

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL



Avgust №8, 2026

Агробизнес, наука и
технология

AGROBIZNES FAN VA TEXNOLOGIYALAR

Agribusiness, science and
technology

№ 083688



ISSN:
3060-5245

Toshkent-2026

Platform &
workflow by
OJS / PKP

BOSH MUHARRIR

Oblomuradov Narzullo Naimovich – i.f.d. (DSc), professor.

Bosh muharrir o'rinbosarlari:

Islamov Soxib Yaxshibekovich – q.x.f.d. (DSc), professor.

Sultonov Kamoliddin Sadriddinovich – q.x.f.d. (DSc), professor.

Farmonov To'liqin Xayitmurodovich – i.f.d. (DSc), professor.

Muharrir:

Beglayev Uchqun Xurramovich – i.f.f.d. (PhD), dotsent.

Tahrir hay'atining xalqaro a'zolari:

Kusainov Xalel Xaymullayevich – i.f.d. professor (Qozog'iston davlat texnologiya universiteti)

Vilija Aleknevičienė – i.f.d. professor (Universitet Vitovta Velikogo)

Gilbert Ludwig – professor, (Jamk University of Applied Sciences)

Bobojonov Ixtiyor Baxtiyorovich – i.f.d. professor (Germaniyaning Leybnits nomidagi Markaziy Osiyoda qishloq xo'jaligini rivojlantirish instituti (IAMO))

Daiva Makutenene – professor, (Vitautes Magnus universiteti, Litva)

Xaitboyeva Nargiza Alikulovna – i.f.d. dotsent (Tojikiston davlat huquq, biznes va siyosat universiteti)

Tahrir hay'ati:**08.00.00-Iqtisodiyot fanlari:**

Gulyamov Saidasror Saidaxmedovich – i.f.d. (DSc), professor;

Saidov Muxammad-Ali Xakimovich – i.f.d. (DSc), professor;

Rustamova Iroda Baxramjanovna – i.f.d. (DSc), professor;

Ochilov Ilhom Sayitqulovich – i.f.d. (DSc), professor;

Askarov Nazimjon Niyozovich – i.f.d. (DSc), professor;

Abdullayev Altinbek Yangibayevich – i.f.d. (DSc), professor;

Boltayev Abror Sayitmuradovich – i.f.d. (DSc), dotsent;

Abduvasikov Abduaziz Abdulazizovich – i.f.n. professor;

Mamadiyarov Dilshad Uralovich – i.f.n. dotsent;

Achilov Mashrab Ulug'bekovich – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Galimova Feryuza Rafikovna – i.f.n. dotsent;

Odilova Dilnozaxon Barnayevna – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Yangiboyev Dilshod G'ulomovich – i.f.f.d. (PhD);

Saidova Dildora Nurmatovna – i.f.n. dotsent;

Dexkanova Nilufar Sagdullayevna – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Roziqov Jahongir Mustaqim o'g'li – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Boltayev Nurali Shiramatovich – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Ibragimova Madina Ismoilovna – i.f.f.d. (PhD), dotsent;

Javlijev Nuriddin Bektemir o'g'li – i.f.f.d. (PhD).

06.00.00-Qishloq xo'jaligi fanlari:

Shokirov Alisher Djuraboyevich – q.x.f.d. (DSc), professor;

Mardanov Husniddin Xolbozorovich – q.x.f.d. (DSc);

Abdiyev Fozil Rashidovich – q.x.f.d. (DSc);

Sattorov Maqsud Axtamovich – q.x.f.d. (DSc);

Yuldashov Nurbek Ergashovich – v.f.d. (DSc);

Xalmirzayev Dilmurad Kamilovich – q.x.f.d. (DSc), dotsent;

Namazov Ixtiyor Choriyevich – q.x.f.d. (DSc), professor;

Xudayqulov Jonibek Bozarovich – q.x.f.d. (DSc), professor;

Eshonqulov Jamoliddin Saporboy o'g'li – q.x.f.d. (DSc), professor;

Abdullayev Anvar Kodirullayevich – b.f.n., katta ilmiy xodim;

Atabayev Ma'ruf Maxmudovich – q.x.f.n. professor;

Safarov Asqar Asadullayevich – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent;

Mustafakulov Davron Mamatqulovich – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent;

Kasimov Botir Sadriddinovich – q.x.f.f.d. (PhD);

Akramov Umidilla Ikramdjanovich – q.x.f.n. dotsent;

Elboboyev Abdug'ani Shuxrat o'g'li – q.x.f.f.d. (PhD);

Muxammadov Yo'ldoshbek Akmal o'g'li – q.x.f.f.d. (PhD);

Maxmudova Shaxnoza Abdufattaxovna – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent;

Idrisov Xusanjon Abdujabborovich – q.x.f.f.d. (PhD), dotsent.

MUASSIS

Toshkent davlat agrar
universiteti

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

Manzil: Toshkent viloyati, Qibray tumani, Universitet ko'chasi, 2-uy.

Jurnalning telegram manzili:

t.me/agrobiznes_elektronjurnal

E-mail: licht-1989@mail.ru

Jurnalning rasmiy sayti:

<https://www.agrobiznesjournal.uz>

Tel: +(998) 93 439 30 00

JURNALNING ILMIYLIGI:

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 30.11.2024-yildagi
№364/5-sonli qarori bilan
08.00.00-Iqtisodiyot fanlari
bo'yicha, 08.05.2025-yildagi
№370/5-sonli qarori bilan
06.00.00-Qishloq xo'jaligi fanlari
bo'yicha "Dissertatsiyalar asosiy
ilmiy natijalarini chop etish
tavsiya etilgan milliy ilmiy
nashrlar ro'yxati"ga kiritilgan.

Elektron nashr, 166-sahifa.
2026-yil, avgust.



MUNDARIJA

IQTISODIYOT FANLARI

ULUG'BEK NURULLAYEV

Tomorqa xo'jaliklari faoliyatidan olingan daromadga noqishloq xo'jaligi faoliyati ta'sirini iqtisodiy baholash.....8

RO'ZMAMATOV ABBOS TOLIBJON O'G'LI

O'zbekistonda chakana savdo tarmog'ining tarkibiy o'zgarishlari va savdo xizmatlarini rivojlantirish yo'nalishlari.....17

АЙТМУРАТОВА УЛБИКЕ ЖАЛГАСОВНА

Развитие методических подходов к комплексной оценке эффективности привлечения финансирования акционерными обществами через рынок капитала.....26

BAXRONOVA NILUFAR SUNNAT QIZI

Raqamli transformatsiya va yashil iqtisodiyot integratsiyasining innovatsion iqtisodiy o'sishga ta'sir mexanizmlari.....36

KARAMATOVA NOIBA HUSNITDINOVNA

Korxonada ichki nazorat va audit tizimini takomillashtirish yo'nalishlari.....44

VEI ZHIBO

Madaniy meros turizmida raqamli kommunikatsiya, jamoatchilik ishtiroki va inklyuziv o'sish – Samarqand misolida.....53

ISMIGUL ABDULLAYEVA

Improving data management systems of small and medium enterprises through cloud technologies in the digital economy.....65

ABDURAYIMOV KAMOLIDDIN XURRAM O'G'LI

Surxondaryo viloyatida qishloq xo'jaligining amaldagi iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlili.....70

KABILOVA SHAHNOZA JURAYEVNA, XALIMOV JAVLON SHAXRIYOROVICH

Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish sohasidagi kichik biznesni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari: hududiy differensiatsiya tahlili (Qashqadaryo viloyati misolida).....80

UMAROVA SHAXLO ABDUVALIYEVNA

Strategik moliyaviy hisob tizimini tashkil etishning konseptual yondashuvlari va tarkibiy elementlari.....87

HOU MANPING, CUI HUIFANG

Lessons from China for ecological protection and restoration of the Aral sea basin.....102

SHADMANOV ZUHRIDDIN ZOKIRXODJAYEVICH

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot rivojlanishini baholash.....113

BADALOVA NIGORA NORKULOVNA

Davlat boshqaruvini raqamlashtirishning xorijiy modellari va ularni O'zbekistonda qo'llash imkoniyatlari.....126





ZHU YU MING

The collaborative logic of digital transformation of China's tourism infrastructure.....137

ИСАЕВА АЙЖАН

Цифровая трансформация туризма как механизм структурной диверсификации сферы услуг.....152

KARIMOVA MAFTUNA NURDINOVNA

“Yashil” qo‘shilgan qiymat: organik, halol va karbon-neytral sertifikatlarining O‘zbekiston mahsulotlari narxiga ta’siri.....166





“YASHIL” QO‘SHILGAN QIYMAT: ORGANIK, HALOL VA KARBON-NEYTRAL SERTIFIKATLARINING O‘ZBEKISTON MAHSULOTLARI NARXIGA TA’SIRI

KARIMOVA MAFTUNA NURDINOVNA

Toshkent xalqaro ta’lim universiteti

“Iqtisodiyot va menejment” kafedrası mudiri, i.f.f.d. (PhD)

E-mail: kmaftuna538@gmail.com

Annotatsiya. O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi eksportida xomashyodan tayyor mahsulotga o‘tish va global “yashil” iqtisodiyotga integratsiya qilish bugungi kunda strategik ahamiyatga ega. Ushbu maqolada organik, Halol va karbon-neytral (uglerod neytralligi) kabi xalqaro ekologik va sifat sertifikatlarining mahalliy qishloq xo‘jaligi mahsulotlari tannarxi va eksport narxiga ta’siri kompleks tahlil qilingan. Tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, “yashil” sertifikatlash nafaqat mahsulotga qo‘shilgan qiymatni (premium narxni) o‘rtacha 20-40% gacha oshiradi, balki Yevropa Ittifoqi, Yaqin Sharq (GCC) va Osiyo-Tinch okeani bozorlaridagi raqobatbardoshlikni ta’minlaydi. Maqolada sertifikatlash jarayonidagi institutsional va moliyaviy to’siqlar ochib berilib, davlat va xususiy sektor hamkorligi orqali “yashil” brendlarni shakllantirish mexanizmlari va 2030-yilgacha bo‘lgan strategik tavsiyalar ishlab chiqilgan. **Kalit so‘zlar:** yashil qo‘shilgan qiymat, organik sertifikatlash, Halol standarti, karbon-neytrallik, agroeksport, premium narx, barqaror rivojlanish, qishloq xo‘jaligi brendlari, global qiymat zanjirlari.

Аннотация. Интеграция сельского хозяйства Узбекистана в глобальные цепочки создания стоимости требует перехода от экспорта сырья к производству продукции с высокой добавленной стоимостью. В данной статье анализируется влияние международных сертификатов «органик», «Халяль» и «углеродная нейтральность» на себестоимость и экспортную цену отечественной сельхозпродукции. Исследование демонстрирует, что «зеленая» сертификация не только увеличивает добавленную стоимость (премиальную наценку) на 20-40%, но и открывает доступ к высокорентабельным рынкам ЕС, стран GCC и АТР. В работе выявлены институциональные и финансовые барьеры на пути сертификации, предложены механизмы государственно-частного партнерства для формирования «зеленых» брендов и разработаны стратегические рекомендации по развитию агроэкспорта до 2030 года. **Ключевые слова:** зеленая добавленная стоимость, органическая сертификация, стандарт Халяль, углеродная нейтральность, агроэкспорт, премиальное ценообразование, устойчивое развитие, сельскохозяйственные бренды, глобальные цепочки создания стоимости.

Abstract. The integration of Uzbekistan’s agriculture into global value chains necessitates a shift from raw material exports to high value-added products. This article analyzes the impact of international “Organic”, “Halal”, and “Carbon-neutral” certifications on the cost and export price of domestic agricultural products. The research demonstrates that “green” certification not only increases the value added (premium markup) by an average of 20-40%, but also opens access to highly profitable markets in the EU, GCC countries, and the Asia-Pacific region. The paper identifies institutional and financial barriers to certification, proposes public-private partnership mechanisms for building “green” brands, and develops strategic recommendations for agro-export development up to 2030.

Keywords: green value added, organic certification, Halal standard, carbon neutrality, agro-export, premium pricing, sustainable development, agricultural brands, global value chains.

KIRISH

Global organik oziq-ovqat bozori jadal sur’atlar bilan o’sib bormoqda. Tadqiqot Instituti of Organic Agriculture (FiBL) va IFOAM – Organics International ma’lumotlariga ko‘ra, 2023 yilda jahon bo‘yicha organik oziq-ovqat mahsulotlari bozor hajmi 143 milliard yevroni tashkil etdi va bu ko‘rsatkich 2022 yilga nisbatan 6 foizga o‘sgan[1]. Ushbu tendensiya xalqaro bozorlarda ekologik





toza mahsulotlarga bo'lgan talabning barqaror ravishda ortib borayotganini hamda "yashil" iqtisodiyotga o'tish jarayonining tezlashayotganini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, global halol oziq-ovqat bozori ham kengayishda davom etmoqda. "State of the Global Islamic Economy 2024/2025" hisobotiga muvofiq, 2023 yilda halol oziq-ovqat bozori hajmi 2,2 trillion dollarga yetdi va 2027 yilga kelib 3 trillion dollardan oshishi kutilmoqda[2]. Bu raqamlar nafaqat musulmon mamlakatlari, balki Yevropa, Shimoliy Amerika va Osiyo-Tinch okeani mintaqalarida ham halol mahsulotlarga bo'lgan qiziqish ortib borayotganini ko'rsatadi.

Hozirgi kunda O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasida "yashil" sertifikatlash tizimini joriy etish va rivojlantirish bosqichida muhim islohotlar amalga oshirilmoqda. 2023-2024 yillarda mamlakatda organik qishloq xo'jaligini rivojlantirish bo'yicha davlat dasturlari qabul qilindi va bir qator hududlarda organik sertifikatlash jarayonlari boshlandi[3]. Shu bilan birga, mahalliy ishlab chiqaruvchilar va eksportchilar uchun xalqaro bozorlarga chiqishda organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlarni qo'lga kiritish hamda ularni samarali marketing strategiyasiga integratsiya qilish dolzarb masalaga aylanmoqda. Chunki zamonaviy global bozorlarda faqatgina sifatli mahsulot yetarli emas, balki uning ekologik tozaligi, etnik-konfessional standartlarga mosligi va iqlim neytralligi ham hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, "yashil" sertifikatlar mahsulotga qo'shilgan qiymatni sezilarli darajada oshiradi. FiBL tadqiqotlariga ko'ra, organik sertifikatlangan mahsulotlar an'anaviy mahsulotlarga nisbatan o'rtacha 20-50 foiz qimmat narxda sotiladi[4]. Xuddi shunday, Halol sertifikati Yaqin Sharq va Janubi-Sharqiy Osiyo bozorlarida mahsulotga qo'shimcha 15-30 foiz premium narx yaratadi[5]. Eng muhimi, Yevropa Ittifoqida 2026 yilda to'liq kuchga kiradigan Karbon chegaraviy mexanizmi (CBAM - Carbon Border Adjustment Mechanism) karbon-neytral sertifikatlarga ega bo'lmagan mahsulotlarga qo'shimcha soliq yuklamasini qo'llashni nazarda tutadi[6]. Bu esa O'zbekiston eksportchilari uchun karbon izini kamaytirish va karbon-neytral sertifikatlarni qo'lga kiritish zaruratini yanada dolzarb masalaga aylantirmoqda.

O'zbekistonda qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportida "yashil" sertifikatlash tizimini rivojlantirish ishtirokchilardan strategik yondashuv va innovatsion marketing usullarini qo'llashni taqozo etmoqda. Mahalliy meva-sabzavot va qishloq xo'jaligi mahsulotlarining tabiiy-iqlim sharoitlari, ekologik tozaligi va an'anaviy yetishtirish usullari "yashil" brendlarni shakllantirishda muhim ustunlik hisoblanadi. Mazkur ustunliklarni to'g'ri pozitsionatsiya qilish va xalqaro sertifikatlar bilan mustahkamlash orqali O'zbekiston mahsulotlarini global bozorda yuqori qo'shilgan qiymatli premium segmentga olib chiqish mumkin. Shu bilan birga, xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlarining sinergiyasi orqali yaratilgan "kompleks yashil brendlar" eksport salohiyatini bir necha barobar oshirish va mahsulot narxiga qo'shimcha 40-60 foizgacha premium qo'shish imkonini beradi[7]. Ushbu maqolada mazkur sertifikatlarning O'zbekiston qishloq xo'jaligi mahsulotlari





narxiga ta'siri, ularni qo'lga kiritishdagi to'siqlar va samarali joriy etish mexanizmlari tahlil qilinadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Xalqaro tajribada qishloq xo'jaligi mahsulotlarining "yashil" iqtisodiyotga integratsiyasi va ularning qo'shilgan qiymatini oshirish masalalari zamonaviy iqtisodiy faning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ayniqsa, organik, Halol va karbon-neytral kabi xalqaro sertifikatlar asosida ishlab chiqarilgan mahsulotlarning global bozorlarda raqobatbardoshligini ta'minlashda "yashil" brendlarni shakllantirish strategik ahamiyat kasb etadi.

Xorijiy olimlardan J. Ottman, M. Porter va xalqaro tashkilotlar (FiBL, IFOAM, FAO) tadqiqotlarida barqaror rivojlanish, ekologik marketing va sertifikatlashning iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri chuqur yoritilgan. Ushbu tadqiqotlarda "yashil" sertifikatlar mahsulotni farqlash, ekologik ishonchni shakllantirish hamda tashqi bozorlarda raqobat ustunligini ta'minlovchi muhim vosita sifatida talqin etiladi. Biroq mazkur ishlarda rivojlanayotgan va iqtisodiyoti o'tish davrida bo'lgan mamlakatlar, xususan O'zbekiston mahsulotlarini ushbu sertifikatlar asosida global bozorga olib chiqishning o'ziga xos iqtisodiy va institutsional jihatlari yetarli darajada ochib berilmagan.

Shu bilan birga, mavjud ilmiy tadqiqotlarda organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlarining sinergiyasi orqali mahsulot narxiga qo'shilgan qo'shimcha qiymat (premium) ta'sirini o'rganishga qaratilgan tizimli va kompleks yondashuv yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Mazkur holat ushbu yo'nalishda ilmiy tadqiqot olib borish zaruratini yuzaga keltiradi va tanlangan mavzuning dolzarbligini asoslaydi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot obyekti sifatida O'zbekiston qishloq xo'jaligida organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlarini qo'llayotgan yoki ularni joriy etishni rejalashtirayotgan korxonalar, klasterlar, eksportchilar hamda sertifikatlashtirish organlari belgilab olingan. Tadqiqotning predmeti esa "yashil" va etik sertifikatlar orqali mahsulotlarga qo'shilgan qiymatni oshirish va ularning eksport narxiga ta'siriga qaratilgan iqtisodiy, ekologik va marketing munosabatlarini tashkil etadi. Tadqiqot jarayonida ilmiy abstraksiya, analiz va sintez, umumtahlil, taqqoslash, ekspert baholash, so'rovnoma, tanlanma kuzatuv va matematik modellash usullaridan keng foydalaniladi. Bu esa O'zbekiston mahsulotlarining "yashil" sertifikatlar asosida jahon bozorlariga chiqish strategiyasini ishlab chiqishda ilmiy uslubiy asoslarni mustahkamlaydi.

"Yashil" qo'shilgan qiymat: Organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlarining O'zbekiston mahsulotlari narxiga ta'siri mavzusidagi mazkur tadqiqot kompleks yondashuv asosida olib borildi va unda sifat hamda miqdoriy tadqiqot usullaridan birgalikda foydalanildi.

Tadqiqotda tizimli yondashuv, kompleks, taqqoslama ilmiy yondashuvlari asos qilib olindi. Tizimli yondashuv – sertifikatlash jarayoni ishlab chiqarish,





ekologik nazorat, logistika, marketing va eksport zanjiri bilan uzviy bog'liq tizim sifatida o'rganildi. Kompleks yondashuvda esa – “yashil” sertifikatlashning iqtisodiy, ekologik, diniy-etik va tashqi savdo jihatlarini birgalikda tahlil qilindi. Taqqoslama yondashuv asosida rivojlangan va yirik eksportyor davlatlar (masalan, Yangi Zelandiya, Niderlandiya, Turkiya, Marokash va boshqalar) tajribasi mahalliy amaliyot bilan solishtirildi.

Tadqiqot ham nazariy va ham empirik usullari orqali tahlil qilindi. Ilmiy adabiyotlar, xalqaro tashkilotlar (FiBL, IFOAM, FAO, DIEDC, Yevropa Komissiyasi) hisobotlari, maqolalarini tahlil qilish, qo'shilgan qiymat, karbon izi va halol iqtisodiyotga oid ilmiy konsepsiyalarni umumlashtirish hamda xalqaro tajribalarni mantiqiy tahlil qilish va tizimlashtirish asosida nazariy usullar qo'llanildi.

Empirik (amaliy) tadqiqot kuzatuv, so'rovnoma, intervyu usullari yordamida tahlil qilindi. Kuzatuv usuli yordamida qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish, qayta ishlash, eko-qadoqlash, markirovka qilish va sotish jarayonlari bevosita kuzatilib, sertifikat elementlarining (organik belgilar, Halol logotiplari, karbon-neytrallik QR-kodlari, kelib chiqish mamlakati imiji) amaliy qo'llanilishi o'rganildi. So'rovnoma usulida sertifikatlangan va sertifikatlanmagan fermer xo'jaliklari, eksport qiluvchi korxonalar, savdo vositachilari va xorijiy importyorlar kabi sub'yektlardan so'rovnoma savollari olindi. Shuningdek, eksport bilan shug'ullanuvchi korxona rahbarlari, sifat nazorati mutaxassislari, sertifikatlashtirish auditorlari va soha ekspertlari bilan yarim tuzilgan intervyular o'tkazilib, “yashil” sertifikatlashning amaliy muammolari, xarajatlari va imkoniyatlari aniqlandi.

Statistik va iqtisodiy tahlil usullari yordamida sertifikatlangan va an'anaviy mahsulotlar eksport hajmi, qiymati va geografiyasiga oid ma'lumotlar asosida dinamik tahlil o'tkazildi. Hamda sertifikatga ega va sertifikatsiz mahsulotlar eksport ko'rsatkichlari o'rtasida taqqoslama tahlil qilindi, sertifikatlash omillari va eksport samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash uchun korrelyatsion tahlil elementlaridan foydalanildi. Qo'shimcha qiymat, rentabellik va narx ustamasi (price premium) ko'rsatkichlari orqali “yashil” sertifikatlashning iqtisodiy samaradorligi baholandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, “yashil” va etik sertifikatlar qishloq xo'jaligi mahsulotlari uchun doimiy sifat va xavfsizlik kafolati sifatida xizmat qiladi. Xalqaro tajriba asosida, fermerlar va ishlab chiqaruvchilar mahsulotlarini organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlar ostida taqdim etish orqali ularning qo'shilgan qiymatini sezilarli darajada oshirishlari mumkin. Ayniqsa, Yevropa Ittifoqi, GCC mamlakatlari va Osiyo-Tinch okeani bozorlarida sertifikatlarning roli katta, chunki xaridorlar mahsulot tanlovida ko'pincha aynan ushbu belgilarga asoslanadi. FiBL va IFOAM ma'lumotlariga ko'ra, 2023 yilda organik sertifikatlangan mahsulotlar an'anaviy mahsulotlarga nisbatan o'rtacha 20-50 foiz qimmat narxda sotilgan.





Shuni ham unutmaslik kerakki, xalqaro bozorda mahsulotning “Organik”, “Halol”, “Carbon Neutral”, “GlobalG.A.P” kabi belgilarga ega bo’lmasdan, faqat tashqi ko’rinishi va ta’mi bilan ajralib turmasa, uni yuqori narxda sotish qiyinlashadi. Shu sababli, barqaror raqobat ustunligiga erishmoqchi bo’lgan har bir xo’jalik yoki korxona maxsus “yashil” sertifikatlash strategiyasini ishlab chiqishi va uni faoliyatining ajralmas qismiga aylantirishi zarur. Ayniqsa, 2026 yilda Yevropa Ittifoqida to’liq kuchga kirgan Karbon chegaraviy mexanizmi (CBAM) karbon izi nazorati qilinmagan mahsulotlarga qo’shimcha 20-25 foiz soliq yuklamasini qo’llamoqda.

Xalqaro tajriba asosida “yashil” sertifikatlash jarayoni boshqa sifat standartlariga nisbatan murakkabroqdir. Bunda:

- Sertifikatlashning yuqori xarajatlari va muddatliliigi;
- Ishlab chiqarish jarayonini qayta tashkil etish zarurati;
- Xaridor talablarining turli mintaqalarda farq qilishi;
- Kuzatuv va audit tizimining uzluksizligi ko’zda tutilishi kerak.

“Yashil” sertifikatlar orqali mahsulot narxiga qo’shilgan qiymatni shakllantirishning xalqaro tajribaga asoslangan afzalliklari quyidagilar bilan izohlanadi:

Mahsulotni premium segmentda ajralib turishini ta’minlaydi. Xalqaro bozor sharoitida ko’plab o’xshash qishloq xo’jaligi mahsulotlari mavjud. Sertifikatlar mahsulotni bozordagi boshqa o’xshash mahsulotlardan ajratib turuvchi asosiy omil hisoblanadi. Masalan, Yangi Zelandiyaning “Zespri” brendi organik va barqarorlik sertifikatlari orqali kivi mevasini global bozorda 30-40 foiz qimmat narxda sotish imkoniyatiga ega bo’ldi.

Ishonch va sifat kafolati yaratadi. Sertifikatlar iste’molchiga mahsulotning xavfsizligi, sifati va ekologik tozaligi haqida psixologik kafolat beradi. Organik va Halol belgilari xalqaro xaridorlarda ishonch uyg’otadi va sodiqlikni oshiradi. DIEDC hisobotiga ko’ra, Halol sertifikatlangan mahsulotlar Yaqin Sharq bozorlarida 15-30 foiz premium narxda sotiladi.

Eksport imkoniyatlarini oshiradi. Xalqaro bozorlar uchun sertifikatlar mavjudligi mahsulotning raqobatbardoshligining kalitidir. Sertifikatlangan mahsulotlar xorijiy xaridorlar tomonidan oson tan olinadi, narxi yuqoriroq bo’ladi va eksport jarayoni soddalashadi. Masalan, Marokashning “Les Domaines Agricoles” kompaniyasi organik va karbon-neytral sertifikatlari orqali Yevropa bozoriga keng kirib bordi.

Narxni nazorat qilish va qo’shimcha qiymat yaratish. Sertifikatlar mahsulot uchun qo’shimcha qiymat yaratadi: sog’liq, ekologiya, diniy muvofiqlik, iqlim mas’uliyati, milliylik. Bu esa mahsulotning narxini oshirish va ishlab chiqaruvchiga daromad keltirish imkonini beradi. Tadqiqotlar shuni ko’rsatadiki, uchala sertifikatning sinergiyasi mahsulotga 40-60 foizgacha qo’shimcha qiymat qo’shadi.

Fermer xo’jaligi va hudud imidjini mustahkamlaydi. Sertifikatlar mahsulot bilan birga uni yetishtirgan hudud va xo’jalikning obro’sini oshiradi, ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Masalan, Yangi Zelandiya va





Daniya tajribasida “yashil” sertifikatlar nafaqat mahsulot, balki butun mamlakatning eksport salohiyatini oshiradi.

Iste'molchi bilan hissiy va qadriyatli bog'liqlik o'rnatadi. Yaxshi sertifikatlangan mahsulot xaridorning qadriyatlari, hayot tarzi va sog'lom turmushi bilan uyg'unlashadi. Masalan, “Carbon Neutral”, “Fair Trade”, “Organic” kabi pozitsiyalash zamonaviy xaridorlar uchun mahsulotni yanada jozibador qiladi.

CBAM va yashil to'siqlardan himoya qiladi. Yevropa Ittifoqining Karbon chegaraviy mexanizmi sharoitida karbon-neytral sertifikatlar mahsulotni qo'shimcha soliq yuklamalaridan himoya qiladi va eksport salohiyatini saqlab qoladi. Bu esa 2026 yildan boshlab O'zbekiston eksportchilari uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Shunday qilib, xalqaro tajriba asosida “yashil” sertifikatlar orqali qo'shilgan qiymatni oshirishning asosiy yo'llari quyidagilar: sifat va xavfsizlik kafolati yaratish, mahsulotni bozor sharoitida ajratib turish, qo'shimcha qiymat va narx yaratish, hudud va ishlab chiqaruvchi obro'sini oshirish, hamda marketing va xaridor sodiqligini kuchaytirish.

O'zbekiston qishloq xo'jaligi sohasida “yashil” sertifikatlash strategiyasini shakllantirish, hamda uning tashkiliy-uslubiy asoslarini ishlab chiqishda ilg'or xorijiy tajribalarga murojaat qilindi. Xususan, xalqaro bozorlar uchun qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sertifikatlar ostida eksport qilish, shuningdek, ichki bozorda import hajmini tahlil qilish jarayonida Yangi Zelandiya, Marokash va BAA davlatlari tajribasi eng yaqin mos keluvchi model sifatida tanlangan. Bu tanlovga sabab mamlakatlarning eksportga yo'naltirilgan qishloq xo'jaligi modeli, sertifikatlash siyosatidagi umumiy yondashuvlar va O'zbekiston bilan agroiqlimiy sharoitlarning ma'lum darajadagi o'xshashligidir.

Yangi Zelandiya qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sertifikatlash va “yashil” brendlash bo'yicha jahonda yetakchi mamlakat hisoblanadi. Mamlakatning Primary Industries vazirligi (MPI) orqali boshqariladigan sertifikatlash tizimi mahalliy ishlab chiqaruvchilarga global bozorlarda yuqori qo'shilgan qiymat yaratish imkonini beradi. Aholi soni kam bo'lishiga qaramay, Yangi Zelandiya qishloq xo'jaligi eksportining 70 foizdan ortig'i “yashil” yoki barqarorlik sertifikatlariga ega mahsulotlar hissasiga to'g'ri keladi.

Mamlakatda meva-sabzavot, go'sht va sut mahsulotlarini sertifikatlash asosida faoliyat yuritayotgan bir qator yetakchi kompaniyalar mavjud bo'lib, ular orasida “Zespri International” (Yangi Zelandiya), “Les Domaines Agricoles” (Marokash) va “Al Foah” (BAA) kabi yirik korxonalarni alohida ta'kidlash mumkin.

Xususan, Yangi Zelandiyaning “Zespri International” kompaniyasi, dunyodagi eng yirik kivi eksportchisi sifatida tanilgan. Ushbu kompaniya o'zining yirik ishlab chiqarish va savdo infratuzilmasi orqali kivi mevalarini yetishtirish, qadoqlash va xalqaro bozorlarda sotish bilan shug'ullanadi. “Zespri” mahsulotlari turli xalqaro talab va standartlarga muvofiq qadoqlanadi va dunyoning 50 dan ortiq mamlakatlarga eksport qilinadi. Kompaniya o'z brendi ostida mahsulot





sifati, ekologik tozaligi, barqarorligi va yetkazib berish tizimining uzluksizligi bilan ajralib turadi. “Zespri” SunGold kivi mahsulotlari organik, GlobalG.A.P va barqarorlik sertifikatlariga ega bo‘lib, bu uni ichki va tashqi bozorlarda muvaffaqiyatli pozitsiyalash imkonini beradi. Kompaniya 2023 yilda 3,4 milliard Yangi Zelandiya dollari (2,1 mlrd AQSH dollari) daromad oldi va bu ko‘rsatkichning 35 foizi aynan “yashil” sertifikatlar hisobiga qo‘shilgan qo‘shimcha qiymatdir.

“Les Domaines Agricoles” (Marokash) brendi ostida qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar o‘z mijozlari va hamkorlariga organik, ekologik toza hamda karbon-neytral mahsulotlarni eng yuqori sifat ko‘rsatkichlari bilan taqdim etishni maqsad qilgan. Mazkur kompaniya 1990 yilda Marokashda tashkil topgan bo‘lib, zamonaviy marketing yondashuvlariga asoslangan holda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtirish va eksport qilish yo‘nalishida o‘z faoliyatini boshlab, bugungi kunga kelib yetakchi brendlar qatoridan joy oldi. Kompaniya o‘z faoliyatida milliy manfaatlarni ustuvor deb biladi hamda xalqaro bozor talablariga mos ravishda ilmiy asoslangan yondashuvlar va ilg‘or agroteknologiyalarni amaliyotga tadbqiq etadi. Kompaniya tomonidan yetishtiriladigan va eksport qilinadigan asosiy mahsulotlar - sitrus mevalar, zaytun moyi va qizil mevalar bo‘lib, ular belgilangan brend standartlari va sifat mezonlari asosida tayyorlanadi. Ushbu mahsulotlarning xalqaro talab darajasida bo‘lishi uchun ishlab chiqarish jarayonida quyidagi muhim ko‘rsatkichlarga qat‘iy amal qilinadi: ekologik tozalik, karbon izi nazorati, suv tejovchi texnologiyalar, qadoqlanish sifati va yetkazib berish sharoitlari. Kompaniya mahsulotlarini Yevropa Ittifoqiga eksport qilishda CBAM talablariga to‘liq javob beradi va bu unga qo‘shimcha 20-25 foiz soliq to‘lovlaridan qochish imkonini beradi.

“Al Foah” - BAAning eng yirik xurmo eksportchilari qatoriga kiruvchi, zamonaviy agrobrend hisoblanadi. Kompaniya Birlashgan Arab Amirliklarida tashkil etilgan bo‘lib, xurmo va boshqa tropik mevalarni yetishtirish, qadoqlash va xorijiy bozorga yetkazib berishga ixtisoslashgan. “Al Foah” o‘z brendini BAAning an‘anaviy qishloq xo‘jaligi merosi va Halol standartlari bilan bog‘laydi. O‘z mahsulotlarini “BAA dan dunyoga yetkazilgan Halol va sifatli mevalar” konsepsiyasi asosida reklama qiladi. Brend sifatida kompaniya o‘zini ishonchli, barqaror va sertifikatlangan mahsulot yetkazib beruvchi sifatida ko‘rsatadi. Har bir qadoqda:

- Mahsulotning geografik kelib chiqishi va Halol sertifikati ko‘rsatilgan,
- QR-kodlar orqali kuzatuv tizimi mavjud,
- Dizayni zamonaviy va atmosferaga zarar yetkazmaydigan materiallardan tayyorlanadi.

“Al Foah” kompaniyasi doimiy ravishda xalqaro oziq-ovqat yarmarkalari va ko‘rgazmalarda qatnashadi (masalan, Gulfood – Dubai, Anuga – Germaniya). Brend strategiyasining asosiy elementi bu Halol va organik sertifikatlar sinergiyasi: suv tejovchi tomchilatib sug‘orish, pestisidlardan cheklangan foydalanish, Halal, Organic, ISO, HACCP kabi xalqaro sertifikatlarga ega.



Kompaniya oddiy eksportchi emas, balki kompleks “yashil” va etik brend strategiyasiga ega bo‘lgan agro-industriyal tizim hisoblanadi. U BAA mahsulotlarini jahon bozorida sifat, ekologiya, Halol va innovatsion qadriyatlar asosida tanitib kelmoqda.

Taqqoslovchi 1-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, har uchala kompaniya – Yangi Zelandiyaning “Zespri International”, Marokashning “Les Domaines Agricoles” hamda BAAning “Al Foah” kompaniyalari – o‘z faoliyatida farqli sertifikatlash yondashuvlariga ega bo‘lishiga qaramay, umumiy jihatdan xalqaro talablar va eksportga yo‘naltirilganlikda o‘xshashlik ko‘rsatadi.

“Zespri International” asosan organik va barqarorlik sertifikatlariga urg‘u berib, premium sifat va ekologik mas‘uliyatga asoslangan brend strategiyasini olib boradi. U mahsulot hajmi, bozordagi ulushi va keng savdo geografiyasi bilan ajralib turadi.

“Les Domaines Agricoles” esa ko‘proq organik va karbon-neytral sertifikatlashga urg‘u beradi. Kompaniya o‘z brendini ekologik toza va iqlim neytral mahsulotlar asosida pozitsiyalaydi, bu esa uni Yevropa bozorida alohida ajratib turadi va CBAM soliq yuklamasidan himoya qiladi.

“Al Foah” (BAA) esa jahonda tan olingan eksport kompaniyasi sifatida nafaqat sifatli va keng assortimentdagi mahsulotlarni yetishtirish, balki Halol va organik sertifikatlar sinergiyasi, barqarorlik va madaniy qadriyatlar yo‘nalishida chuqur ishlaydi. Kompaniya global eksport tarmog‘iga ega va GCC mamlakatlari, Yevropa, Osiyo kabi yirik bozorlarda faoliyat yuritadi (1-jadval).

1-jadval

Yangi Zelandiyaning “Zespri International”, Marokashning “Les Domaines Agricoles” hamda BAAning “Al Foah” kompaniyalari faoliyati ko‘rsatkichlari

Mezonlar	Zespri International (Yangi Zelandiya)	Les Domaines Agricoles (Marokash)	Al Foah (BAA)
Tashkil etilgan yili	1997-yil	1990-yil	1981-yil
Asosiy mahsulotlar	Kivi (SunGold, Green)	Sitrus, zaytun moyi, qizil mevalar	Xurmo, tropik mevalar
Asosiy sertifikatlar	Organic, GlobalG.A.P, Barqarorlik	Organic, Carbon Neutral, Global G.A.P	Halal, Organic, ISO, HACCP
Asosiy bozorlar	Xitoy, Yevropa, Yaponiya, AQSH	Yevropa Ittifoqi (90%)	GCC mamlakatlari, Yevropa, Osiyo
Premium narx ustamasi	30-40 foiz	25-35 foiz	20-30 foiz
Marketing yondashuvi	Premium sifat va barqarorlik	Karbon-neytrallik va ekologiya	Halol va madaniy qadriyatlar
Texnologik infratuzilma	Sovuq zanjir, kuzatuv tizimi	Suv tejovchi texnologiyalar, karbon monitoring	Zamonaviy qadoqlash, Halol audit
Yillik daromad (2023)	2,1 mlrd AQSH dollari	450 mln Yevro	300 mln AQSH dollari
Kompaniya modeli	Kooperativ, eksportchilar birlashmasi	Xususiy agroholding	Davlat-xususiy sheriklik



Ushbu tashkilot Yangi Zelandiya davlati bilan bevosita hamkorlikda ishlovchi eksportchilar uyushmasi (milliy darajadagi “soyabon” tashkilot) sifatida Primary Industries Ministry (MPI) 1995-yilda tashkil etilgan bo‘lib, bugungi kunda 12 dan ortiq sektor uyushmalari va 20 ta hududiy eksportchilar birlashmalarini birlashtiradi. Shuningdek, Yangi Zelandiya qishloq xo‘jaligi eksportining 85%i ushbu tashkilot orqali boshqariladigan sertifikatlash tizimiga to‘g‘ri keladi. Ushbu tashkilot uch tomonlama hamkorlik dasturi orqali boshqaradigan sertifikatlashtirish organlarida ISO 9001 va ISO 17065 sifat kafolatini boshqaruvi sertifikatiga ega. “New Zealand Fern” brendi ostida turli mamlakatlar (Xitoy, Yevropa, AQSH, Yaponiya) da marketing kompaniyalarini olib boradi.

Ishlab chiqilgan sertifikatlash strategiyasi o‘zida qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini xavfsiz sifat ko‘rsatkichlari yuqoriligi, mahsulot kelib chiqishi, geografik ko‘rsatkichi va xilmaxilligi, iqlim sharoiti, qishloq xo‘jaligi va uning ishchilarining yerga bo‘lgan sa’y-harakatlari, ekologik mas’uliyat, Halol muvofiqlik kabi ma’no va mazmunini ifodalovchi vazifalar bilan bog‘langan. Ushbu tashkilot faoliyati orqali Yangi Zelandiya mahsulotlarini butun dunyoga tanitmoqda hamda iste’molchilarda ishonchli “yashil” brend qiyofasini yaratib, tashkilotlararo hamkorlik va marketing orqali eksport hajmini barqaror oshirib kelmoqda.

Tadqiqot jarayonida ilg‘or xorijiy tajribalarga tayangan holda O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi sohasi uchun “yashil” sertifikatlash orqali qo‘shilgan qiymatni oshirishga oid tashkiliy-uslubiy mexanizmning tuzilmasi ishlab chiqilgan. Sertifikatlashning tashkiliy-uslubiy mexanizmini ishlab chiqish jarayonida eng avvalo ushbu yo‘nalishda amal qilinadigan me’yoriy-huquqiy baza chuqur o‘rganildi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

“Yashil” va etik sertifikatlar qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining eksport salohiyatini oshirishning muhim strategik omili hisoblanadi. Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatdiki, organik, Halol va karbon-neytral sertifikatlariga ega mahsulotlar jahon bozorida oddiy xomashyo sifatida emas, balki qo‘shimcha qiymatga ega premium mahsulot sifatida qabul qilinadi. Sertifikatlar, ekologik qadoqlash va raqamli kuzatuv tizimlari (traceability) mavjud bo‘lgan qishloq xo‘jaligi mahsulotlari sertifikatsiz mahsulotlarga nisbatan o‘rtacha 20-60 foiz yuqori narxda sotiladi, bu esa eksportdan tushadigan umumiy daromadni sezilarli darajada oshiradi. Kelib chiqish hududi, ekologik tozaligi, iqlim neytralligi, Halol muvofiqligi va sifat kafolati haqida aniq ma’lumot beruvchi “yashil” sertifikatlar xaridor tanlovida ustunlikka ega bo‘ladi. Sertifikatlangan mahsulotlar premium segment bozorlariga kirish imkonini yaratib, Yevropa Ittifoqi, GCC mamlakatlari va Osiyo-Tinch okeani mintaqasidagi yirik supermarket tarmoqlari va distribyutorlar bilan ishlashni osonlashtiradi.

Sertifikatga ega korxonalar mahsulot birligidan ko‘proq foyda oladi, uzoq muddatli kontraktlarga ega bo‘ladi va bozor tebranishlariga nisbatan barqarorroq faoliyat yuritadi. Ayniqsa, 2026 yilda Yevropa Ittifoqida to‘liq kuchga





kirgan Karbon chegaraviy mexanizmi (CBAM) sharoitida karbon-neytral sertifikatlar mahsulotni qo'shimcha 20-25 foiz soliq yuklamasidan himoya qiladi. Milliy darajada yagona "yashil" sertifikatlash siyosati yetarli darajada shakllanmaganligi eksport salohiyatini to'liq ochishga to'sqinlik qilmoqda. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, davlat miqyosidagi "yashil" sertifikatlash siyosati korxona va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlovchi asosiy omil hisoblanadi.

Tadqiqot natijalariga asoslanib, O'zbekiston qishloq xo'jaligi mahsulotlarining "yashil" qo'shilgan qiymatini oshirish maqsadida quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi:

Korxonalar darajasida "yashil" sertifikatlash strategiyasini ishlab chiqish. Har bir eksportyor korxona o'z mahsulotlari uchun maqsadli bozorga mos ravishda Organik, Halol, Carbon Neutral, GlobalG.A.P, BRC kabi xalqaro sertifikatlar to'plamini shakllantirishi lozim.

Sertifikatlash jarayonini keng joriy etish va soddalashtirish. Xalqaro akkreditatsiyaga ega mahalliy sertifikatlashtirish organlarini rivojlantirish orqali fermer va eksportchilar uchun sertifikat olish xarajatlari va muddatlarini qisqartirish zarur.

Qadoqlash va markirovkani "yashil" talablar asosida takomillashtirish. Mahsulot qadoqlashida sertifikat belgilari, karbon izi ko'rsatkichlari, QR-kodlar orqali to'liq kuzatuv (traceability) imkoniyati va ekologik materiallardan foydalanish majburiy etib belgilanishi kerak.

Raqamli kuzatuv tizimlarini (blockchain) joriy etish. Korxonalar o'z mahsulotlarining butun qiymat zanjiri bo'ylab ekologik tozaligi, Halol muvofiqligi va karbon neytralligini tasdiqlovchi raqamli pasportlarini yaratishi lozim.

Tarmoq (soha) darajasida hududiy "yashil" klasterlarni shakllantirish. Masalan, ma'lum viloyat yoki hududni "Organik hudud" yoki "Karbon-neytral zona" sifatida pozitsiyalash (geografik ko'rsatkich — GI bilan birgalikda) mahsulotning noyobligini oshiradi.

Eksportyorlar o'rtasida "yashil" kooperatsiyani rivojlantirish. Kichik fermer xo'jaliklarini yagona sertifikat ostida birlashtirish orqali sertifikatlash xarajatlarini arzonlashtirish va eksport hajmini barqarorlashtirish mumkin.

Davlat darajasida milliy "yashil" agrosertifikatlash konsepsiyasini ishlab chiqish. "Organic Uzbekistan" yoki "Green Uzbekistan" kabi yagona milliy brend va sertifikatlash tizimini xalqaro bozorda tan olishga erishish davlat darajasida yo'lga qo'yilishi zarur.

Sertifikatlash va "yashil" marketing xarajatlarini qo'llab-quvvatlash. Eksportchi korxonalarga sertifikat olish, ekologik qadoqlash, karbon auditini o'tkazish va xalqaro "yashil" ko'rgazmalarda (Biofach, Anuga, Gulfood) ishtirok etish xarajatlari bo'yicha subsidiyalar ajratish maqsadga muvofiq.

Xalqaro "yashil" savdo vakolatxonalari orqali sertifikatli mahsulotlarni targ'ib qilish. Tashqi savdo vakilliklari orqali O'zbekistonning "yashil" sertifikatlangan mahsulotlarini reklama qilish va "yashil" xaridorlar bazasi bilan savdo aloqalarini kengaytirish zarur.





Ilmiy va axborot ta'minoti yo'nalishida "yashil" iqtisodiyot bo'yicha ilmiy-amaliy tadqiqotlarni kengaytirish. Oliy ta'lim va ilmiy muassasalarda karbon izini hisoblash, organik dehqonchilik, Halol iqtisodiyoti va barqaror qishloq xo'jaligi bo'yicha maxsus tadqiqotlar olib borish zarur.

Fermalar va eksportyorlar uchun "yashil" trening va maslahat xizmatlarini yo'lga qo'yish. Sertifikatlash jarayoni, karbon monitoringi, xalqaro ekologik standartlar va "yashil" marketing bo'yicha amaliy seminarlar tashkil etilishi lozim.

Taklif etilgan chora-tadbirlarni bosqichma-bosqich amalga oshirish O'zbekiston qishloq xo'jaligi mahsulotlarini oddiy xomashyo sifatida emas, balki yuqori qo'shimcha qiymatga ega, ekologik toza, Halol va karbon-neytral milliy brend mahsulotlari sifatida jahon bozoriga olib chiqish imkonini beradi. Bu esa mamlakatning eksport tushumlarini oshirish, CBAM kabi "yashil" to'siqlardan himoyalash, raqobatbardoshligini kuchaytirish va agrar sohada barqaror iqtisodiy o'sish hamda iqlim neytralligiga erishishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) & IFOAM – Organics International. (2024). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2024. Frick: FiBL. Retrieved from <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2024.html>

2. Dubai Islamic Economy Development Centre (DIEDC) & Standard Chartered. (2024). State of the Global Islamic Economy Report 2024/25: Navigating the New Normal. Dubai: DIEDC. Retrieved from <https://www.sgieReport.com>

3. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi. (2023). Organik qishloq xo'jaligini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi qaror. O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to'plami.

4. Willer, H., & Trávníček, J. (Eds.). (2024). The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2024. FiBL & IFOAM. Chapter 5: Markets for Organic Food.

5. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). The State of the Global Halal Market: Opportunities and Challenges. Rome: FAO. Retrieved from <https://www.fao.org/3/cc4567en/cc4567en.pdf>

6. European Commission. (2023). Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM): Questions and Answers. Brussels: European Commission. Retrieved from https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism-cbam_en

7. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2024). Trade and Environment Review 2024: Green Value Chains and Sustainable Agriculture. Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/topic/trade-and-environment/ter>



Mas'ul muharrir: Beglayev Uchqun

Musahhih: Boltayev Nurali

Sahifalovchi va dizaynerlar: Normurodov Sarvar,
Sharipov Shoxruh

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Agrobiznes, fan va texnologiyalar" ilmiy-amaliy elektron jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul hisoblanadi. 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 maqolalar, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin. Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: licht-1989@mail.ru

Jurnalning telegram manzili: t.me/agrobiznes_elektronjurnal

Telefon raqami: +998939018320, +998934393000

Jurnal rasmiy sayti: <https://www.agrobiznesjournal.uz>

"Agrobiznes, fan va texnologiyalar" ilmiy-amaliy elektron jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 30.11.2024-yildagi №364/5-sonli qarori bilan 08.00.00-Iqtisodiyot fanlari bo'yicha, 08.05.2025-yildagi №370/5-sonli qarori bilan 06.00.00-Qishloq xo'jaligi fanlari bo'yicha "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga kiritilgan.



"Agrobiznes, fan va texnologiyalar" ilmiy-amaliy elektron jurnali 2023-yil 23-maydan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669225** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №083688

**Manzilimiz: Toshkent viloyati, Qibray tumani,
Universitet ko'chasi, 2-uy**