

YASHIL MARKETING KONSEPSIYASINI RIVOJLANTIRISHDA ESG TAMOYILLARI

Xaydarova K.A.

Toshkent kimyo texnologiya instituti

katta o'qituvchisi

ORCID: 0009-0007-9179-9039

E-mail: xaydarova.kamola1983@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishda ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining integratsiyalashgan yondashuvi ilmiy jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqotda energiya samaradorligi, resurslardan oqilona foydalanish, ekologik mas'uliyat, korporativ boshqaruv va marketing strategiyalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik baholandi. Integratsiyalashgan model asosida korxonalarining energiya, ekologik va marketing ko'rsatkichlarini yagona boshqaruv tizimida uyg'unlashtirish imkoniyatlari asoslandi. Natijalar ESG tamoyillari va ISO 50001 standartining birgalikda qo'llanilishi yashil brend imijini mustahkamlash, iste'molchilar ishonchini oshirish, energiya samaradorligini yaxshilash va korxonalarining raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qilganini ko'rsatdi. Tadqiqot yakunida yashil marketingni rivojlantirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, ESG, ISO 50001, energiya menejmenti, energiya samaradorligi, ekologik barqarorlik, yashil brend, barqaror rivojlanish.

Аннотация

В статье были исследованы научные основы интеграции принципов ESG и системы энергетического менеджмента ISO 50001 в развитие концепции зелёного маркетинга. Были проанализированы взаимосвязи между энергоэффективностью, рациональным использованием ресурсов, экологической ответственностью, корпоративным управлением и маркетинговыми стратегиями. На основе интегрированной модели были обоснованы возможности объединения энергетических, экологических и маркетинговых показателей в единой системе управления предприятием. Полученные результаты показали, что совместное применение принципов ESG и стандарта ISO 50001 способствовало укреплению имиджа зелёного бренда, повышению доверия потребителей, улучшению энергоэффективности и росту конкурентоспособности предприятий. По итогам исследования были разработаны научно-практические рекомендации.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, ESG, ISO 50001, энергетический менеджмент, энергоэффективность, экологическая устойчивость, зелёный бренд, устойчивое развитие.

Abstract

This article examined the integration of ESG principles and the ISO 50001 energy management system in developing the green marketing concept. The study analyzed the relationships among energy efficiency, resource optimization, environmental

responsibility, corporate governance, and marketing strategies. An integrated management model was developed to combine energy, environmental, and marketing indicators within a unified decision-making framework. The findings demonstrated that the joint implementation of ESG principles and ISO 50001 strengthened green brand image, increased consumer confidence, improved energy efficiency, and enhanced enterprise competitiveness. The proposed framework also supported sustainable business development through the integration of environmental and marketing objectives. Scientific and practical recommendations were formulated to improve the implementation of green marketing strategies.

Keywords: green marketing, ESG, ISO 50001, energy management, energy efficiency, environmental sustainability, green branding, sustainable development.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida barqaror rivojlanish tamoyillarini amalga oshirish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish hamda ekologik xavfsizlikni ta'minlash masalalari ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. Iqlim o'zgarishi, energiya resurslari narxlarining oshishi, uglerod emissiyasini qisqartirish zarurati va iste'molchilarning ekologik mas'uliyatli mahsulotlarga bo'lgan talabining ortib borishi korxonalar oldiga yangi vazifalarni qo'yimoqda. Bunday sharoitda an'anaviy marketing yondashuvlaridan barqaror va ijtimoiy mas'uliyatli marketing konsepsiyalariga o'tish, xususan, yashil marketing (green marketing) tamoyillarini amaliyotga keng joriy etish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Zamonaviy marketing konsepsiyalarida yashil marketing nafaqat ekologik toza mahsulotlarni bozorga taklif etish, balki korxonalar faoliyatining barcha bosqichlarida resurslardan samarali foydalanish, uglerod izini kamaytirish, ijtimoiy mas'uliyatni kuchaytirish va iste'molchilar bilan barqaror munosabatlarni shakllantirishni ham nazarda tutadi. Biroq amaliyotda ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining yashil marketing strategiyalariga integratsiyalashuvi bo'yicha metodologik yondashuvlar va amaliy mexanizmlar yetarli darajada shakllanmagan. Bu esa korxonalarining ekologik va energetik ustunliklarini marketing vositalari orqali samarali namoyon etish imkoniyatlarini cheklamoqda.

Tadqiqotning maqsadi yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishda ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining o'zaro integratsiyasining nazariy va metodologik asoslarini tadqiq etish hamda ularni korxonalar marketing faoliyatiga tatbiq etishning samarali mexanizmlarini ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot natijalari korxonalarining marketing strategiyalarini takomillashtirish, yashil brend imijini shakllantirish, iste'molchilar ishonchini mustahkamlash, xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish hamda barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishga xizmat qiladi. Mazkur tadqiqotning ilmiy va amaliy ahamiyati ESG tamoyillari, energiya menejmenti va yashil marketingning integratsiyalashgan modelini shakllantirish orqali korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirish va yashil iqtisodiyot tamoyillarini keng joriy etish imkoniyatlari bilan belgilanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirish va energiya menejmenti tizimlarini takomillashtirish masalalari xalqaro va mahalliy tadqiqotlarda keng yoritilgan. ISO 50004:2020 standartida ISO 50001 tizimini joriy etish, energiya ko'rsatkichlarini monitoring qilish va uzluksiz takomillashtirish bo'yicha metodik tavsiyalar ishlab chiqilgan hamda energiya menejmentining korxonalar samaradorligidagi ahamiyati asoslangan [1]. Skobelev va Stepanova energiya menejmenti tizimlarini sanoat korxonalarida qo'llashning tashkiliy va amaliy jihatlarini tahlil qilib, energiya resurslaridan samarali foydalanish ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishini ko'rsatgan [2].

Boboyev va Inatova ISO 50001 standartini O'zbekiston energetika tizimiga integratsiya qilish imkoniyatlarini o'rganib, milliy korxonalarda energiya samaradorligini oshirish uchun xalqaro standartlardan foydalanish zarurligini asoslagan [3]. Gorbunova va Puzina sanoat korxonalarida energetika menejmenti tizimining joriy etilishi ishlab chiqarish samaradorligi va ekologik natijalarga ijobiy ta'sir ko'rsatishini aniqlagan [4]. Konyuxov, Oparina va She Son Gun energiya menejmentini energiya tejashning samarali vositasi sifatida baholab, uni joriy etish bosqichlaridagi tashkiliy omillarni tahlil qilgan [5]. Boboyev va Inatova keyingi tadqiqotlarida energiya menejmenti tizimining energiya samaradorligini oshirishdagi amaliy natijalarini yoritgan [6].

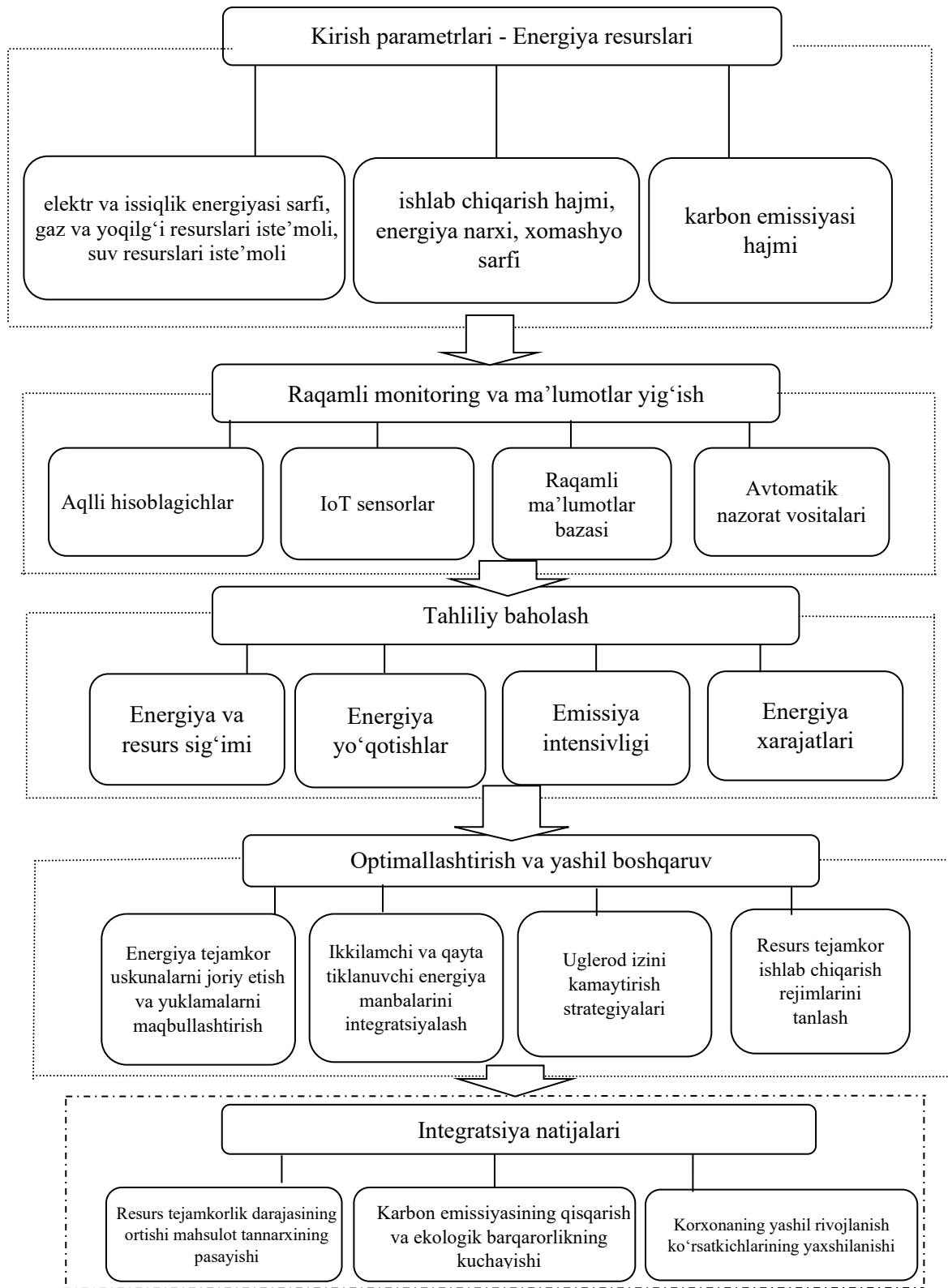
Mahalliy tadqiqotlarda yashil iqtisodiyot va marketing strategiyalarining o'zaro bog'liqligiga ham alohida e'tibor qaratilgan. Xaydarova va Umaraliyev kimyo sanoati korxonalarida yashil iqtisodiyot tamoyillarini qo'llash korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishini ilmiy jihatdan asoslagan [7]. Khakimova, Xaydarova va hammualliflar raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing tadqiqotlarini boshqarishning zamonaviy yondashuvlarini tahlil qilib, raqamli texnologiyalar marketing qarorlarining samaradorligini oshirishini ko'rsatgan [8].

Mavjud ilmiy tadqiqotlar energiya menejmenti, ESG tamoyillari va yashil marketingning alohida jihatlarini keng yoritgan bo'lsa-da, ularni yagona integratsiyalashgan boshqaruv modeli asosida o'zaro bog'liq holda qo'llash masalasi yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Shu sababli mazkur tadqiqot ESG tamoyillari, ISO 50001 energetika menejmenti tizimi va yashil marketing strategiyalarini yagona metodologik yondashuv asosida integratsiyalashga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishda ESG (Environmental, Social, Governance) tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining integratsiyalashuvi imkoniyatlari o'rganildi. Tadqiqotning metodologik asosini energiya va resurslardan foydalanish ko'rsatkichlari, ekologik, ijtimoiy va boshqaruv omillarini yig'ish, ularni raqamli monitoring vositalari yordamida qayd etish, tahliliy baholash, marketing qarorlarini shakllantirish hamda yakuniy natijalarni iqtisodiy, ekologik va bozor ko'rsatkichlari bo'yicha aniqlashga yo'naltirilgan integrallashgan yondashuv tashkil etadi. Ushbu yondashuv doirasida taklif etilgan model korxonani energiya, resurs, ekologik, ijtimoiy, axborot va marketing oqimlari

o‘zaro bog‘langan murakkab tizim sifatida ko‘rib chiqishga imkon beradi.



1-rasm. Yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishda ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining integratsiyalashgan modeli¹

¹ Mazkur model muallif omonidan ishlab chiqilgan

Mazkur tadqiqotda korxonada faoliyatini tavsiflovchi kirish ma'lumotlari sifatida elektr energiyasi sarfi, issiqlik energiyasi iste'moli, gaz va yoqilg'i resurslari hajmi, suv va xomashyo sarfi, ishlab chiqarish hajmi, energiya tariflari, karbon emissiyasi ko'rsatkichlari, ESG indikatorlari, iste'molchilar talabi, ekologik xavfsiz mahsulotlarga bo'lgan ehtiyoj hamda marketing kommunikatsiyalari samaradorligi qabul qilinadi. Ushbu parametrlar korxonada faoliyatining energiya yuklamasi, ekologik bosimi, ijtimoiy mas'uliyati va bozor salohiyatini tavsiflovchi asosiy axborot manbalari sifatida qaraladi.

Tadqiqotda foydalanilgan materiallar tarkibiga birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlar kiritildi. Birlamchi ma'lumotlar ishlab chiqarish jarayonlarida energiya va resurs sarfini qayd etuvchi o'lchov vositalari, hisoblagichlar, texnologik kuzatish jadvallari, energiya balanslari, ESG hisobotlari, iste'molchilar so'rovlari hamda marketing faoliyati natijalari asosida shakllantirildi. Ikkilamchi ma'lumotlar sifatida ISO 50001 standarti talablari, ESG mezonlari, energiya menejmenti tizimiga oid me'yoriy hujjatlar, energiya samaradorligini baholash metodikasi, shuningdek yashil marketing va barqaror rivojlanishga oid ilmiy-uslubiy manbalardan foydalanildi. Shu tariqa ma'lumotlar bazasi texnik, iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy va marketing ko'rsatkichlarini qamrab olgan holda shakllantirildi.

Tadqiqot jarayonida dastlab korxonada faoliyatiga ta'sir etuvchi energiya va resurs oqimlari, ESG komponentlari hamda marketing kommunikatsiyalari o'rtasidagi bog'liqliklar tizimli yondashuv asosida identifikatsiya qilindi. Bunda ishlab chiqarishning alohida texnologik bo'g'inlari bo'yicha energiya iste'moli, resurslardan foydalanish darajasi, chiqindi-emissiya manbalari, ijtimoiy mas'uliyat ko'rsatkichlari va korporativ boshqaruv mexanizmlari ajratib olindi. Mazkur bosqich korxonaning energetik va ekologik salohiyatini yashil marketing ustunliklariga aylantirish uchun zarur bo'lgan axborot maydonini shakllantirishga xizmat qildi.

Raqamli monitoringni tashkil etishda aqlli hisoblagichlar, IoT sensorlari, avtomatik nazorat qurilmalari, ESG hisobot tizimlari va raqamli ma'lumotlar bazalari asosida ishlovchi axborot oqimi konsepsiyasi qo'llanildi. Bu vositalar yordamida energiya va resurs iste'moli, karbon emissiyasi, ekologik va ijtimoiy ko'rsatkichlar to'g'risidagi ma'lumotlarni real vaqt rejimiga yaqin sharoitda qayd etish, ularni markazlashtirilgan bazada saqlash va qayta ishlash imkoniyati yaratildi. Mazkur yondashuv ma'lumotlarning davriy hisobot ko'rinishida emas, balki uzluksiz monitoring rejimida shakllanishini nazarda tutadi. Shu sababli model doirasida ishlab chiqarish ko'rsatkichlari, energiya sarfi, ESG mezonlari va marketing natijalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqliklarni aniqlash hamda korxonaning yashil brend imijini shakllantirishga ta'sir etuvchi omillarni baholash imkoniyati yuzaga keldi.

Tadqiqot metodlari sifatida tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, ekspert baholash, kontent-tahlil, statistik guruhlash va integratsion yondashuv usullaridan foydalanildi. Ushbu metodlar asosida ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining o'zaro integratsiyasi yashil marketing strategiyalarini takomillashtirish, iste'molchilar ishonchini oshirish, ekologik mas'uliyatni kuchaytirish va korxonalarining uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlash nuqtai nazaridan baholandi. Natijada

energiya samaradorligi, ekologik barqarorlik va marketing samaradorligini o'zaro uyg'unlashtiruvchi konseptual model ishlab chiqildi.

Tadqiqotda raqamli boshqaruvning umumiy natijadorlikka ta'sirini baholash maqsadida integrallashgan ko'rsatkich ham taklif etildi:

$$I_y = W_1 K_e + W_2 K_r + W_3 K_c + W_4 K_d$$

bu yerda:

I_y - yashil iqtisodiyotga o'tishning integral indeksi;

K_e - energiya tejalishi koeffitsiyenti;

K_r - resurs tejamkorlik koeffitsiyenti;

K_c - ekologik samaradorlik koeffitsiyenti;

K_d - raqamli boshqaruv darajasi koeffitsiyenti;

W_1, W_2, W_3, W_4 - vazn koeffitsiyentlari.

Bu ko'rsatkich modelning asosiy metodologik asosi sifatida qaraladi, chunki u energiya, resurs, ekologik va raqamli boshqaruv mezonlarini yagona baholash tizimida birlashtiradi. Natijada korxonaning yashil transformatsiya darajasi kompleks shaklda aniqlanadi. Vazn koeffitsiyentlarini aniqlashda ko'rsatkichlarning boshqaruv tizimidagi nisbiy ahamiyati e'tiborga olindi. Bunda energiya samaradorligi va ekologik natijadorlikka ustuvorlik beriladi, chunki ular sanoat korxonasining yashil rivojlanish darajasini belgilovchi asosiy mezonlardir. Raqamli boshqaruv koeffitsiyenti esa ma'lumotlarni yig'ish tezligi, monitoring qamrovi, tahliliy qayta ishlash sifati va qaror qabul qilishning operativligi bilan tavsiflanadi.

Tadqiqotda tizimli tahlil usuli korxonadagi energiya va resurs oqimlarini o'zaro bog'liq elementlar sifatida ko'rib chiqish imkonini berdi. Qiyosiy tahlil yordamida bazaviy va takomillashtirilgan holat o'rtasidagi farqlar aniqlandi. Strukturaviy-funksional yondashuv esa modelning tarkibiy qismlari va ular o'rtasidagi o'zaro aloqalarni asoslash imkonini berdi. Shu tariqa tanlangan metodlar majmui energiya menejmenti, raqamli monitoring va yashil iqtisodiyot natijalarini yagona metodologik platformada birlashtirishga xizmat qildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, yashil marketing konsepsiyasini samarali rivojlantirish korxonalarida ESG (Environmental, Social, Governance) tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining o'zaro integratsiyalashgan holda qo'llanilishiga bevosita bog'liqdir. Mazkur integratsiya nafaqat energiya samaradorligini oshirish va ekologik ta'sirni kamaytirishga, balki korxonaning marketing salohiyati, brend qiymati va bozor raqobatbardoshligini mustahkamlashga ham xizmat qiladi.

Tadqiqot davomida aniqlanishicha, ESG tamoyillarining ekologik komponenti (Environmental) va ISO 50001 standartining energiya samaradorligini uzluksiz takomillashtirishga qaratilgan talablari o'rtasida kuchli o'zaro bog'liqlik mavjud. Korxonalarida energiya iste'molini monitoring qilish, energiya sarfini optimallashtirish va uglerod emissiyasini kamaytirish orqali ishlab chiqarishning ekologik ko'rsatkichlari yaxshilanadi. Bu esa o'z navbatida yashil marketing strategiyalarini

shakllantirish va iste'molchilarning ekologik xavfsiz mahsulotlarga bo'lgan talabini qondirish imkonini beradi.

Shuningdek, tadqiqot natijalari ESG tamoyillarining ijtimoiy (Social) va boshqaruv (Governance) yo'nalishlari korxonalarining manfaatdor tomonlar bilan o'zaro aloqalarini rivojlantirish, korporativ shaffoflikni oshirish hamda ijtimoiy mas'uliyatni kuchaytirishda muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatdi. Mazkur omillar korxonaning ijobiy imijini shakllantirish, iste'molchilar ishonchini mustahkamlash va uzoq muddatli marketing ustunliklariga erishish imkonini yaratadi.

Tadqiqot doirasida yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishga qaratilgan ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining integratsiyalashgan modeli taklif etildi (1-jadval).

1-jadval

ESG tamoyillari va ISO 50001 asosida yashil marketingni rivojlantirishning konseptual modeli¹

Integratsiya elementlari	Asosiy yo'nalishlar	Marketing natijalari
Environmental (E)	Energiyani tejash, uglerod emissiyasini kamaytirish, ekologik samaradorlik	Yashil mahsulot imiji, ekologik afzalliklar
Social (S)	Ijtimoiy mas'uliyat, xodimlar xavfsizligi, manfaatdor tomonlar bilan aloqalar	Mijozlar ishonchi va sodiqligi
Governance (G)	Korporativ boshqaruv, shaffoflik, ESG hisobotlari	Brend obro'si va investitsion jozibadorlik
ISO 50001	Energiya samaradorligi, energiya monitoringi, uzluksiz takomillashtirish	Xarajatlarni kamaytirish va raqobatbardoshlik
Yashil marketing	Barqaror mahsulotlar, ekologik kommunikatsiyalar, yashil branding	Bozor ulushi va korxonaviy qiymatini oshirish

1-jadvalda ESG tamoyillari va ISO 50001 standartining integratsiyasi energiya samaradorligi ko'rsatkichlari bilan marketing faoliyati o'rtasida sinergik bog'liqlikni yuzaga keltiradi. Buning natijasida korxonalar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, ekologik xavflarni minimallashtirish, yashil brendni rivojlantirish hamda iste'molchilar va investorlar ishonchini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Tadqiqot natijalari ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining integratsiyasi yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishning muhim omili ekanligini tasdiqladi. Mazkur integratsiya korxonalarining barqaror rivojlanish strategiyasini takomillashtirish, xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish va yashil iqtisodiyot tamoyillarini amaliyotga samarali joriy etishga xizmat qiladi. Natijada korxonalarda iqtisodiy samaradorlik, ekologik barqarorlik va marketing

¹ Mazkur konseptual model muallif tomonidan ishlab chiqilgan

ustunliklari o'rtasida muvozanatni ta'minlovchi integratsiyalashgan boshqaruv tizimi shakllanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqotda yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishda ESG (Environmental, Social, Governance) tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining o'zaro integratsiyasi masalalari nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, ushbu ikki yondashuvning uyg'unlashtirilishi korxonalarda nafaqat energiya samaradorligini oshirish va ekologik ta'sirni kamaytirish, balki marketing faoliyatini yangi sifat bosqichiga olib chiqishda ham muhim rol o'ynaydi.

O'rganishlar asosida aniqlanishicha, ISO 50001 standarti korxonalarda energiya resurslarini tizimli boshqarish, ularni monitoring qilish va uzluksiz takomillashtirish imkonini beradi. ESG tamoyillari esa korxonalar faoliyatini ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv mezonlari asosida baholash va rivojlantirishga xizmat qiladi. Ushbu ikki tizimning integratsiyasi natijasida korxonalarda energiya samaradorligi va ekologik barqarorlik ko'rsatkichlari marketing strategiyalarining muhim raqobat ustunligiga aylanadi.

Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan integratsion model energiya, resurs, ESG va marketing ko'rsatkichlarini yagona axborot tizimida uyg'unlashtirish imkonini berishi aniqlandi. Bu esa korxonalar real vaqt rejimida qaror qabul qilish, xarajatlarni optimallashtirish, uglerod emissiyasini kamaytirish hamda yashil brend imijini shakllantirish imkonini yaratadi.

Yashil marketing strategiyalarini rivojlantirishda iste'molchilarning ekologik ong darajasi, mahsulotning energiya tejamkorligi va korxonaning ESG reytingi muhim omil sifatida namoyon bo'lishi aniqlandi. Bu holat korxonalarni barqaror rivojlanish tamoyillarini marketing siyosatiga chuqur integratsiya qilishga undaydi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari ESG tamoyillari va ISO 50001 energetika menejment tizimining integratsiyasi yashil marketing konsepsiyasini rivojlantirishning samarali ilmiy-amaliy mexanizmi ekanligini tasdiqlaydi. Mazkur yondashuv korxonalarining ekologik mas'uliyatini kuchaytirish, energiya samaradorligini oshirish, brend qiymatini mustahkamlash hamda xalqaro bozorlarda raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. ISO 50004:2020 Energy management systems - Guidance for implementation, maintenance and improvement of an ISO 50001 EnMS

2. Д.О. Скобелев, М. В. Степанова. Энергетический менеджмент: прочтение 2020. Руководство по управлению энергопотреблением для промышленных предприятий. Москва 2020. Стр 17-25.

3. Boboyev G'.G'., Inatova N.A. ISO 50001 xalqaro standartini O'zbekiston energetika tizimiga integratsiya qilish.// "Milliy standart" ilmiy-texnik jurnali 2024/2-son. 73-75 betlar

4. В.С. Горбунова, Е.Ю. Пузина. Эффективность внедрения системы

энергетического менеджмента в промышленных компаниях России. *Transportation Systems and Technology*. 2018;4(1) стр. 119-137

5. В.Ю. Конюхов, Т.А. Опарина, Ше Сон Гун. Энергоменеджмент как эффективная система энергосбережения и решение проблем ее внедрения. Том 10 № 4, 2020. с. 534-543

6. Г.Г. Бобоев, Н.А. Инатова. Внедрение системы энергоменеджмента для повышения энергоэффективности на производственных предприятиях. Журнал «Главный энергетик» № 2 (259), 2025. С. 4-9

7. Xaydarova , K., & Umaraliyev , A. (2026). YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA KIMYO SANOATI KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH. GREEN ECONOMY AND DEVELOPMENT, 4 (3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.19239157>

8. Khakimova Nasiba Kakhramonovna, Xaydarova Kamola Axinjanovna, Aliyeva Janat Askarovna, Baymukhamedova Gulnaz Fattakhovna, K. F. T. . . (2026). MARKETING RESEARCH MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY. *Confrencea*, 6(6). Retrieved from <https://confrencea.org/index.php/confrenceas/article/view/1904>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, yanvar, 1-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**