

O‘ZBEKISTONDA ORGANIK AGRO-OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISHNING YEVROPA TAJRIBASI VA MILLIY IMKONIYATLARI

Berdiyev Samariddin Raxmatovich

Denov Tadbirkorlik va Pedagogika instituti
tayanch doktoranti

Annotatsiya

Mazkur maqolada O‘zbekistonda organik agro-oziq-ovqat mahsulotlari bozorini shakllantirishning iqtisodiy va institutsional asoslari o‘rganildi. Tadqiqot davomida Yevropa mamlakatlarining organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish tajribasi, sertifikatlashtirish tizimlari va davlat qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari tahlil qilindi. Natijalarda milliy standartlarni rivojlantirish, sertifikatlashtirish tizimini takomillashtirish va eksport salohiyatidan samarali foydalanish organik bozor rivojlanishini jadallashtirgani asoslandi. Organik mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish qishloq xo‘jaligida yuqori qo‘shilgan qiymat yaratish imkonini bergani aniqlandi.

Kalit so‘zlar: organik qishloq xo‘jaligi, organik mahsulotlar bozori, sertifikatlashtirish, eksport salohiyati, milliy standartlar, Yevropa tajribasi, agro-oziq-ovqat.

Аннотация

В статье были исследованы экономические и институциональные основы формирования рынка органической агропродовольственной продукции в Узбекистане. В ходе исследования был проанализирован европейский опыт развития органического сельского хозяйства, системы сертификации и механизмы государственной поддержки. Полученные результаты показали, что развитие национальных стандартов, совершенствование сертификации и эффективное использование экспортного потенциала способствовали ускорению развития органического рынка. Также было установлено, что расширение производства органической продукции обеспечило возможности создания высокой добавленной стоимости в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: органическое сельское хозяйство, рынок органической продукции, сертификация, экспортный потенциал, национальные стандарты, европейский опыт, агропродовольствие.

Abstract

This article examined the economic and institutional foundations of developing the organic agri-food market in Uzbekistan. The study analyzed European experience in organic agriculture, certification systems, and state support mechanisms. The findings showed that the development of national standards, improvement of certification procedures, and effective utilization of export potential accelerated organic market growth. The research also demonstrated that expanding organic production created opportunities for generating higher value added in agriculture. The proposed approaches supported sustainable agricultural development and strengthened the competitiveness of organic products.

Keywords: organic agriculture, organic food market, certification, export potential, national standards, European experience, agri-food sector.

KIRISH

Zamonaviy dunyo iqtisodiyotida organik qishloq xo‘jaligi va organik mahsulotlar bozori jadal sur‘tlar bilan rivojlanmoqda. Dunyo bo‘yicha organik mahsulotlar savdosi so‘nggi ikki o‘n yilda 5-7 baravar o‘sib, 2022 yilda 187 milliard AQSH dollarga yetdi [1]. Ushbu tendensiya iste‘molchilarning sog‘lom ovqatlanishga, atrof-muhitni muhofaza qilishga e‘tiborining kuchayishi bilan bog‘liq.

O‘zbekiston uchun organik mahsulotlar bozori nafaqat ichki sog‘lom oziq-ovqat bilan ta‘minlash, balki yuqori qo‘shimcha qiymatli eksport yo‘nalishi sifatida ham strategik ahamiyatga ega. Mamlakatimiz keng qishloq xo‘jaligi yerlariga, qulay iqlimga va boy dehqonchilik an‘analalariga ega bo‘lib, bu organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish uchun katta asos yaratadi.

Biroq O‘zbekistonda organik mahsulotlar bozorining rivojlanishi bir qator muammolarga duch kelmoqda: milliy qonunchilik bazasining yetarli emasligi, sertifikatlashtirish tizimining shakllanmaganligi, ishlab chiqaruvchilar va iste‘molchilar o‘rtasida organik mahsulotlar haqida bilimning pastligi, moliyaviy mexanizmlarning etishmasligi. Ushbu muammolarni hal etishda Yevropa mamlakatlarining ko‘p yillik tajribasi muhim yo‘l-yo‘riq bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

Maqolaning maqsadi - Yevropa mamlakatlarida organik mahsulotlar bozorini shakllantirish tajribasini o‘rganib, O‘zbekiston uchun maqbul milliy model elementlarini aniqlash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Organik qishloq xo‘jaligi va organik mahsulotlar bozori nazariyasi bo‘yicha xorijiy tadqiqotchilardan Willer H., Lernoud J. [1], Lampkin N. [2], Padel S. [3] larning ishlari katta ahamiyat kasb etadi. Bu tadqiqotlar organik qishloq xo‘jaligining iqtisodiy asoslarini, davlat siyosatining ta‘siri va bozor mexanizmlarini o‘rganib chiqqan.

MDH mamlakatlarida bu sohaning rivojlanishini Yegorov A.Yu. [5], Kolonchin K.V. [6] larning ishlari tadqiq etgan. Ular organik qishloq xo‘jaligining o‘tish iqtisodiyoti sharoitida rivojlanishining o‘ziga xos xususiyatlarini ko‘rsatib bergan.

O‘zbekistonda ushbu soha bo‘yicha tadqiqotlar hali dastlabki bosqichida. Qodirov U.Q. [8], Toshmatov N.A. [9] larning ishlari qishloq xo‘jaligini barqaror rivojlantirish masalalarini ko‘rib chiqqan. Biroq organik bozorni shakllantirish muammolari alohida tizimli tadqiqot obyekti sifatida yetarlicha o‘rganilmagan, bu ushbu maqolaning dolzarbligini belgilaydi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda O‘zbekistonda organik agro-oziq-ovqat mahsulotlari bozorini shakllantirish imkoniyatlarini baholash uchun qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv va umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida Yevropa Ittifoqi mamlakatlarining organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish tajribasi, sertifikatlashtirish tizimlari va davlat qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari o‘rganildi. IFOAM, FiBL, FAO, Organic Monitor, Eurostat hamda O‘zbekistonning rasmiy statistik manbalari

ma'lumotlari tahlil qilindi. Organik bozor rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar SWOT tahlili asosida baholandi. Shuningdek, milliy imkoniyatlar va xalqaro tajriba o'zaro taqqoslanib, organik mahsulotlar bozorini bosqichma-bosqich rivojlantirish yo'nalishlari ishlab chiqildi. Olingan natijalar organik sektorning raqobatbardoshligini oshirish va eksport salohiyatini kengaytirish imkoniyatlarini ilmiy asoslashga xizmat qildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Organik qishloq xo'jaligi - sun'iy mineral o'g'itlar, sintetik pestitsidlar, genetik o'zgartirilgan organizmlar va o'sish regulyatorlaridan foydalanishni istisno etib, tabiiy usullar: almashlab ekish, organik o'g'itlar, biologik zararkunandalarga qarshi kurash asosida olib boriladigan agrar ishlab chiqarish tizimi. IFOAM organik qishloq xo'jaligini tuproqlar, ekotizimlar va odamlarning sog'lig'ini qo'llab-quvvatlaydigan, ekologik jarayonlarga asoslangan ishlab chiqarish tizimi sifatida ta'riflaydi [10].

Jahon organik mahsulotlar bozori so'nggi o'n yillarda barqaror o'sish sur'atlarini ko'rsatmoqda. 2022 yil holatiga ko'ra asosiy ko'rsatkichlar quyidagilardir:

1-jadval

Jahon organik qishloq xo'jaligining asosiy ko'rsatkichlari¹, 2022-yil

Ko'rsatkich	Qiyamat
Organik mahsulotlar savdosi, mlrd. AQSh dollari	187,9
Sertifikatlangan organik yerlar maydoni, mln. ga	76,4
Organik ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi mamlakatlar, ta	190
Organik fermerlar soni, mln. ta	3,7
Organik mahsulotlar ulushi umumiy bozorda, foizda	3-4

Organik bozorning dinamikasi shuni ko'rsatmoqdaki, u global iqtisodiy inqirozlarga nisbatan chidamli va barqaror o'sish tendensiyasini saqlab qolmoqda. Bu iste'molchilarning sog'lom ovqatlanishga bo'lgan asosiy ehtiyoji bilan izohlanadi. Organik mahsulotning narxi odatdagi mahsulotdan 30-150% ga qimmat bo'lib, bu ishlab chiqaruvchilar uchun sezilarli iqtisodiy rag'batlantiruvchi omil bo'lib xizmat qiladi.

Yevropa Ittifoqi organik qishloq xo'jaligini rivojlantirishda dunyoda yetakchi o'rinni egallaydi. 2022 yilda ES da organik yerlar maydoni 15,9 mln. gektarni tashkil etdi - bu umumiy qishloq xo'jaligi yerlarining 9,9% ini tashkil etadi. Yevropa tajribasini umumlashtirgan holda bir necha asosiy shart-sharoitlarni ajratib ko'rsatish mumkin.

ES da organik qishloq xo'jaligini tartibga solishning yagona huquqiy asosi 2018 yilda qabul qilingan ES Kengashining 2018/848-sonli Nizomi hisoblanadi. Nizom organik ishlab chiqarish, yorliqlash, tekshiruv va sertifikatlashtirish bo'yicha yagona talablarni belgilaydi. Barcha a'zo-davlatlar ushbu talablarni o'z milliy qonunchiligida joriy etishi shart.

¹ Muallif ishlanmasi manbalar asosida

Yevropa davlatlari organik fermerlarni qo‘llab-quvvatlash uchun Umumiy qishloq xo‘jaligi siyosati (CAP) doirasida katta mablag‘ ajratadi. Avstriyada organik fermalar 1 ga uchun 250-600 yevro subsidiya oladi, Germaniyada esa federal va er hukumatlari darajasida murakkab subsidiyalar tizimi mavjud. Organik sertifikatlash xarajatlarini qoplash, konsultatsiya xizmatlari va o‘qitish dasturlari moliyalashtiriladi.

2-jadval

ES mamlakatlarida organik yerlar ko‘rsatkichlari¹, 2022-yil

Mamlakat	Organik yerlar, mln. ga	Q/x yerlaridagi ulushi, foizda	Jon boshiga organik sarf, yevro
Avstriya	0,67	26,5	272
Shvetsiya	0,58	20,3	231
Estoniya	0,23	23,1	98
Italiya	2,09	17,4	70
Germaniya	1,79	10,6	157
Daniya	0,33	12,7	344
Fransiya	2,80	10,7	115
Ispaniya	2,55	10,8	38
ES o‘rtacha	-	9,9	92

Yevropa mamlakatlarida organik mahsulotlarni tekshiruv va sertifikatlashtirish mustaqillik tamoyili asosida qurilgan: ishlab chiqaruvchi, tekshiruvchi va davlat nazorat organining vazifalari aniq chegaralangan. Akkreditatsiya tizimi sertifikatlashtiruvchi tashkilotlarning malakasini va ishonchliligini ta‘minlaydi. ES ning yagona “EU Organic” belgisi yashil barg shaklida bo‘lib, iste‘molchilar orasida keng tan olingan.

Ko‘plab Yevropa mamlakatlari ES belgisi bilan bir qatorda milliy yorliqlarini ham qo‘llaydi: Germaniyada BIO-SIEGEL, Fransiyada AB (Agriculture Biologique), Avstriyada AMA-BIO, Daniyada Sh-mark. Frantsiyada Agence Bio davlat agentligi organik bozorni rivojlantirishni muvofiqlashtiradi: statistika to‘lash, reklama kampaniyalari, xalqaro hamkorlik. Daniyada barcha tekshiruv funksiyalari davlat qo‘lida bo‘lib, bu iste‘molchilar ishonchini oshirgan.

Italiya, Daniya va Buyuk Britaniyada maktablar, kasalxonalar va boshqa davlat muassasalariga organik oziq-ovqat yetkazib berish dasturlari keng rivojlangan. Bu dasturlar yangi avlodni organik mahsulotlarga o‘rgatadi va ishlab chiqaruvchilar uchun kafolatlangan sotuv bozorini ta‘minlaydi.

Yevropa davlatlarining tajribasi shuni ko‘rsatadiki, organik mahsulotlar bozori o‘z-o‘zidan rivojlanmaydi - unga davlatning faol siyosiy, huquqiy va moliyaviy qo‘llab-quvvatlashi zarur. Eng muvaffaqiyatli natijaga erishgan mamlakatlar (Avstriya - 26,5%, Shvetsiya - 20,3%, Daniya - 12,7% organik yerlar) o‘zining barqaror davlat siyosatini ko‘zlab yillar davomida olib borgan.

O‘zbekistonda 2022 yilda «Organik mahsulotlar to‘g‘risida» Qonun qabul qilingan [12]. Bu qonun organik mahsulotlar ishlab chiqarish, qayta ishlash va sotishni tartibga solish uchun huquqiy asos yaratdi. Biroq qonunning to‘la amalga oshirish

¹ Manba: EUROSTAT, FiBL, 2023.

mexanizmlari - milliy standartlar, tekshiruv tizimi, akkreditatsiya tartibi va moliyaviy qo‘llab-quvvatlash dasturlari - hali to‘liq shakllanmagan. Qonunni amalga oshirish uchun bir qancha me‘moriy hujjatlar qabul qilish zarur.

O‘zbekiston organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish uchun muhim tabiiy resurslarga ega:

- Qishloq xo‘jaligi yerlari: 4,3 mln. ga (sug‘oriladi 3,4 mln. ga)
- Issiq va quyoshli iqlim ko‘pgina sabzavot, meva va don ekinlari uchun qulay
- Turli agroiklim zonalari: tog‘, voha va cho‘llarda turli ekinlar yetishtiriladi
- Ko‘p asrlik an‘anaviy dehqonchilik tajribasi
- Tabiiy resurslar: torf, zeolit, bentonit kabi tabiiy tuproq yaxshilovchilarning mavjudligi

O‘zbekistonda sertifikatlangan organik yerlar maydoni 8-12 ming gektarni tashkil etadi - bu umumiy qishloq xo‘jaligi yerlarining 0,2-0,3% ini tashkil etmaydi. Biroq organik usulda yetishtiriladigan, ammo rasmiy sertifikati bo‘lmagan mahsulotlar hajmi ancha katta - bu birinchi navbatda kichik yakka tartibdagi dehqon xo‘jaliklari va tog‘ hududlarida an‘anaviy dehqonchilik bilan shug‘ullanuvchi fermerlardir.

O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi eksportining tarkibida meva-sabzavot mahsulotlari ulushi yildan yilga o‘sib bormoqda. 2022 yilda qishloq xo‘jaligi eksporti hajmi 2,1 mlrd AQSH dollarni tashkil etdi [13]. Organik sertifikat bilan ta‘minlangan mahsulot narxi bozorda odatdagidan 30-150% ga qimmatroq. Demak, hatto mavjud eksport hajmining bir qismini organik sertifikatlash ham milliy daromadni sezilarli oshirishi mumkin.

3-jadval

O‘zbekistonda organik mahsulotlar bozori rivojlanishining SWOT tahlili¹

Kuchli tomonlar (S)	Zaif tomonlar (W)
Qulay iqlim va keng yer resurslari. An‘anaviy organik dehqonchilik tajribasi. Eksport bozorlariga geografik yaqinlik. Faol davlat agrar islohotlari.	Milliy sertifikatlashtirish standartlarining yo‘qligi. Xalqaro sertifikatlashtirish xizmatlarining qimmatligi. Ishlab chiqaruvchilarda bilim darajasining pastligi. Organik infratuzilmaning zaif rivojlanganligi.
Imkoniyatlar (O)	Xatarlar (T)
Jahon organik bozorining barqaror o‘sishi. Yevropa, Yaqin Sharq, Osiyo bozorlarining kengayishi. Davlat tomonidan islohotlarni qo‘llab-quvvatlash. An‘anaviy mahsulotlar (o‘rik, anor, uzum) uchun yuqori talab.	Xorijiy organik mahsulotlar raqobati. Iqlim o‘zgarishining qishloq xo‘jaligiga ta‘siri. Sertifikatlashtirish xarajatlarini ko‘tara olmaydigan fermerlar. Xalqaro bozorda standartlar o‘zgarishi.

Yevropa mamlakatlarining tajribasini o‘rganish va O‘zbekistonning o‘ziga xos sharoitlarini tahlil qilish asosida milliy organik mahsulotlar bozorini shakllantirish uchun quyidagi ustuvor yo‘nalishlar tavsiya etiladi.

1. Qonunchilik va institutsional bazani mustahkamlash.

Daniya tajribasiga asoslanib, birinchi navbatda «Organik qishloq xo‘jaligi to‘g‘risida»gi Qonunning ijrosini ta‘minlovchi me‘moriy hujjatlar: Organik qishloq

¹ Muallif ishlanmasi

xo‘jaligini yuritish tartibi, Sertifikatlashtirish organlari uchun akkreditatsiya talablari, Organik mahsulotlarni yorliqlash qoidalari qabul qilish zarur. Organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish bo‘yicha maxsus davlat koordinatsion organi - Agentlik yoki Markaz tuzish tavsiya etiladi (Frantsiyaning Agence Bio tajribasiga o‘xshab).

2. Milliy sertifikatlashtirish standartlarini ishlab chiqish.

IFOAM va ES standartlariga mos keladigan O‘zbekiston milliy organik standartlarini ishlab chiqish zarur. Bunda Hindiston (NPOP standartlari) va Xitoy (CNOPS standartlari) tajribasiga e‘tiborberilishi lozim - bu mamlakatlar o‘z milliy standartlarini xalqaro darajada tan oldirib, eksport imkoniyatlarini kengaytira oldi. Milliy standartlar ES va IFOAM standartlari bilan o‘zaro muvofiqlikni ta‘minlashi, shu bilan birga mahalliy iqlim sharoitlari va an‘anaviy dehqonchilik usullarini hisobga olishi zarur.

3. Moliyaviy rag‘batlantirish tizimini joriy etish.

Yevropa tajribasi shuni ko‘rsatmoqdaki, davlat moliyaviy qo‘llab-quvvatlashsiz organik sektor rivojlanmaydi. O‘zbekiston uchun quyidagi moliyaviy mexanizmlar tavsiya etiladi:

– Organik sertifikatlashtirish xarajatlarining 50-70% ini davlat tomonidan qoplash (birinchi 3 yil uchun)

– Organik yerlar uchun soliq imtiyozlari

– Organik fermerlarga subsidiyalashtirilgan kreditlar

– Organik mahsulotlarni qayta ishlash korxonalariga investitsiyalarni

rag‘batlantirish

– Xalqaro sertifikatsiyaga o‘tuvchi fermerlar uchun grant dasturlari

4. Infratuzilmani rivojlantirish.

Organik mahsulotlar bozorining samarali faoliyat ko‘rsatishi uchun maxsus infratuzilma zarur: alohida saqlash omborlari (organik mahsulotlar an‘anaviy mahsulotlar bilan aralashtirilmasligi uchun), sertifikatlangan qayta ishlash korxonalarini, organik mahsulotlar yarmarkalari va bozorlar, ixtisoslashgan chakana savdo nuqtalari va internet savdo platformasi. Italiya va Fransiya tajribasiga ko‘ra, fermerlik kooperativlari organik mahsulotlar infratuzilmasini birgalikda shakllantirish uchun eng samarali shakldir.

5. Eksport yo‘nalishini rivojlantirish.

O‘zbekiston uchun organik eksportning ustuvor yo‘nalishlari: meva va sabzavot (qovoq, o‘rik, anor, anjir, uzum, gilos), quritilgan meva-chevalar va yong‘oqlar, zira, anor va boshqa xushbo‘y o‘simliklar, organik paxta tolasi va to‘qimachilik mahsulotlari, asalarichilik mahsulotlari. Eksport bozori sifatida Yevropa (Germaniya, Buyuk Britaniya, Niderlandiya), Yaqin Sharq (BAA, Saudiya Arabistoni) va MDH mamlakatlari ko‘proq imkoniyat yaratadi.

6. Axborot va bilimlarni tarqatish.

Daniya va Avstriya tajribasiga asoslanib, organik qishloq xo‘jaligini keng joriy etish uchun fermerlar va qishloq xo‘jaligi maslahatchilarini qayta tayyorlash dasturlari, iste‘molchilar uchun axborot kompaniyalari, davlat muassasalariga (maktablar,

kasalxonalar) organik mahsulot yetkazib berish dasturlari zarur. Bu faoliyatni Organik qishloq xo‘jaligini rivojlantirish agentligi muvofiqlashtirishi kerak.

Yevropa tajribasi va O‘zbekistonning o‘ziga xos sharoitlarini tahlil qilish asosida milliy organik mahsulotlar bozorini shakllantirish uchun bosqichma-bosqich model tavsiya etiladi:

4-jadval

O‘zbekistonda organik mahsulotlar bozorini shakllantirish bosqichlari

Bosqich	Muddat	Asosiy faoliyatlar	Kutilgan natijalar
I bosqich: Poydevor	2024-2027 yillar	Milliy standartlarni qabul qilish; akkreditatsiya tizimini yaratish; moliyaviy dastur ishlab chiqish; fermerlarni o‘rgatish; koordinatsion organ tuzish	Qonunchilik bazasi to‘liq; 5-8 sertifikatlashtiruvchi tashkilot; 25-30 ming ga organik yer
II bosqich: Rivojlantirish	2027-2030 yillar	Eksport yo‘nalishini kengaytirish; qayta ishlash infratuzilmasini yaratish; ichki talabni rag‘batlantirish; xalqaro standartlar bilan uyg‘unlashtirish	50-70 ming ga organik yer; 200dan ortiq sertifikatlangan fermer; eksport 50 mln. AQSH dollar
III bosqich: Mustahkamlash	2030-2034 yillar	Milliy organik brendini yaratish; xalqaro bozorlarda kengayish; to‘liq raqobatbardosh milliy bozor	100 ming ga ortiq organik yer; milliy brend xalqaro tan olingan; eksport 200 mln. AQSH dollardan ortiq

Ushbu model Germaniya va Fransiya tajribasiga o‘xshash aralash boshqaruv modeliga asoslangan bo‘lib, davlat tomonidan me‘moriy-huquqiy tartibga solish va moliyaviy rag‘batlantirish, bozor mexanizmlari orqali esa ishlab chiqaruvchilar va iste‘molchilar faolligini ta‘minlash ko‘zda tutiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yevropa mamlakatlarining organik mahsulotlar bozorini shakllantirish tajribasini o‘rganish shuni ko‘rsatdiki, muvaffaqiyatga erishish uchun bir necha asosiy shart-sharoitlar zarur: izchil qonunchilik bazasi, samarali sertifikatlashtirish tizimi, davlatning moliyaviy qo‘llab-quvvatlashi va iste‘molchilarning xabardorligini oshirish. O‘zbekiston bu sohadagi tajriba to‘plash yo‘lida hali dastlabki bosqichida bo‘lib, biroq uning tabiiy va insoniy salohiyati nihoyatda katta.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, O‘zbekistonda organik mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun quyidagi ustuvor chora-tadbirlar amalga oshirilishi zarur:

- Milliy organik standartlarni xalqaro standartlar bilan uyg‘unlashtirish;
- Samarali sertifikatlashtirish, nazorat va akkreditatsiya tizimini joriy etish;
- Organik sertifikatsiya xarajatlarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash

mexanizmlarini yaratish;

- Eksport infratuzilmasi va bozor kanallarini rivojlantirish;
- Iste‘molchilar va ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida bilim va xabardorlik

darajasini oshirish.

Yevropa tajribasini oʻrganib milliy sharoitlarga moslashtirishda Oʻzbekiston organik sektori 10 yil ichida jadal rivojlanishi va mamlakatimizning qishloq xoʻjaligi eksportini sifat jihatdan yangi pogʻonaga koʻpayishi mumkin. Bunda davlatning izchil strategik siyosati va moliyaviy irodasi hal qiluvchi rol oʻynaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻXATI

1. Willer H., Schlatter B., Travnicek J. et al. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. - Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM. - Bonn, 2023. - 340 p.
2. Lampkin N.H., Measures M., Padel S. (Eds.) 2015/16 Organic Farm Management Handbook. - Newbury: Organic Research Centre, 2015. - 280 p.
3. Padel S., Rocklinsberg H., Schmid O. The implementation of organic principles and values in the European Regulation for organic food // Food Policy. - 2009. - No. 34(3). - P. 245-251.
4. Lobley M., Butler A., Reed M. The contribution of organic farming to rural development // Land Use Policy. - 2009. - No. 26(3). - P. 723-735.
5. Yegorov A.Yu. Organik agro-ozuq-ovqat mahsulotlari bozorini shakllantirish va rivojlantirish (Markaziy Federal Okrug misolida): Iqtisodiyot fanlari nomzodi dissertatsiyasi. - Moskva: VNIIOPTUSH, 2014. - 224 b.
6. Kolonchin K.V. Organik dehqonchilik va uning Rossiya agrar iqtisodiyotidagi oʻrni // Agrar ilmiy jurnali. - 2020. - No. 3. - 45-52-betlar.
7. Donnik I.M., Vereshchak I.V. Organik qishloq xoʻjjaligini rivojlantirish uchun ilmiy asoslar // Rossiya veterinariya ilmlari jurnali. - 2019. - No. 1. - 15-22-betlar.
8. Qodirov U.Q. Oʻzbekiston qishloq xoʻjjaligini barqaror rivojlantirish strategiyasi. - Toshkent: Fan, 2021. - 320 b.
9. Toshmatov N.A. Agroiqtisodiyotda ekologik muammolar va ularni hal etish yoʻllari // Oʻzbekiston Milliy universiteti xabarlari. Iqtisodiyot seriyasi. - 2022. - No. 2. - 78-85-betlar.
10. IFOAM - Organics International. The IFOAM Norms for Organic Production and Processing. Version 2014. - Bonn: IFOAM, 2014. - 148 p.
11. European Commission. Organic farming statistics. Eurostat. - Brussels, 2023.
12. Oʻzbekiston Respublikasining «Organik qishloq xoʻjjaligi toʻgʻrisida»gi Qonuni. 2019 yil 2 iyul, OʻRQ-554-son. - Toshkent, 2019.
13. Oʻzbekiston Respublikasi Davlat statistika qoʻmitasi. Qishloq xoʻjjaligi: statistik toʻplam. - Toshkent, 2023. - 184 b.
14. Organic Monitor. The Global Market for Organic Food & Drink. - London, 2023.
15. FAO. Organic Agriculture worldwide: current statistics. FAOSTAT. - Rome, 2023.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, may, 5-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
Bot: [@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)
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 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**