

**ANALYSIS OF FOREIGN EXPERIENCE IN DEVELOPING THE
MARKET FOR ECOLOGICALLY CLEAN PRODUCTS (ON THE
EXAMPLE OF SURKHANDARYA REGION)**

Nematov Qosimxon Najmiddin o'g'li

First-Year Master's Student in Economics, Surkhandarya Campus, Navoiy University
of Innovations

Abstract

This article analyzes the economic foundations for developing the market of environmentally friendly products, foreign experience, and its applicability to Surkhandarya region. The market is considered as an integrated system involving certification, logistics, price formation, consumer trust, export capacity, and regional branding. The natural and climatic conditions of Surkhandarya region, along with its fruit, vegetable, livestock, and early product potential, are assessed as key competitive advantages. The article summarizes the experience of the European Union, the United States, Japan, and Turkey in relation to regional conditions.

Keywords

environmentally friendly products, organic market, Surkhandarya region, certification, export potential, green economy, foreign experience, regional brand.

**EKOLOGIK TOZA MAHSULOTLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISH
BO'YICHA XORIJIY TAJRIBALAR TAHLILI (SURXONDARYO VILOYATI
MISOLIDA)**

Nematov Qosimxon Najmiddin o'g'li

Navoiy innovatsiyalar universiteti, Surxondaryo kampusi, Iqtisodiyot
magistratura yo'nalishi 1-bosqich magistranti

Annotatsiya. Mazkur maqolada ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirishning iqtisodiy asoslari, xorijiy tajribalar hamda Surxondaryo viloyati sharoitida undan samarali foydalanish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Ekologik toza



mahsulotlar bozori sertifikatlash, logistika, narx shakllanishi, iste'molchi ishonchi, eksport salohiyati va hududiy brending bilan bog'liq kompleks iqtisodiy tizim sifatida qaraladi. Surxondaryo viloyatining tabiiy-iqlim sharoiti, meva-sabzavotchilik, chorvachilik va erta pishar mahsulotlar yetishtirish salohiyati ushbu bozorni rivojlantirishda muhim ustunlik sifatida baholanadi. Maqolada Yevropa Ittifoqi, AQSH, Yaponiya va Turkiya tajribalari hududiy sharoitga moslashtirilgan holda umumlashtiriladi.

Kalit so'zlar: ekologik toza mahsulotlar, organik bozor, Surxondaryo viloyati, sertifikatlash, eksport salohiyati, yashil iqtisodiyot, xorijiy tajriba, hududiy brend.

Аннотация. В статье рассматриваются экономические основы развития рынка экологически чистой продукции, зарубежный опыт и возможности его применения в условиях Сурхандарьинской области. Данный рынок анализируется как комплексная система, включающая сертификацию, логистику, ценообразование, доверие потребителей, экспортный потенциал и региональный брендинг. Природно-климатические условия области, потенциал плодовоовощеводства, животноводства и выращивания ранней продукции рассматриваются как важные конкурентные преимущества. Обобщается опыт Европейского союза, США, Японии и Турции с учетом региональных условий.

Ключевые слова: экологически чистая продукция, органический рынок, Сурхандарьинская область, сертификация, экспортный потенциал, зеленая экономика, зарубежный опыт, региональный бренд.

Kirish. So'nggi yillarda jahon bozorida iste'molchilarning oziq-ovqat xavfsizligi, salomatlik, ekologik barqarorlik va mahsulot kelib chiqishiga bo'lgan talabi ortib bormoqda. Shu sababli ekologik toza mahsulotlar bozori qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish, hududiy brendni rivojlantirish va aholi daromadlarini oshirishda muhim iqtisodiy yo'nalishga aylanmoqda.



Ekologik toza mahsulotlar bozori faqat mahsulot yetishtirish bilan cheklanmaydi. U sertifikatlash, saqlash, qayta ishlash, qadoqlash, logistika, savdo, eksport va iste'molchi ishonchi kabi bosqichlarni ham qamrab oladi. Organik mahsulotlar maxsus standart va sertifikat asosida ishlab chiqarilsa, ekologik toza mahsulot tushunchasi kengroq bo'lib, atrof-muhitga zarar yetkazmaslik, suv va tuproq resurslarini asrash hamda mahsulot xavfsizligini ta'minlashni o'z ichiga oladi.

Surxondaryo viloyati ushbu yo'nalishda katta salohiyatga ega. Viloyatning issiq iqlimi, erta pishar meva-sabzavot yetishtirish imkoniyati, chorvachilik va dehqon xo'jaliklari ulushining yuqoriligi ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratadi. Shu bilan birga, eksport salohiyatining mavjudligi hududda ekologik mahsulotlarni tashqi bozorlarga chiqarish imkoniyatini oshiradi. Biroq bu jarayonda mahsulot miqdoridan ko'ra uning sifati, standartlarga mosligi, brend qiymati va xaridor ishonchi muhim ahamiyatga ega.

Xorijiy tajribalar ekologik toza mahsulotlar bozorining barqaror rivojlanishi uchun uchta asosiy omil zarurligini ko'rsatadi: sertifikatlash va nazorat tizimi, iste'molchi ishonchi hamda ishlab chiqaruvchini iqtisodiy rag'batlantirish. Yevropa Ittifoqi, AQSH, Yaponiya va Turkiya tajribalarida davlat siyosati, sertifikatlash, savdo tarmoqlari va iste'molchi o'rtasidagi ishonchli institutsional zanjir muhim o'rin tutadi.

O'zbekistonda organik mahsulotlar bo'yicha huquqiy asoslar shakllanmoqda. Biroq qonunchilikning mavjudligi bozorning to'liq ishlashi uchun yetarli emas. Amaliyotda ishlab chiqaruvchi, sertifikatlovchi tashkilot, laboratoriya, eksportchi, savdo tarmoqlari va iste'molchi o'rtasida samarali hamkorlik tizimi zarur. Ayniqsa, Surxondaryoda mayda dehqon va tomorqa xo'jaliklari ko'pligi sababli sertifikatlash, qadoqlash va eksport talablari bo'yicha qo'llab-quvvatlash muhim hisoblanadi.

Mazkur maqolaning maqsadi Surxondaryo viloyati misolida ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish imkoniyatlarini xorijiy tajribalar asosida iqtisodiy jihatdan tahlil qilishdan iborat.



Adabiyotlar tahlili

Ekologik toza va organik mahsulotlar bozori bo'yicha ilmiy adabiyotlarda ushbu yo'nalish asosan barqaror qishloq xo'jaligi, iste'molchi xulq-atvori va bozor institutlari nuqtayi nazaridan o'rganiladi. Xorijiy tadqiqotlarda organik bozorning rivojlanishi sertifikatlashtirish, nazorat, mahsulotni kuzatish tizimi va iste'molchi ishonchi bilan bog'liq ekani ta'kidlanadi. FAO tadqiqotlarida esa ekologik barqaror qishloq xo'jaligi qishloq aholisi daromadlari, tabiiy resurslardan samarali foydalanish va oziq-ovqat xavfsizligi bilan bog'liq holda baholanadi.

O'zbek olimlari tadqiqotlarida ekologik toza mahsulotlar bozori agrar islohotlar, oziq-ovqat xavfsizligi, eksport salohiyati, meva-sabzavotchilik va yashil iqtisodiyot masalalari bilan bog'liq holda yoritiladi. Surxondaryo viloyatiga oid ishlarda esa asosan meva-sabzavotchilik, uzumchilik, chorvachilik va agroiklimiy imkoniyatlar tahlil qilingan.

Biroq ekologik toza mahsulotlar bozorini xorijiy tajribalar asosida Surxondaryo viloyati misolida tizimli iqtisodiy tahlil qilish hali yetarli darajada keng o'rganilmagan. Shu sababli mazkur maqola mavjud adabiyotlar, statistik ma'lumotlar va xorijiy tajribalar asosida hududda ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish mexanizmlarini ilmiy jihatdan asoslashga qaratilgan.

Metodologiya

Mazkur tadqiqotda ekologik toza mahsulotlar bozori ishlab chiqarish, sertifikatlash, qayta ishlash, qadoqlash, logistika, eksport va iste'molchi ishonchini birlashtiruvchi iqtisodiy tizim sifatida o'rganildi. Tadqiqot obyekti sifatida Surxondaryo viloyatida ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish imkoniyatlari tanlandi.

Tadqiqotda qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, iqtisodiy-statistik kuzatuv va SWOT tahlil elementlaridan foydalanildi. Qiyosiy tahlil orqali Yevropa Ittifoqi, AQSH, Yaponiya va Turkiyaning ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish tajribalari o'rganildi.



Tizimli yondashuv asosida ishlab chiqaruvchi, sertifikatlovchi tashkilot, laboratoriya, logistika, savdo tarmoqlari, eksportchi va iste'molchi o'rtasidagi bog'liqliklar tahlil qilindi. Iqtisodiy-statistik kuzatuv orqali Surxondaryo viloyatining agrar salohiyati, meva-sabzavot eksporti va hududiy ixtisoslashuvi bo'yicha ma'lumotlar umumlashtirildi.

SWOT tahlil yordamida viloyatning kuchli tomonlari sifatida qulay iqlim, erta pishar mahsulotlar va eksport tajribasi; zaif tomonlari sifatida esa sertifikatlash xarajatlari, qadoqlash va sifat nazorati infratuzilmasining yetarli emasligi belgilandi. Imkoniyatlar xalqaro talab, hududiy brend va qayta ishlangan mahsulotlar eksporti bilan, xavflar esa suv tanqisligi, iqlim o'zgarishi va iste'molchi ishonchining pasayishi bilan izohlandi.

Tahlil va natijalar

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun Surxondaryo viloyatida dastlabki iqtisodiy baza mavjud. Viloyat respublikaning janubiy agrar hududlaridan biri bo'lib, meva-sabzavot, uzum, poliz mahsulotlari, chorvachilik va issiqxona mahsulotlari yetishtirish bo'yicha muhim salohiyatga ega. Ayniqsa, erta pishar mahsulotlar yetishtirish imkoniyati ekologik toza mahsulotlarni yuqori narxda bozorga chiqarish uchun muhim ustunlikdir. Biroq ekologik toza bozor oddiy qishloq xo'jaligi bozoridan farq qiladi. Oddiy bozorda mahsulotning hajmi, narxi va mavsumiyligi asosiy rol o'ynasa, ekologik toza mahsulotlar bozorida sifat kafolati, sertifikat, kelib chiqish tarixi, ishlab chiqarish usuli va iste'molchi ishonchi hal qiluvchi omilga aylanadi.

Surxondaryo viloyatining meva-sabzavot eksporti bo'yicha mavjud ko'rsatkichlari ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun tayanch sifatida qaralishi mumkin. 2025-yil yanvar-iyul oylarida viloyatda meva-sabzavot eksporti hajmi 104 188,7 tonnani tashkil etgani, ushbu mahsulotlar qiymati 93 786,8 ming AQSH dollariga yetgani hududning tashqi bozorlarga chiqish tajribasi borligini ko'rsatadi⁶. Biroq ushbu



ko'rsatkichlar asosan xom yoki kam qayta ishlangan mahsulotlar eksporti hisobiga shakllangan bo'lishi ehtimoli yuqori. Ekologik toza mahsulotlar bozori esa aynan shu yerda qo'shimcha qiymat yaratish imkoniyatini ochadi. Masalan, oddiy uzum, anor, pomidor yoki ko'kat eksporti bilan sertifikatlangan ekologik toza, qadoqlangan va kelib chiqishi kafolatlangan mahsulot eksporti o'rtasida narx, xaridor segmenti va bozordagi mavqe jihatidan sezilarli farq mavjud.

Xorijiy tajribalar tahlili Surxondaryo viloyati uchun bir nechta muhim xulosalarni beradi. Yevropa Ittifoqi tajribasi ekologik toza mahsulotlar bozorini faqat fermer tashabbusi bilan emas, balki davlat siyosati, subsidiyalar, ilmiy maslahat xizmatlari va iste'mol bozorini rag'batlantirish orqali rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi. Yevropa modelida organik ishlab chiqarish "yashil iqtisodiyot" strategiyasining bir qismi sifatida ko'riladi. Bunda fermerga qo'yiladigan talablar bilan birga, unga o'tish davrida ko'mak berish, ekologik texnologiyalarni joriy etish va bozorda barqaror talab yaratish choralari ham qo'llaniladi. Surxondaryo viloyati sharoitida bu tajriba shuni anglatadiki, ekologik toza mahsulot yetishtirishni alohida fermerlar zimmasiga tashlab qo'yish yetarli emas; hokimlik, qishloq xo'jaligi boshqarmalari, eksportchilar, ilmiy muassasalar va banklar o'rtasida muvofiqlashtirilgan hududiy dastur zarur.

AQSH tajribasidan olinadigan asosiy saboq — yagona va ishonchli sertifikat tizimining bozor qiymatini oshirishdagi rolidir. USDA National Organic Program organik mahsulotni ishlab chiqarish, qayta ishlash, markalash va nazorat qilish bo'yicha aniq qoidalarni shakllantiradi⁷. Bu esa iste'molchiga mahsulot yorlig'idagi "organic" belgisi oddiy reklama emas, balki nazoratdan o'tgan iqtisodiy kafolat ekanini bildiradi. Surxondaryo viloyatida ham ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun aynan shunday ishonch mexanizmi zarur. Aks holda, bozorda "tabiiy", "toza", "kimyoviy moddasiz" kabi umumiy iboralar ko'payib, ular real standart bilan tasdiqlanmasa, iste'molchi ishonchi pasayadi. Bu esa ekologik toza mahsulot uchun yuqori narx shakllanishiga to'sqinlik qiladi.



Yaponiya tajribasi ekologik toza mahsulotlar bozorida sifat madaniyati va qadoqlashning ahamiyatini ko'rsatadi. Organic JAS tizimida organik mahsulot logotipidan foydalanish faqat akkreditatsiyadan o'tgan sertifikatlovchi organ tomonidan tasdiqlangan ishlab chiqaruvchilarga ruxsat etiladi⁸. Bu tajriba Surxondaryo uchun ayniqsa muhim, chunki viloyat mahsulotlari ichki bozorda ham, eksportda ham ko'pincha xom mahsulot sifatida sotiladi. Agar mahsulot ekologik toza standartlarga mos holda yetishtirilsa-yu, lekin qadoqlash, saralash, sovitish, markalash va izchillik tizimi bo'lmasa, uning bozordagi qiymati yetarlicha oshmaydi. Demak, ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirishda fermer xo'jaligi darajasidagi o'zgarish bilan birga, mahsulotni iste'molchiga yetkazish madaniyatini ham tubdan yaxshilash zarur.

Turkiya tajribasi O'zbekiston, xususan Surxondaryo viloyati uchun amaliy jihatdan yaqinroq ko'rinadi. Chunki Turkiyada ham meva-sabzavotchilik, yong'oq, quritilgan mevalar, zaytun, uzum va boshqa qishloq xo'jaligi mahsulotlari organik bozor bilan bog'langan holda rivojlangan. Turkiyaning asosiy yutug'i shundaki, u ekologik va organik mahsulotlarni faqat ichki iste'mol uchun emas, balki eksport bozorlariga moslashtirilgan tizim sifatida shakllantirgan. Surxondaryo viloyatida ham xuddi shunday yondashuv zarur: ekologik toza mahsulotlar avvalo ichki bozorda ishonch qozonishi, keyin esa Rossiya, Qozog'iston, Xitoy, Yaqin Sharq va Yevropa bozorlariga turli standartlar asosida yo'naltirilishi mumkin.

Tahlil natijalariga ko'ra, Surxondaryo viloyatida ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun uch bosqichli model maqsadga muvofiq bo'ladi. Birinchi bosqichda ekologik toza mahsulotlar yetishtirishga ixtisoslashgan hududiy klasterlar aniqlanishi kerak. Bunda har bir tuman bo'yicha agroiklimiy sharoit, suv ta'minoti, tuproq holati, mahsulot turi va eksport imkoniyati o'rganiladi. Masalan, anor, uzum, pomidor, ko'katlar, poliz mahsulotlari, asal va quritilgan mevalar bo'yicha alohida mahsulot yo'nalishlari shakllantirilishi mumkin. Ikkinchi bosqichda sertifikatlashtirish, laboratoriya tahlili, mahsulotni kuzatib borish va qadoqlash tizimi yo'lga qo'yilishi



lozim. Bu bosqichda alohida mayda dehqon xo'jaliklari emas, balki kooperatsiya yoki klaster shaklidagi birlashmalar orqali sertifikat olish xarajatlarini kamaytirish mumkin. Uchinchi bosqichda esa ekologik toza mahsulotlar uchun "Surxon Eco", "Organic Surkhan" yoki hududiy kelib chiqishni ifodalovchi boshqa brendlar orqali ichki va tashqi bozorda tanitish strategiyasi ishlab chiqilishi zarur.

Muhokama

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, Surxondaryo viloyatida ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun yetarli imkoniyatlar mavjud. Viloyatning tabiiy-iqlimiy sharoiti, meva-sabzavotchilik va chorvachilik salohiyati, erta pishar mahsulotlar yetishtirish imkoniyati hamda eksport tajribasi ushbu yo'nalish uchun muhim asos yaratadi. Biroq ekologik toza mahsulotlar bozori faqat mahsulot yetishtirish bilan cheklanmaydi; u sertifikatlash, laboratoriya nazorati, qadoqlash, logistika, marketing, eksport va iste'molchi ishonchini ham o'z ichiga oladi.

Xorijiy tajriba ekologik mahsulotlar bozorida ishonch instituti asosiy omil ekanini ko'rsatadi. Mahsulotning ekologik tozaligi sertifikat, markalash, laboratoriya xulosasi va kuzatuv tizimi bilan tasdiqlanmasa, iste'molchi bunday mahsulot uchun yuqori narx to'lashga tayyor bo'lmaydi. Shu sababli Surxondaryoda ham "tabiiy" yoki "mahalliy" degan umumiy reklama emas, balki hujjat bilan tasdiqlangan sifat kafolati muhim ahamiyatga ega.

Viloyatda mayda dehqon va tomorqa xo'jaliklari ko'p bo'lgani sababli kooperatsiya va klaster yondashuvi dolzarbdir. Kichik ishlab chiqaruvchilar alohida holda sertifikat olish, qadoqlash, saqlash va eksport talablariga moslashishda qiynaladi. Ularni hudud yoki mahsulot turi bo'yicha birlashtirish xarajatlarni kamaytiradi va bozorga chiqish imkoniyatini oshiradi.

Ekologik toza mahsulotlar bozori ichki va tashqi bozor uchun turlicha strategiyani talab qiladi. Ichki bozorda mahsulot xavfsizligi, aholi salomatligi va iste'molchi ishonchi muhim bo'lsa, tashqi bozorda xalqaro sertifikat, qadoqlash sifati, kelib chiqish

kafolati va shartnoma intizomi hal qiluvchi omil hisoblanadi. Shu bois Surxondaryo uchun ichki bozorda talabni shakllantirish va eksportbop ekologik mahsulotlar zanjirini yaratish zarur.

Shuningdek, hududiy brending ham muhim ahamiyatga ega. “Surxon” nomi erta pishar, tabiiy, sifatli va ekologik xavfsiz mahsulotlar bilan bog‘lanishi mumkin. Biroq bunday brend oddiy yorliq emas, balki sertifikat, sifat nazorati va kelib chiqish kafolati bilan mustahkamlanishi lozim.

Xulosa

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish Surxondaryo viloyati uchun agrar tarmoqni modernizatsiya qilish, eksport salohiyatini oshirish, qishloq aholisi daromadlarini ko‘paytirish va hududiy brendni mustahkamlashning muhim yo‘nalishidir. Viloyatda bu bozor uchun tabiiy-iqlimiy, ishlab chiqarish va eksport imkoniyatlari mavjud, ammo ular hali to‘liq iqtisodiy natijaga aylangan emas.

Asosiy muammolar sifatida sertifikatlashtirish tizimining murakkabligi, mayda xo‘jaliklarning bozorga mustaqil chiqish imkoniyati cheklangani, laboratoriya va qadoqlash infratuzilmasining yetarli emasligi hamda iste’molchi ishonchi va hududiy brendning sust shakllangani ko‘rsatish mumkin.

Surxondaryo viloyatida ekologik toza mahsulotlar bozorini rivojlantirish uchun pilot hududlarni tanlash, dehqon va fermer xo‘jaliklarini kooperatsiya asosida birlashtirish, hududiy brend yaratish, sertifikatlash va laboratoriya xizmatlarini kengaytirish zarur. Shuningdek, ekologik mahsulot yetishtirish suv tejovchi texnologiyalar, biologik himoya va tuproq unumdorligini saqlash choralari bilan bog‘lanishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Organik mahsulotlar to‘g‘risida”gi Qonuni. O‘RQ-766-son, 2022-yil 25-aprel. – Toshkent: Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi, 2022.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. – Toshkent, 2023.
3. Surxondaryo viloyati statistika boshqarmasi. Surxondaryo viloyatining tashqi savdo aylanmasi. 2025-yil yanvar–iyul yakunlari bo‘yicha press-reviz. – Termiz, 2025.
4. Surxondaryo viloyati statistika boshqarmasi. Surxondaryo viloyatida qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi. 2025-yil yanvar–iyun yakunlari bo‘yicha press-reviz. – Termiz, 2025.
5. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi bo‘yicha statistik press-revizlar. – Toshkent, 2025.
6. Willer H., Schlatter B., Trávníček J. The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2025. – Frick; Bonn: Research Institute of Organic Agriculture FiBL; IFOAM – Organics International, 2025.
7. IFOAM – Organics International. Global Organic Area Continues to Grow. – Bonn, 2025.
8. European Commission. Action Plan for the Development of Organic Production in the European Union. – Brussels: European Commission, 2021.
9. European Commission. Farm to Fork Strategy: For a Fair, Healthy and Environmentally-Friendly Food System. – Brussels, 2020.
10. USDA Agricultural Marketing Service. National Organic Program: Organic Regulations. – Washington, D.C.: United States Department of Agriculture, 2025.
11. USDA Agricultural Marketing Service. Labeling Organic Products. – Washington, D.C.: United States Department of Agriculture, 2025.
12. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan. Organic JAS System. – Tokyo: MAFF, 2025.



13. FAO. Organic Agriculture and Food Security. – Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2007.
14. Lampkin N. Organic Farming. – Ipswich: Farming Press, 1990.
15. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 15th ed. – Boston: Pearson Education, 2016.
16. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Free Press, 1985.
17. Rasulov A., Jo‘rayev T. Qishloq xo‘jaligi iqtisodiyoti. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2019.
18. Abdullayev Yo., Karimov F. Agrosanoat majmuasi iqtisodiyoti. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2020.
19. Xodiyev B. Yu., Shodmonov Sh. Sh. Iqtisodiyot nazariyasi. – Toshkent: Barkamol fayz media, 2017.
20. Qo‘chqorov A. Qishloq xo‘jaligida innovatsion rivojlanish va eksport salohiyatini oshirish masalalari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.
21. Sheraliyevna I. M. Ekologik toza qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetishtirishning ilmiy asoslari // Zamonaviy ilmiy tadqiqotlar jurnali. – 2025.
22. Paull J. EU Sets Goal of Growing Organic Farmland from 10% to 25% by 2030 // European Journal of Food Science. – 2024.
23. Codex Alimentarius Commission. Guidelines for the Production, Processing, Labelling and Marketing of Organically Produced Foods. – Rome: FAO/WHO, 1999.
24. Niggli U. Sustainability of Organic Food Production: Challenges and Innovations. – Frick: FiBL, 2015.
25. Lernoud J., Willer H. Organic Agriculture Worldwide: Key Results from the FiBL Survey. – Frick: FiBL, 2021.

