni bartaraf etish yo’llari Shamsiyev Nodir Muratovich	69
Hududlarni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning samaradorligini oshirish masalalari Shagzatov Oybek bahodirovich	74
Hududlar biznes muhitini rivojlantirish va samarali boshqarish yo’nalishlari Davlatov Sanjar Abdimannonovich	78
Ijtimoiy rivojlanish xulq-atvor paradigmasida yoshlarning tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishning nazariy asoslari Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	82
Korxonalar innovatsion faoliyatida raqamli transformatsiyaning muhim yo’nalishlari Yuldasheva Kamola Miraliyevna	86
O‘zbekistonda agroturizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish (Buxoro viloyati misolida) Yoriyeva Farangiz Murodillayevna	91
Innovatsion tadbirkorlik muhitini kompleks baholashda xalqaro tashkilotlar tajribasi Nazarova Umida Avazovna	96
Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish samaradorligini oshirishning ayrim usullari Mirzaxodjayev Alisher Botirovich	100
Globalashuv sharoitida transchegaraviy suv resurslardan samarali foydalanishni boshqirish Mirzayev Musurmon Umidullayevich	105
Surxondaro viloyati iqtisodiyotida kichik biznes va tadbirkorlikning o’rni va ahamiyati Fayziyeva Aziza Azamat qizi	110
Ta’lim muassasalarida xarajatlarni moliyaviy nazorat etishning samaradorligi tahlili Eshonqulov Davlatjon Rajabboyevich	115
Ta’minot zanjirini boshqarishda transport logistikasi usullarini takomillashtirish Zoxidova Nazokat Berdimurot qizi	121
Blokcheyn texnologiyasida xavfsizlik masalalari Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich	125



Развитие цифровой трансформации банковского сектора Республики Узбекистан.....	131
Абдурахманова Матлуба Махамадаминовна	
Asosiy fondlarni hisoblash va baholash usullarini takomillashtirish istiqbollari.....	137
Rixsimbayev Odiljon Qobiljonovich	
Marketingda tovar harakati tizimini optimallashtirish va modellashtirish.....	143
Sherzod Xolmurodovich Pardayev, Kamola Abdujabborovna Pardayeva	
Iqtisodiy rivojlanish uchun strategik taqsimlash strategiyalari: Investitsion Fond Portfellarning qiyosiy tahlili.....	150
Sultonboeva Munira bahodirovna	
Soliq munosabatlarining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati: ilmiy-nazariy qarashlar.....	156
Axrorov Zarif Oripovich, Saidmurodov Feruz Sodiqjon o'g'li	
Взаимосвязь инвестиционной стратегии с оценкой эффективности инвестиционного проекта.....	161
С. С. Алиева, А. Назаров	
Erkin iqtisodiy zonalarning faoliyati va boshqaruv mexanizmini takomillashtirish.....	169
Sheraliyeva Saida Azatovna	
Xizmat safari xarajatlari hisobining huquqiy asoslari.....	172
Ergashev Sarvar Xudoynazarovich	
Инклюзивное образование и его особенности.....	177
Зайнутдинова Умида Джалоловна	
Jismoniy shaxslarning mol-mulk va yer soliqlarini hisoblash va undirish samaradorligini oshirish yo'llari.....	181
Qurbonov Muxiddin Abdullayevich	
Mamlakatda soliq qarzdorligi vujudga kelishining asosiy sabablari va ularni qisqartirish yo'llari.....	186
Hakimov Ulug'bek Furqat o'g'li	
Mulk qiymatini baholash tushunchasi, baholash obyektlari, baholanadigan qiymat turlari.....	190
Izbosarov Boburjon Bahriddinovich, Yoqubboyev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
O'zbekistonda sug'urta xizmatlarining zamonaviy transformatsiyasi.....	195
G. Adilova	
Biznes subyektlarida samaradorlik masalalarini o'yinlar nazariyasi usuli bilan baholash.....	199
Mardiyev Nurali	
Yengil sanoatda "lean production" konsepsiyasini tatbiq etishning amaliy jihatlari.....	205
Yaxyayeva Inobat Karimovna	
Soliq salohiyatini baholash usullari va ularning tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga ta'siri tahlili.....	209
Borotov Sharofiddin Jumaqul o'g'li	
Ko'chmas mulk bozorini baholashning institutsional asoslari.....	215
Ishonqulov Nizamjon Fayzullayevich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlarini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari.....	223
Amriyeva Shaxzoda Shuxratovna	
O'zbekistonning bank-moliya tizimi hamda unda Islom moliyasi instrumentlarini jalb etishdagi joriy tendensiyalar.....	228
Eshimov Alisher Dasmurodovich	
Tashqi savdoda notarif usullarni qo'llashning iqtisodiy oqibatlarini aniqlash metodologiyasi (rivojlangan davlatlar tajribasi).....	236
Norqobilov Akobir Iso o'g'li	
Reklama xizmatlari va uning subyektlar samaradorligini oshirishdagi imkoniyatlari.....	242
Rabbimov Elbek Abdulloyevich	
Ijtimoiy siyosatni amalga oshirishda sog'liqni saqlash tizimini moliyalashtirish asoslari.....	247
Imonqulov Nuriddin Qo'shmon o'g'li	
Tijorat banklari biznes ekotizimini rivojlantirishning nazariy asoslari.....	252
Shoymardonov Orziqul Jo'ra o'g'li	
Majburiy tibbiy sug'urtaning vujudga kelishi va o'ziga xos xususiyatlari.....	258
Kenjayev Soxib Sayfiyevich	
O'zbekiston Respublikasida zamonaviy soliq ma'murchiligini joriy etish orqali budjet-soliq siyosati samaradorligini yanada oshirish.....	262
Yuldasheva Shaxnoza Xojiakbar qizi	
Jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanishida derivativlar bozorining roli.....	268
Shokirov Mirkamol Mirolim o'g'li	



Boshqaruv hisobida mas'uliyat markazlarini tashkil etish masalalari.....	276
Sobirov Otabek Olimjonovich	
Davlat moliyasini boshqarishda moliyaviy nazorat usullaridan samarali foydalanish yo'llari.....	279
Kultayev Farxod Shavkatovich	
Tijorat banklari foydasi va rentabilik ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi omillar tahlilini takomillashtirish.....	283
Normo'minov Temurbek Sheraliyevich	
O'zbekiston Respublikasida tijorat banklari aktivlar sifatini oshirish yo'llari.....	286
To'ychiyev Otabek Shamshiyevich	
Venchur kapitalining mohiyati va O'zbekistonda venchur tizimini rivojlantirishning institutsional asoslari.....	290
Tadjibayeva Nigora Gulomjonovna	
Innovatsiyalar: zamonaviy iqtisodiyot uchun innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash zarurati.....	295
Malikova Dilrabo Muminovna, Tursunov Jahongir Ulug'bek o'g'li	
Budjet daromadlarining shakllanishida egri soliqlarning ta'sirini ko'p omilli ekonometrik modellashtirishda tahlil qilish.....	299
Abdunazarova Shahnoza Norqo'chqor qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlarida investitsion jozibadorlikni oshirish yo'llari.....	304
Abdullayev Boburjon Akbaraliyevich	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni.....	308
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Hisob siyosati va unda biologik aktivlar hisobini yoritib berish tartibini takomillashtirish.....	312
Mirzayeva Nargiza Batirovna	
Talabalarining oilali bo'lishiga ta'sir etuvchi omillarga iqtisodiy baholashda yangicha yondashuv.....	316
O. U. Shomurodov, A. A. Suyarov, Z. U. Uroqov, J. S. Urazov, A. T. Ablahatov	
Ways to Use the Experience of Foreign Countries in Creating a Beneficial Business Environment for Entrepreneurship And Improving Taxation.....	321
Mukhlisa Ikramova	
Aholi turmush darajasini oshirishda moliyaviy savodxonlikning o'rni va iqtisodiy rivojlanishga ta'siri.....	327
Yusupov Muhammadali Soxib o'g'li, J.D. Xojiyev	
Temir yo'l sanoat korxonalarida ijtimoiy-mehnat munosabatlarini boshqarish bo'yicha xorijiy tajriba.....	331
Kadirova Sharofat Amonovna	
Механизм внедрения аутсорсинговой деятельности в АО “Ўзтемирўйўлўловчи”.....	334
Н. Э. Кахарова	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish investitsiyalarni jalb qilishda xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	339
Sharipov Bobur Anvar o'g'li	
“STEKLOPLASTIK” MJCHning bozordagi strategik holatini tahlil qilish.....	344
Musyeva Shoira Azimovna	
Agrar sektorda ekologik toza mahsulotlarni ishlab chiqarishning nazariy masalalari.....	350
M. Sh. Nazarova, Z. S. Kazakova	
Methodological Foundations of Bank Lending and Classification of Factors Affecting the Features of Obtaining Loans.....	355
Raxmanova Laylo bahodirovna, A. Karimova	
Agrosanoat klasterlarda tovar-moddiy zaxiralarni samaradorligini KPI orqali baholash uslubiyati.....	359
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich	
Faol tadbirkorlar faoliyatida kambag'al oilalarni iqtisodiy-ijtimoiy holatini yaxshilash imkoniyatlari.....	364
Salamov Ibrohim, Nazarova Maryam Sharifovna, Kazakova Zulayxo Saloxiddinovna, Jonibekov Faxriddin Beknazarovich, Kudratov Rizo Turdibayevich, Ulmasova Oygul Baxtiyorovna, Xamdama Nasiba Ablakulovna, Xudayberdiyeva Ma'rifat Umarovna	
Xo'jalik yurituvchi subyektlar strategiyasi tahlilining o'ziga xos xususiyatlari.....	371
Tursunova Shaxnoza Farxod qizi	
Процессы цифровизации АО “Hududgazta'minot”.....	375
Хусанов Кахрамон Нишонович	
O'zbekistonda aholi turmush darajasini oshirish yo'llari.....	380
Abdullayeva Madina Kamilovna, Eldorbekov G'ofurbek Iskandarbek o'g'li	
Aholi farovonligini oshirishda tadbirkorlik subyektlari uchun kredit tizimini takomillashtirish mexanizmi.....	383
Bobayev Isroiljon Abdinabiyevich	



Mamlakatga jalb qilingan xorijiy kapitalning tovarlar va xizmatlar importi salohiyatiga ta'sirini ekonometrik modellar bilan baholash.....	388
Saydullayev Azamat Jo'raqul o'g'li	
O'zbekistonda bank xizmatlari raqobatbardoshligini baholash mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.....	396
Sh. Madraimov	
Kapital bozorida sug'urta kompaniyalar institutsional investor sifatida	399
Xasanova Lola Mamasharifovna	
Yangi O'zbekiston strategiyasida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirish va ko'p funksiyali raqamlashtirishning ilmiy asoslari	402
B. B. Berkinov	
O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari orqali jinoiy yo'l bilan olingan daromadlarni legallashtirish mexanizmlari	411
G'afurov Umidjon Bahodir o'g'li	
Rivojlangan mamlakatlarda keksa fuqarolarning bandligini oshirish kam ta'minlangan aholi qatlamini qo'llab-quvvatlash usuli sifatida (Yaponiya tajribasi misolida)	415
Karimov Bekzodjon Ixomovich	
Tashqi savdoni oshirishda boj-tarif siyosatini takomillashtirish mexanizmlari	422
Pardayev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
Финансы или корпоративные финансы	428
Уринов Бобур Насиллоевич	
In Ensuring Economic Development in the Country Green Economy and its Features	434
Akhunova Shakhistakhon Nomonjanovna, Abdusattorova Mokhirabonu Abdugoppor kizi	
Tijorat banklarining investitsiya faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari	439
Jo'rayev O'ktam Panji o'g'li	
Сокращение уровня бедности в Узбекистане.....	445
Амирджанова Ситора Суннат кизи	
Paxtachilik sohasida ishlab chiqarish jarayonlari samaradorligini oshirishning innovatsion yechimlari va uning foydaga ta'sirini baholash	450
S. B. Inoyatov	
Tijorat banklarida muammoli kreditlar bilan ishlash amaliyotidagi muammolar va ularni barataraf etish yo'llari.....	455
Maxmudov Rahimjon Hamid o'g'li	
Mahalliy budjet daromadlarining nazariy va ilmiy asoslari	462
O'likulova Feruza Mansurovna	
Kambag'allikni qisqartirish – aholi turmush farovonligini ta'minlashning muhim omili	465
Usmanov Baxodir Baxtiyorovich	
Raqamli marketingni rivojlantirish zaruriyati	471
Xalmuxamedova Zebxon Babaxanovna	
Tijorat banklari o'rtasidagi raqobatni rivojlantirish orqali fond bozorida aksiyalar narxini barqarorligini ta'minlash istiqbollari	475
M. Yuldosheva	
Konchilik sanoati korxonalarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish mexanizmlarining ilmiy-nazariy asoslari	482
Kurbanova Mehriniso Nematjanovna	
O'zbekistonda banklar moliyaviy xizmatlari va ular sifatining amaldagi holati tahlili	489
Mirzayev Mirza Abdullayevich	
Oliy ta'lim muassasalarining iqtisodiy samaradorlikning raqobatbardoshligini institutsional tahlil qilish mexanizmi.....	494
Saydullayeva Saodat Abdumajidovna	
Integrasiya sharoitida to'qimachilik sanoatining rivojlanishi	501
Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna	
Auditorlik tekshiruvini tashkil etish va o'tkazish jarayonlarini takomillashtirish	505
Karamatova Noiba Husnitdinovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning nazariy jihatlari	512
Mamatov Mamajan Axmadjonovich	
Экономическое сознание и экономическое мышление: теоретический анализ.....	519
Пардаев Мамаюнус Каршибаевич, Мухаммедов Мурод Мухаммедович	



O'zbekiston respublikasi tijorat banklari tomonidan qurilish korxonalarini kreditlashni takomillashtirish yo'llari	524
Sultonov Baxram Begdullayevich	
Роль искусственного интеллекта в современных технологиях медиаобразования в высших учебных заведениях.....	528
Самигова Гуландом Абдужаббаровна	
Talabalarga moliyaviy yordam dasturlari va ularning ta'lim sifatiga ta'siri	536
Mirzayeva Muhlisa Ubaydullo qizi	
Mintaqaviy investitsion jozibadorlik va investitsion siyosat: nazariy talqin	541
Muminov Akmal Tulkunovich	
Mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida oliy ta'lim tizimining ta'siri	545
Nasimov Adiz Azamat o'g'li, Baxtiyorova Jasmina Jasurovna, Axrorov Zarif Oripovich	
Respublikada fermer xo'jaliklarga xizmat ko'rsatishni rivojlantirish va agroxizmatlar bozorini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash imkoniyatlari	550
Shukurov Ilxom Safarboyevich	
Turli mamlakatlarda oliy ta'limni moliyalashtirish yo'llari	557
Umarova Moxigul Maxmayunus qizi	
Dehqonchilikni innovatsion asosda rivojlantirishning xorijiy tajribasi.....	562
Yuldashev G'iyos Turabekovich	
Tijorat bank xizmat turlarini islomiy bank xizmatlari orqali rivojlantirish istiqbollari	566
Bayjanova Gozzal Sarsengaliyevna	
Qishloq xo'jaligi mahsulotini baholash va hisobga olishning uslubiy jihatlarini takomillashtirish	572
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Секреты интересного урока в начальной школе.....	579
Гараева Олеся Владимировна	
Iqtisodiyotni barqaror rivojlanishda yashil iqtisodiyotning o'rni.....	582
Ibragimova Gulchehra Toxirovna	
Mahsulot va xizmatlarni raqamli transformatsiyasini amalga oshirish algoritmi.....	586
Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, Bobojonov Azizjon Babaxanovich, Abdurakhmonov Abdumalik Abdurashidovich	
O'zbekiston Respublikasining soliq tizimi mamlakatda yashirin iqtisodiyot ulushini qisqartirish vositasi sifatida.....	593
Nabiyev Feruz Nurmurodovich	
Fundamentals of Innovative Management and its Organizational Control	599
Akramova Aziza Abduvohidovna, Maqsudov Bunyod Abdusamatovich	
Moliyaviy menejment tizimini rivojlantirishda raqamli marketingdan foydalanishning afzalliklari.....	604
Sobirjonov Sanjar Sobirjonovich	
Оценка экономической эффективности использования фотоэлектрической тепловой установки.....	608
Жураев Ислон Рахматович, Юлдошев Исроил Абриевич, Жураева Зухра Исламовна	
Ilmiy darajali kadrlar tayyorlash sohasida xalqaro tajriba.....	614
Fazliddinov Shohruh Shamsiddinovich	
Turizm infratuzilmasi va uning tarkibiy tuzilishi	621
Po'latov Ma'murjon Murodjon o'g'li	
Oliy ta'lim xizmatlari bozorining rivojlanishi sabablari.....	625
Abdukadirova Kamola Azimovna	
Mintaqada turizm sohasini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribalari.....	629
Isomiddinov Inomjon Qurvonali o'g'li	
Ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha infrastruktura holati.....	636
Dehqonov Burxon Rustamovich	
Soliqqa tortish maqsadida kadastr qiymatlarini aniqlash mexanizmlarini takomillashtirish yo'llari.....	642
Kamilov Abror Anvarovich	
O'zbekistonda uylarning energiya samaradorligini oshirish.....	647
Dodiyev Fozil O'tkurovich	
O'zbekistonda talant menejmentni tatbiq etish istiqbollari.....	653
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida tibbiyot sohasini moliyalashtirish istiqbollari.....	658
Muxammadiyev Ramz Zoirjon o'g'li	



Bulutli texnologiyalardan foydalangan holda resurs xarajatlarini optimallashtirish: tahlil va boshqarish	663
Saitkamolov Muxammadxo'ja Sobirxo'ja o'g'li, Karabayev Rustam Zafarovich	
Milliy iqtisodiyotni rivojlanishida sug'urta institutlarining tutgan o'rne	673
K. A. Sharipov, D. Jo'rayev	
Tadbirkorlik nazariyasining evolyutsion talqini.....	678
Aripov Oybek Abdullayevich	
Enhance Export Potential of Private Entrepreneurship and Small Venture.....	683
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi	
Mintaqa barqaror rivojlanishini cheklovchi ekologik omillar tahlili.....	690
Adilova Marg'uba Tursunaliyevna	
Improving the Efficiency of Industrial Enterprise Activities in the Age of Digital Technologies	698
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
A study of green marketing practices in the retail industry – Advantages and disadvantages.....	705
Davronova Zilola Gulomovna	
Tijorat banklarining korporativ xizmatlarini transformatsiyalash jarayonini rivojlantirish.....	709
Farmanova O'g'li Aliqul qizi	
Davlat moliyaviy nazorat tizimini rivojlantirish istiqbollari.....	715
Maxmudov Azamat Normuradovich	
Xorijiy banklarning moliya injiniringi mahsulotlari va rivojlanish istiqbollari	721
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
O'zbekistonda turizm xizmatlari imkoniyatlari: muammo va yechimlar	727
Fayziyev Oybek Raximovich, Xalikov Saydilla Abdraxmanovich	
Sanoat klasterlarini shakllanishining simulyatsiya modelini yaratish	734
Xakimov Ziyodulla Axmadovich, Axmedova Rayxona Jasurbek qizi	
Hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning xususiyatlari va ustuvor yo'nalishlari	741
Tolibjon Qazaqov Sharifjon o'g'li	
Raqamli iqtisodiyotda zamonaviy texnika va texnologiyalarning xususiyatlari.....	747
Xusanov Ulugbek Nishanovich	
Biologik aktivlar va qishloq xo'jaligi mahsuloti joriy hisobini tashkil etish bo'yicha xorijiy tajribalar	752
Yusupova Mahfuza Baxtiyor qizi	
Mulkchilikning iqtisodiyotdagi ahamiyatini qiyosiy tahlil qilish (O'zbekiston va Shvetsiya misolida).....	757
Odil Norboyev	
Ipoteka krediti riskining ayrim nazariy jihatlari.....	761
Xamraqulova Gulnozaxon Faxriddin qizi	
Xalqaro turizm bozorining rivojlanish tendensiyalari va unda O'zbekistonning ishtiroki.....	764
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, Bobobekova Nargiza Baxtiyorovna	
Tijorat banklari fond bozoridagi aksiyalar narxini o'zgarishini ebo moduli orqali aniqlashning ekonometrik tahlili.....	769
Yuldoshova Manzura Ollashkurovna	
Organizational mechanism of sustainable development of the tourism industry, role and application of technologies.....	780
Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich	
Banklarda risklarni diversifikatsiyalashning mohiyati va ahamiyati	787
Baxriddinov Sharofiddin	
Davlat oliy ta'lim muassasalarida daromad va harajatlarning o'zaro mutanosibligi.....	793
Gafurov Anvar Bazarbayevich	
To'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarning O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri: tahlil va istiqbollar.....	799
Raxmanov Bekzod Ibragimovich	
Инновационный и развивающий менеджмент в сфере услуг	803
Axtamova Mo'xigul Erkinovna	
Ishsizlarni kasb-hunarga o'qitish asosida raqobatbardoshligini oshirish	807
Bakiyeva Iroda Akbarovna	
Dehqon xo'jaliklarida yetishtirilgan grek yong'og'ini iste'molchilarga yetkazib berish yo'llari	811
Inobatov Abror Boshlarovich	
Комплаенс и риск менеджмент в международных гуманитарных организациях	817
Мухамеджанов Баходир Кахрамонович	
Ipakchilik korxonalarida innovatsion faoliyatni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari.....	822
Aliyeva Nodiraxon Abdumalikovna	



Soliqlarning yig'iluvchanligi va unga ta'sir etuvchi omillar tahlili.....	826
Abdurasulov Alisher Abdurasulovich	
Soliq islohotlari: u qanday bo'lishi kerak?	831
Hotamov Alisher Farxodovich	
Анализ операционных процессов экспорто-ориентированных хлопково-текстильных кластеров.....	837
Джурабаев Отабек Джурабаевич	
Ish bilan bandlikni sifat xususiyatlari asosida baholashga zarurat: ilmiy-nazariy yondashuvlar	842
Qurbonov Samandar Pulatovich	
Technology of Formation of Profession-Oriented Communication Competences in Training of Future Specialists in Higher Education Institutions.....	848
Rajapov Sulaymon	
Improving The Methodology of Developing Professional and Communicative Skills in Future Economists (In the Case of Teaching English).....	852
Samandarova Nargiza	
Sanoat mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion texnoparklardan foydalanish muvaffaqiyatiga ta'sir etuvchi omillar.....	860
Sobirxonov Akbarxon Aziz-o'g'li	
Oziq-ovqat sanoati korxonalarida investitsion salohiyatni shakllantirishning mazmuni va ahamiyati	865
Xamrayev Nodirbek Ravshanovich	
O'zbekistonning moliyaviy siyosati: tarkibiy tuzilishi va tahlili	872
Jabborova Dilafuz Sodiq qizi	
Institutsional islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida lizing investitsiyalarini rivojlantirishning nazariy-uslubiy jihatlari	879
Axmediyeva Aliya Toxtarovna	
Hududlar rivojlanishini ta'minlashda erkin iqtisodiy zonalarining ahamiyati.....	885
Salomat Norova	
Yo'lovchi tashish xizmatlari sohasida korxonalar faoliyatini strategik rejalashtirishga ta'sir etuvchi omillari tahlili.....	889
Abarov Mashxurbek Ismonaliyevich, Pulatova Gulchexra Erkinovna	
Andarrayting xizmatining AQSh sug'urta bozorida tutgan o'rni	895
Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobotlarni tuzishda aktivlarni qadrsizlanishga tekshirish.....	900
Tojiyev Behzod Bekmurod o'g'li	
Yangi O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish – muhim yo'nalish.....	904
Dushaboyev Mirjalol	
Recreational potential of Uzbekistan and prospects for the development of wellness tourism in the country.....	912
Amonboyev M., Shaymanova Nigora Yusupovna	
Yashil marketing: tushunchasi, mohiyati, kelib chiqishi, muammolari va istiqbollari	916
G'anieva Madina Bunyodal qizi, Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna	
Innovatsion menejment va raqamli transformatsiyalarni joriy etishning metodologik asoslari.....	923
Quldoshev Asliddin Tursunovich	



YASHIL MARKETING: TUSHUNCHASI, MOHIYATI, KELIB CHIQISHI, MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

G'anieva Madina Bunyodali qizi
TDIU magistranti

Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna
TDIU Marketing kafedrası v. v. b. professori

Annotatsiya: Globallashtan davrda, iste'molchilarning ehtiyojlarini tobora ortib borayotgan xilma hil mahsulot va xizmatlar bilan qondirish barobarida atrof-muhitni muhofaza qilish muhim hisoblanadi. Bundan tashqari, iste'molchilar ana'naviy mahsulotlardan ko'ra atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan ekologik toza mahsulotlarga nisbatan xohish-istaklari o'zgargan. Shu sababli barqaror rivojlanishning universal maqsadi bo'lgan yashil marketingning ahamiyati ortib bormoqda. Ushbu ilmiy maqolada yashil marketingning tushunchasi, konsepsiyasi, evalyutsiyasi, duch keladigan muammolari va kelajak istiqbollari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, barqarorlik, yashil marketing evalyutsiyasi, yashil marketing mikslari.

Abstract: In the era of globalization, it is important to protect the environment while meeting the needs of consumers with an increasing variety of products and services. In addition, consumers' preferences for environmentally friendly products, which do not harm the environment, have changed. Therefore, the importance of green marketing, which is a universal goal of sustainable development, is increasing. This research paper examines the concept, concept, evaluation, challenges and future prospects of green marketing.

Key words: green marketing, sustainability, green marketing evaluation, green marketing mix.

Аннотация: В эпоху глобализации важно защищать окружающую среду, одновременно удовлетворяя потребности потребителей с помощью растущего разнообразия продуктов и услуг. Кроме того, изменились предпочтения потребителей в отношении экологически чистой продукции, не наносящей вреда окружающей среде. Поэтому важность зеленого маркетинга, который является универсальной целью устойчивого развития, возрастает. В этом исследовательском документе рассматриваются концепция, концепция, оценка, проблемы и будущие перспективы зеленого маркетинга.

Ключевые слова: зеленый маркетинг, устойчивость, оценка зеленого маркетинга, комплекс зеленого маркетинга.

KIRISH

XX asrda turli ekologik muammolar, jumladan, dunyoning global isishi, tabiiy resurslardan noto'g'ri foydalanish, havo va suvning ifloslanishi, o'rmonlarning qisqarishi, ozon qatlamining yemirilishi va boshqa muammolar avj olib borayotgan bir paytda, tadqiqotchilar va olimlar ushbu muammolarni bartaraf etish bilan birgalikda iste'molchilarning talabini atrof-muhitga minimal tasiri orqali qondirish usullarini o'rganishga ahamiyat qaratilgan. Natijada 1980-yillar oxiri 1990-yillarning boshida "yashil" marketing, deb nomlangan yangi konsepsiya paydo bo'lgan. Yashil marketing bu ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarish, uni rag'batlantirish, ekologik toza mahsulotlarni taqsimlash va asosiysi atrof-muhitni salbiy ekologik ta'sirlardan asrash kabi faoliyatlarni o'z ichiga oladi. Ana'naviy marketing ko'proq foyda olishga qaratilgan bo'lsa, yashil marketingda ijtimoiy yo'naltirilganlik ustunlik qiladi. 21 asrga kelib iste'molchilarning eko mahsulotga bo'lgan tushunchalari kengayib, ana'naviy mahsulotlardan ko'ra ko'proq eko mahsulotlarga nisbatan talab darajasi oshib borishi kuzatilgan.



ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil marketing iqlim o'zgarishi muammosiga qarshi kurashish uchun amalga oshishi aniq bo'lgan strategiyaga aylanib borayotgani innovatsiya ^[1]. Barqaror taraqqiyot atamasi 21-asrda asosiy mavzu sifatida paydo bo'lishi bilan yashil marketing uzoq muddatda marketing strategiyasi va amaliyotiga ta'sir qilishda davom etishi kutilmoqda ^[2]. Korporativ darajada kompaniyalar o'z bozorlarini kengaytirish, bozor ulushini oshirish va dastlabki muvaffaqiyatli yashil brendlarning ijobiy imidjidan foydalanish maqsadida global yashil marketing strategiyalarini boshlashmoqda. Shuningdek, global isish, iqlim o'zgarishi va yashil iste'molchilik tendentsiyasi ekologiyaga qiziqishni kuchaytirishi va yashil marketing amaliyotlarini uyg'unlashtirishga qaratilgan sa'y-harakatlarni davom ettirishi nazarda tutilgan ^[3]. Bundan tashqari, yashil marketing konsepsiyasi yashil iqtisodiyotga o'tishi kutilayotgan megatrend bo'lib, global iqtisodiy tizimlarning kelajakdagi ko'rinishini o'zgartirishi kutilmoqda ^[4]. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Atrof-muhit bo'yicha dasturi (UNEP) yashil iqtisodiyotni iqtisodiy o'sish va ijtimoiy tenglikni yaxshilash, shu bilan birga, ekologik xavflarni sezilarli darajada kamaytiruvchi omil sifatida aniqladi. Yashil iqtisodiyot yashil ish o'rinlarini yaratish orqali iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishi va global iqtisodiyotni ekologik muvozanatga yo'naltirishi rejalashtirilgan ^[5]. Umuman olganda, kelgusi o'n yillikda yashil marketing dolzarb bo'lib qoladi.

METODOLOGIYA

Ilmiy adabiyotlarda keltirib o'tilgan holatlarni inobatga olgan holda, ushbu maqola yashil marketing tushunchasiga bo'lgan ilmiy kategoriyalar va yondashuvchilar ko'rib chiqiladi. Yashil marketing evolyutsion rivojlanishini zamonaviy marketing konsepsiyalari bilan uyg'un holda aks etganligini asoslanadi. Evolyutsion bosqichlarni nazarda tutgan holda yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha uslubiy yondashuvlar o'rganiladi va o'ziga xos jihatlari aniqlanadi. So'nggi bosqichda esa yashil marketing strategiyalaridan foydalanish bo'yicha ilmiy takliflar beriladi.



1-rasm: Metodologik asos¹

TAHLIL VA NATIJALAR

Yashil marketing tushunchasi

Yashil marketing mavzusi butun dunyo bo'ylab dolzarb bo'lib borayotganligi va keng qo'llanilishiga qaramay, uni tasvirlaydigan aniq bir atama mavjud emas. Shu sababli ushbu atamani har tomonlama tushunish uchun boshqa tadqiqotchilarning yashil marketingga bergan tariflarini ko'rib chiqish muhimdir.

Jumladan, Amerika marketing assotsiatsiyasi tomonidan berilgan ta'rifga ko'ra, yashil marketing bu – ekologik xavfsiz mahsulotlar va xizmatlar marketingidir. Maykl Polonsky Jay tomonidan “Yashil marketingga – inson ehtiyojlari va xohishlarini tabiiy muhitga minimal salbiy ta'sir orqali qondirishga qaratilgan har qanday ayriboshlashni yuzaga keltiradigan va unga ko'maklashadigan barcha faoliyatlarni o'z ichiga oladi”, degan ta'rif berilgan ^[6].

1 Muallif ishlanmasi



Boshqa adabiyotlarda yana bir bor Maykl Polonsky Jay tomonidan “Yashil marketing tushunchasiga “atrof-muhitni muhofaza qilishga yordam beradigan tarzda mahsulotlarni ishlab chiqarish, targ‘ib qilish, narxlash va taqsimlash bo‘yicha korxonalar tomonidan bajariladigan harakatlar majmuidir”, deb ta‘riflangan [7].

Dr. Karolos-Konstantinos Papadas va boshqalar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda “Yashil marketing” tushunchasiga yaxlit boshqaruv jarayoni sifatida yondashib, tahlil, bashorat qilish, shu bilan birga, iste‘molchilar ehtiyojlarini jamiyat uchun barqaror va foyda keltiradigan yo‘li orqali qondirishga qaratilgan faoliyat sifatida ta‘riflagan [8].

1- jadval: Ana‘naviy marketing va yashil marketing prinsiplari²

№	Ana‘naviy marketing	Yashil marketing
1.	Iste‘molchilarni har qanday yo‘l bilan bo‘lsa ham jalb qilish	Mahsulot-xizmat, atrof-muhit uchun xavfsiz bo‘lishi kerak
2.	Atrof-muhit muammolarini rad etgan holda biznes firma uchun ko‘proq foyda olish.	Ishlab chiqarish, rag‘batlantirish, tovarlarni taqsimlashga qaratilgan marketing strategiyalari atrof-muhitga yo‘naltirilgan bo‘lishi kerak.

Yashil marketing konsepsiyasi evolyutsiyasi

Yashil marketingning zamonaviy konsepsiyalarini ishlab chiqish uchun uning evolyutsiyasini tizimli tahlil qilish maqsadga muvofiq. Marketing bo‘yicha Amerikalik professor Ken Peattie yashil marketing evolyutsiyasini uch davrga bo‘lgan.

1-davr. “Ekologik yashil marketing” (“Ecological green marketing”). Atrof-muhit muammolari bilan aloqador bo‘lgan va ekologik muammolarni hal qilish chora-tadbirlarni qamrab olgan soha yashil marketing hisoblanadi. Ekologik marketingni kelib chiqishi 60-yillar oxiri va 70-yillarning boshlarida yuzaga kelgan ijtimoiy va ekologik muammolarga bog‘liq. Butun insoniyat qaram bo‘lgan cheklangan tabiiy resurslarni yirik savdo va xizmat ko‘rsatish sanoat tarmog‘lari tomonidan nazoratsiz isrof qilingani “Ekologik yashil marketing” konsepsiyalarini yuzaga kelishiga sabab bo‘lgan. Ushbu bosqichda havoning ifloslanishi, neft zaxiralari iste‘molini ortishi, neft chiqindilari va sintetik pestitsidlarning ta‘siri kabi ekologik muammolarni keltirib chiqaruvchilarni yashil mahsulotlarga o‘tkazishga asosiy e‘tibor qaratilgan [9,10].

2-davr. “Atrof-muhit yashil marketingi” (“Environmental green marketing”). Atrof-muhitga ijobiy ta‘siriga ega eko mahsulotlar ishlab chiqarish va chiqindilar bilan bog‘liq muammolarni hal qilishga qaratilgan yashil marketing konsepsiyasidir. Yashil marketingning ushbu bosqichi 1980–1990-yillarni qamrab olgan bo‘lib, bu davr yashil marketing evolyutsiyasi uchun muhim hisoblanadi. Bu davrda sodir bo‘lgan tabiiy ofatlar va ularning butun dunyo bo‘ylab salbiy natijalari iste‘molchilarni kelajak avlod uchun tabiatni saqlash haqida o‘ylashga undadi. Jumladan, 1984-yilda bo‘lgan Bhopal falokati jahon tarixidagi eng katta kimyoviy falokat sifatida aniqlangan. 1986-yildagi Chernobil halokati, 1989-yilda Exxon Valdes tanker tomonidan neftning to‘kilishi va 1995-yilda kuzatilgan ozon qatlamining yemirilishi, bularning barchasi iste‘molchilarning atrof-muhit haqidagi tasavvurlari va xatti-harakatlarida tub o‘zgarishlarga olib keldi [11,12].

Ekologik yashil marketing bosqichi sotuvchilar uchun va marketingning o‘zi uchun ham muhim. Chunki asosiy e‘tibor nafaqat sanoat sohalari va ular tomonidan yetkazilgan zararga, balki uyda ishlatiladigan mahsulotlarning (tozalovchi mahsulotlar, qog‘oz, kosmetika) atrof-muhitga ta‘siriga ham qaratilishi lozim. Shuning uchun, yashil marketingning ikkinchi bosqichi iste‘molchilar xulq-atvoridagi o‘zgarishlar va ekologik toza mahsulotlar bozorini kengaytirish uchun juda muhim bo‘lgan.

3-davr. “Barqaror yashil marketing” (“Sustainable Green marketing”). Barqaror yashil marketing 2000-yillardan keyin paydo bo‘lgan. Mazkur konsepsiyada tabiiy resurslardan oqilona foydalanish tushuniladi. 2000-yilda, Fuller birinchi bo‘lib “Barqaror yashil marketing” atamasini rejalashtirish jarayoni, amalga oshirish, nazorat qilish va narxni belgilash sifatida aniqladi. Mahsulotlarni uchta mezon bo‘yicha taqsimlagan, bular: iste‘molchilar ehtiyojlarini qondiruvchi, tashkilotning maqsadlariga erishuvchi va butun jarayonni atrof-muhitni asragan holda rivojlantiradigan vositalar [13].

Mazkur konsepsiyalar yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish va strategik dastaklarni aniqlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu konsepsiyalar doirasida shakllangan marketing strategiyalari mijozlar xulq-atvorini yashilikka va barqarorlikka o‘zgartirishga qaratilgan.

2 Muallif ishlanmasi



Yashil marketing strategiyalari

Yashil marketing miksi ana'naviy marketing miksidan uslubiyati va qay tarzda amalga oshirilishi jihatidan farq qiladi. Yashil marketing barcha marketing faoliyatlarini va jarayonlarini atrof-muhitni muhofaza qilish va ijtimoiy natijalarga ko'proq yo'naltiradi, jumladan: yashil mahsulot (Green product); yashil narx (Green price); yashil joy (Green place); yashil rag'batlantirish (Green promotion).

Yashil mahsulot - Marketing 4P miksinin birinchi tarkibiy qismidir. Yashil mahsulot – “eko mahsulot” (green product) va “ekologik toza mahsulot” (Environmentally friendly product) kabi terminlar bilan nomlangan bo'lib, bu terminlar energiyani va resurslarni tejash, ifloslanish va chiqindilar kabi zararli omillarni kamaytirish orqali tabiiy atrof-muhitni himoya qilish nazarda tutiladi. Yashil mahsulot – suvni, havoni, tabiiy resurslarni asrashga qaratilgan bo'ladi. Ekologik toza mahsulotni (green product) ishlab chiqarish, taqsimlash va sotishning o'ziga hos xususiyatlari mavjud:

- Atmosferaga zararli bo'lmagan, biologik tez parchalanadigan yoki tabiiy materiallardan va qayta tiklanadigan manbalardan mahsulotlar ishlab chiqarish;
- Ishlab chiqarish jarayonida hosil bo'lgan chiqindilar miqdorining minimal darajaga tushurish yoki umuman yo'qotish;
- Mahsulot tarqatish jarayonida CO₂ emissiyasining minimal bo'lishi;
- Eko markali bo'lishi;
- Kam energiya ishlatadigan va hamyonbop bo'lishi;
- Ifloslanishni kamaytirishga yordam beradigan, ekologik toza qadoqlarga ega mahsulotlar ishlab chiqarish;
- Resurslardan oqilona foydalangan holda ishlab chiqarilgan mahsulotlar;
- Barqarorlik shartlariga tayangan mahsulotlar.

Goyal va boshqa tadqiqotchilarning yashil mahsuloti (mahsulotni qadoqlash) 3R konsepsiyasiga muvofiq bo'lishi kerak. Kamaytirish, qayta foydalanish, qayta ishlash – iloji boricha kamroq material sarflash, qayta ishlanadigan va qayta foydalaniladigan bo'lishligi (2-jadval)

2-jadval: Yashil mahsulotning 3R konsepsiyasi ^[14]

3R konsepsiyasi	Ta'rifi
Kamaytirish (Reduce)	Mahsulot ishlab chiqarish davomida zaharli moddalarni va qayta tiklanmaydigan resurslarni iste'molini kamaytirish.
Qayta foydalanish (Reuse)	Mahsulot dizaynini takomillashtirish orqali qayta foydalanish.
Qayta ishlash (Recycle)	Foydalanish va qayta foydalanish uchun chiqindilarni yangi mahsulotlarga aylantirish maqsadida qayta ishlash.

Yashil marketingda narx – yashil marketingda boshqa komponentlarga qaraganda narx (Green price) eng muhim hisoblanadi. Ekologik toza mahsulot ishlab chiqarilayotganda, mahsulotning narxi iste'molchilar uchun hamyonbop va oqilona bo'lishligi va xaridorni sotib olayotgan mahsuloti asosligiga ishontira olishi kerak bo'ladi. Yashil marketingda narxning maqsadi samaradorlikni oshirish, kompaniya uchun foyda keltirish bilan birgalikda, odamlar va sayyora haqida ham qayg'urishi kerak.

Yashil marketingda joy (green place) – barqaror marketingda joy e'tiborga olinishi kerak bo'lgan muhim omil. Yashil marketinda joy (place) – logistika boshqaruvidagi transport emissiyasi va uglerod izlarini kamaytirishni maqsad qiladi. Iste'molchilar qiynalmay sotib olishlari uchun global bozorlarda ekologik toza mahsulotlar doimiy mavjud bolishi kerak.

Yashil marketingda rag'batlantirish (green promotion) – yashil marketingda targ'ibot ishlari (siljitish, rag'batlantirish) ko'pincha atrof-muhitga e'tiborli iste'molchilarning ehtiyojlariga qaratila taqdim etilgan reklamalar bilan bog'liq bo'ladi. Yashil reklamalarni reklama vositalaridan foydalanadigan marketing sifatida belgilanadi, jumladan, ekologik tozalikka asoslangan materiallar, belgilar, kitoblar, veb-saytlar, jamoatchilik bilan aloqalar (PR), savdo tashviqotlari, to'g'ridan to'g'ri marketing, reklama kompaniyalari va videolar.

1- jadval: Ana'naviy marketing va yashil marketing mikslari orasidagi farqlar ^[15,16]

4:00 TK	Ana'naviy marketing	Yashil marketing
Mahsulot	Mahsulot va uning xususiyatlari majmui iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun ishlab chiqiladi va takomillashtiriladi.	Atrof-muhitga minimal zarar bilan ishlab chiqiladigan mahsulot va uning xususiyatlari to'plami iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun 3R konsepsiyasiga mos keladi.
Narx	Narxlar mahsulot qiymatiga, Ana'naviy mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarga va iste'molchining belgilangan narxni to'lash qobiliyatiga asoslanadi.	Narxni aniqlash mahsulot qiymatiga, ekologik toza mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarga va iste'molchilarning belgilangan narxni to'lashga tayyorligiga asoslanadi.
Joy	Mahsulot sotib olinsa bo'ladigan joy bo'lishligi, intensiv taqsimlash yani mahsulotni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga uzatish.	Mahsulotni sotib olish mumkin bo'lgan joy- mahsulot ishlab chiqariladigan joyda ham, mahsulotni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazishda ham atrof-muhitning ifloslanishini yo'qligini ta'minlaydigan joy bo'lishligi.
Targ'ib qilish	Iste'molchilarga mahsulot haqida habar berishga, sotib olishni rag'batlantiruvchi va bozorda mahsulot imidjini shakillantirishka qaratilgan aloqa vositalari.	Ekologik toza mahsulotlar haqida xabardorlikni oshiruvchi, iste'molchi xatti-harakatini atrof-muhitga e'tiborli bo'lishiga va ekologik toza mahsulotlarni tanlashka targ'ib qiluvchi va taqdim etuvchi aloqa vositalari.

Yashil marketingdagi muammolar

Yashil marketing yangi tushuncha. Shuning sababli nafaqat O'zbekiston balki dunyo bo'yicha ko'plab iste'molchilarni eko mahsulot haqida batafsil tushunchaga ega emas. Yangi yashil tushunchalar odamlar anglashi va farqlashi uchun vaqt va harakat talab qiladi.

Standartlashtirish uchun zarurat. Aniqlanishicha, eko kompaniyalar marketingining faqatgina 5% to'liqligicha to'g'ri va mahsulotning ekologik toza ekanligini isbotlovchi standartlashtirishning yetishmasligi mavjud. Hozirgi vaqtda, mahsulotni organik mahsulot sifatida ko'rsatuvchi sertifikatlar ishonchsizligi ham yashil marketingning asosiy muammolaridan biri hisoblanadi. Agar nazorat qiluvchi organlar sertifikatlarni taqdim etishda mas'uliyatli ishtirok etmasa, ishonchli vositalar bo'lmaydi. Bunday markalash va litsenziyalash uchun standart sifat nazorati kengashi mavjud bo'lishi kerak ^[17].

Xarajat omillari. Yashil marketing eko mahsulot va xizmatlarni, eko texnologiyalarni, yashil energiyalarni o'z ichiga olibgina qolmay, tadqiqot va ishlanma dasturlarga ko'p pul sarflashni talab qiladigan marketing hisoblanib, bu esa xarajatlarning oshishiga olib keladi.

Mijozlarni ko'ndirish. Iste'molchilar kompaniyaning yashil marketing strategiyasiga ishonmasliklari mumkin. Shu sababli, kompaniya mijozlarni yashil mahsulotiga mijozlarni ishontirishi anglatishi uchun barcha mumkun bo'lgan choralarni ko'rishlari kerak bo'ladi ^[18].

Barqarorlik. Qayta tiklanadigan mahsulotlar va eko texnologiyalar qimmat bo'lib dastlabki yutuqlar minimal bo'lishi kuzatiladi. Yashil marketing faqatgina uzoq mudatda muvaffaqiyatli bo'la oladi. Shuning uchun, biznes kompaniya qisqa muddatli strategiya va qisqa muddatli axloqiy bo'lmagan usullar oraqali foyda olishdan ko'ra uzoq muddatli halol foyda olish strategiyalarini rejalashtirishi va tayyorgarlik ko'rish kerak ^[19].

Yashil marketingning afzalliklari

Yashil marketing atrof-muhitdagi raqobatni oshiradi va barqaror rivojlanish bilan birga uzoq muddatli barqaror o'sishni taminlaydi.

Yashil marketing uzoq mudatda pulni va vaqtni tejaydi.

Yashil marketingda ishlab chiqaruvchilar atrof-muhitni degradatsiya qilmagan holda, iste'molchilarga tabiatan ekologik toza mahsulot taqdim etadilar.

Yashil marketing resurslardan oqilona foydalanishga va kelajak avlod uchun resurslarni tejashga yordam beradi.

Yashil marketing mahsulotlarni kelajakda ishlatilinishi mumkin bo'lgan boshqa shakldagi yangi mahsulotga aylantiradi ^[20].

Yashil marketingni korxonalar tomonidan qo'llanilishining sabablari

Tashkilot va korxonalar yashil marketingni maqsadlariga erishish uchun foydalanish mumkin bo'lgan imkoniyat, deb bilishadi. Ko'plab iste'molchilar ham individual ham sanoat, atrof-muhit uchun ko'proq qayg'uradilar. 1992-yilda 16 mamlakatda o'tkazilgan tadqiqotda Singapurdan tashqari har bir mamlakatdagi iste'molchilarning 50% dan ortig'i atrof-muhit haqida qayg'urishlarini ta'kidlagan. [Ottman 1993]. 1994-yilda



Avstraliyada o'tkazilgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, namunadagilarning 84,6 foizi atrof-muhitga g'amxo'rlik qilish mas'uliyati borligiga ishonishadi. Ushbu namunaning yana 80% atrof-muhit sabablari tufayli ular o'zlarining xatti-harakatlarini, shu jumladan, xarid qilish xatti-harakatlarini o'zgartirganliklarini ko'rsatdilar. Talablar o'zgar-ganda, ko'plab firmalar bu o'zgarishlarni foydalanish imkoniyati sifatida ko'radi. O'z navbatida, bu ekologik toza mahsulotlarni sotadigan kompaniyalar boshqa kompaniyalarga nisbatan raqobatbardosh ustunlikka ega bo'lishini anglatadi [21,22].

Raqobatchilarning ekologik faoliyati firmalarga marketing faoliyatini ekologik marketing faoliyatiga o'zgartirishga bosim o'tkazadi. Raqobat bosimi tufayli ko'plab kompaniyalar atrof-muhit muammolariga e'tibor berishga majbur bo'lmoqdalar, chunki iste'molchilar avvalgidan ko'ra ko'proq xabardor va ma'lumotlidir. Firmalar raqobatchilarning atrof-muhitga nisbatan xatti-harakatlarini targ'ib qilayotganlarini va bu xatti-harakatlarga taqlid qilishga harakat qilayotganini kuzatishimiz mumkin. Ba'zi hollarda, bu raqobat bosimi butun sanoatni o'zgartirishga va shu bilan uning zararli ekologik xatti-harakatlarini kamaytirishga olib keldi.

Chiqindilarni yo'q qilish bilan bog'liq xarajat omillari yoki materiallardan foydalanishning qisqarishi firmalarni o'z xatti-harakatlarini o'zgartirishga majbur qiladi. Kompaniyalar xarajat va foyda bilan bog'liq muammolarni hal qilishlari mumkin bo'ladi, bu esa ularni yashillikka olib keladi. Kompaniyalar zararli chiqindilarni kamaytirishi mumkin bo'lgan xarajatlarni sezilarli darajada tejashlari mumkin. Chiqindilarni minimallashtirishga harakat qil-ganda, firmalar ko'pincha ishlab chiqarish jarayonlarini qayta ko'rib chiqishga majbur bo'lishadi. Bunday hol-larda ular ko'pincha chiqindilarni kamaytiradigan, balki ba'zi xom ashyolarga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradigan yanada samarali ishlab chiqarish jarayonlarini ishlab chiqadilar.

Ijtimoiy mas'uliyat sifatida yashil marketingning ahamiyati katta. Korxonalar atrof-muhitga do'stona bo'lish uchun tashabbus ko'rsatmoqda. Ba'zan u marketing vositasi sifatida ham ishlaydi. Misol uchun, Coca cola kompaniyasi atrof-muhitga o'z ta'sirini minimallashtirish uchun. turli xil qayta ishlash tadbirlariga katta miqdorda mablag sarflaydi va coca cola siropini plastik idishlarga emas, to'g'ridan to'g'ri bochkalarga quyadi. Macdonald restoranining salftkalari va paketlari qayta ishlangan qog'ozlardan tayyorlanayotgani ham bunga misol bo'ladi.

4-jadval: Yashil marketingning kelajakdagi yo'nalishlariga ta'sir qiluvchi omillar [23]

Omillar	Sharhi
Aholining o'sishi	2050-yilga kelib, dunyo aholisi 9 milliardga yetishi, atrof-muhitga ko'proq salbiy ta'siri kutilmoqda.
Ishsizlik	Dunyo bo'ylab taxminan 1,3 milliard odam atrof-muhit bilan bog'liq sohalarda ishlaydi qishloq xo'jaligi va baliqchilik kabi ish joylari atrof-muhitning buzilishi, qurg'oqchilik va iqlim o'zgarishi natijasida ish joylarini yo'qotishi mumkin.
Salomatlik	Salomatlik hayot sifatining asosiy ko'rsatgichi. Shu sababli, organik mahsulotga bo'lgan talab o'sishi kutilmoqda.
Ekotizimga zararlar	Atrof-muhit degradatsiyasining kuchayishi, agar hal etilmasa, kelajak avlodlar farovonligi ta'sir qiladi.
Oziq ovqat tanqisligi	Iqlim o'zgarishi rivojlanayotgan mamlakatlarda oziq-ovqat ishlab chiqarishni 16 foizgacha qisqartirishi mumkin, natijada oziq-ovqat taqchilligi global oziq-ovqat narxlarining oshishiga olib keladi.
Yoqilg'i narxlari	Qazib olinadigan yoqilg'ining kamayishi iqtisodiy o'sishni cheklaydi.

XULOSA

Yashil marketing tabiiy resurslar tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun muqobil energiya man-balaridan foydalanish orqali kelajak avlod uchun atrof-muhitni muhofaza qilish vositasidir. Yashil marketing har qanday kompaniya va biznes firmalar tomonidan qo'llanilidigan oson tushuncha emas. Yashil marketing strategiyalari ana'naviy marketing strategiyalaridan farqli ravishda strategiya maqsadlariga uzoq muddatda erishadi. Ammo muhim tarafi shundaki uzoq muddatda u atrof-muhitga, shuningdek, biznes firmalari va jamiyatga ijobiy ta'sirini ko'rsatadi. Atrof-muhitning yomonlashishi, resurslardan noto'g'ri foydalanish, global isish va iqlim o'zgarishi kabi ekologik muammolarning kuchayishi bilan kompaniya jamiyat manfaati uchun yashil turmush tarzini qabul qilishi kerak bo'ladi. Yashil marketingni qo'llash zarurati bor, chunki mijozlarning yashil mahsulotlarga munosabati va afzalliklari o'zgargan va mijozlar ko'proq yashil mahsulotlarga talabchan. Tabiiy resurslarni saqlash va ekologik muammolarni hal qilish uchun yashil strategiyani qabul qilish zarur. Yashil mar-keting barqaror rivojlanish uchun yechimdir.

O'zbekiston sanoati barobarida, balki yashil marketing strategiyalari butun dunyoda qo'llanilishi kerak. Yuqoridagi tadqiqot shuni ko'rsatadiki, yashil marketing global bozorga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

**Foyalanilgan adabiyotlar:**

1. FuiYeng W., Yazdanifard R. Green marketing: A study of consumers' buying behavior in relation to green products // Global Journal of Management and Business Research: E Marketing. – 2015. – T. 15. – №. 5. – C. 16-23.
2. Ottman R. et al. Comorbidities of epilepsy: results from the Epilepsy Comorbidities and Health (EPIC) survey //Epilepsia. – 2011. – T. 52. – №. 2. – C. 308-315.
3. Lee et al.,2013. PRIOR RESEARCH ON GREEN MARKETING AND GREEN MARKETING STRATEGY: CRITICAL ANALYSIS
4. Belz F. M., Peattie K. Sustainability marketing: A global perspective. – John Wiley & Sons, 2012.
5. Belz F. M., Peattie K. Sustainability marketing: A global perspective. – John Wiley & Sons, 2012
6. Lee et al.,2013 PRIOR RESEARCH ON GREEN MARKETING AND GREEN MARKETING STRATEGY: CRITICAL ANALYSIS
7. GREEN MARKETING "IT'S IMPACT ON GLOBAL MARKET" Pragati Singh1 Dr. Anjani Kumar Research Scholar Assistant Professor. International Journal of Novel Research and Development (www.ijnrd.org). 49 page.
8. Analysis of the Conceptual Frameworks of Green Marketing. Deimena Kiyak and Rasa Grigoliene. page 5.
9. Analysis of the Conceptual Frameworks of Green Marketing. Deimena Kiyak and Rasa Grigoliene. page 5.
10. GREEN MARKETING "IT'S IMPACT ON GLOBAL MARKET" Pragati Singh1 Dr. Anjani Kumar Research Scholar Assistant Professor. International Journal of Novel Research and Development (www.ijnrd.org). 50.
11. Analysis of the Conceptual Frameworks of Green Marketing. Deimena Kiyak and Rasa Grigoliene. 3.
12. GREEN MARKETING "IT'S IMPACT ON GLOBAL MARKET" Pragati Singh1 Dr. Anjani Kumar Research Scholar Assistant Professor. International Journal of Novel Research and Development (www.ijnrd.org). 50.
13. Analysis of the Conceptual Frameworks of Green Marketing. Deimena Kiyak and Rasa Grigoliene. 4
14. GREEN MARKETING "IT'S IMPACT ON GLOBAL MARKET" Pragati Singh1 Dr. Anjani Kumar Research Scholar Assistant Professor. International Journal of Novel Research and Development (www.ijnrd.org). 51.
15. Goyal, S.; Esposito, M.; Kapoor, A. Circular economy business models in developing economies: Lessons from India on reduce, recycle, and reuse paradigms. Thunderbird Int. Bus. Rev. 2018, 60, 729–740. [CrossRef]
16. Thabit, T.H.; Raewf, M.B. The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. Int. J. Soc. Sci. Educ. Stud. 2018, 4, 100–109.
17. Lahtinen, V.; Dietrich, T.; Rundle-Thiele, S. Long live the marketing mix. Testing the effectiveness of the commercial marketing mix in a social marketing context. J. Soc. Mark. 2020, 10, 357–375. [CrossRef]
18. GREEN MARKETING IN INDIA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES. Article · May 2022. hiv Jaggarwal Amity University Raipur. 402.
19. Green Marketing: Benefits and Challenges. European Journal of Molecular & Clinical Medicine ISSN 2515-8260 Volume 7, Issue 11, 2020. Mrs. P.Anitha, Dr.C.Vijai. 3018.
20. The relevance of green marketing in the present world Ashok Kumar Sahoo PhD. Scholar in Commerce, Gangadhar Meher University, Sambalpur, Odisha, India International Journal of Academic Research and Development. ISSN: 2455-4197
21. Prospects of Green Marketing Strategies for Sustainable Development in India. Chief Editor Dr.. Mallikarjun, M. Maradi
22. GREEN MARKETING "IT'S IMPACT ON GLOBAL MARKET" Pragati Singh1 Dr. Anjani Kumar Research Scholar Assistant Professor. International Journal of Novel Research and Development (www.ijnrd.org). 52

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 2

© 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 kelmasligi 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](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@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.



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.