



O'zbekiston Ekologik
partiyasi



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY MAJLISI QONUNCHILIK PALATASI



O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasining
Iqlim o'zgarishi oqibatlarini kamaytirish va "yashil" iqtisodiyotga
o'tishni tezlashtirish masalalari bo'yicha komissiyasi

O'zbekiston Ekologik partiyasi fraksiyasi

"Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" ijtimoiy – iqtisodiy, siyosiy, ilmiy – ommabop jurnal

**“YASHIL IQTISODIYOT VA EKOLOGIK BARQAROR
RIVOJLANISHDA ILG'OR MUHANDISLIK MAKTABLARINI
SHAKLLANTIRISH MUAMMOLARI”
Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi**

2025-YIL 3-DEKABR

**Republican Scientific–Practical Conference
“CHALLENGES IN DEVELOPING ADVANCED ENGINEERING
SCHOOLS FOR GREEN ECONOMY AND ENVIRONMENTAL
SUSTAINABILITY”**

3 DECEMBER 2025

**Республиканская научно-практическая конференция
«ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРЕДОВЫХ
ИНЖЕНЕРНЫХ ШКОЛ В РАЗВИТИИ ЗЕЛЁНОЙ
ЭКОНОМИКИ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ»**

3 ДЕКАБРЯ 2025 ГОДА

10-MAXSUS SON

Toshkent — 2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr. 102 sahifa.
2025-yil, dekabr*

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan

Abdurakhmanov Kalandar Khodjavevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor

Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate

Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society

Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Kalonov Mukhiddin Bakhriddinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences

Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor

Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor

Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor

Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor

Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)

Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)

Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor

Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan

Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan

Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences

Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer

Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor

Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)

Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)

Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow))

Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor

Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)

Mirzaliyev Sanjar Makhmatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE

Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI

Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Khusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

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

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

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

OLIY TA'LIMDA EKO-TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ORQALI OROLBO'YI HUDUDINING EKOLOGIK BARQARORLIGINI MUSTAHKAMLASH.....	7
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich	
“YASHIL ENERGETIKA” – O‘ZBEKISTONNING YASHIL VA SOG‘LOM KELAJAGI IQTISODIYOTIMIZNING YANGI DRAYVERI.....	10
Abdushukur Hamzayev	
BARQAROR RIVOJLANISH MAQSADLARIGA ERISHISHDA EKOLOGIK MADANIYATNING AHAMIYATI.....	12
Xodjayeva Mohira Mirzaxmadovna	
QAYTA TIKLANUVCHI YASHIL ENERGIYA: BARCHA UCHUN MUHIM MASALA.....	15
Muxiddin Kalonov	
“YASHIL IQTISODIYOT”GA O‘TISH ASOSIDA “YASHIL O‘SISHNI” TA‘MINLASH: MUOMMO VA YECHIMLAR	19
Makhmudov Nosir Makhmudovich	
YASHIL OBLIGATSIYALAR: IQTISODIY FAOLLIK VA HISOB YURITISHNING DOLZARB MASALALARI	23
Norboy G‘anievich Karimov	
YASHIL IQTISODIYOTGA O‘TISHDA ILG‘OR MUHANDISLIK MAKTABLARI VA TEXNOPARKLARNING AHAMIYATINI AKADEMIK TA‘LIM JIHATIDAN TAKOMILLASHTIRISH.....	26
Sanjarbek Mirzaliyev Maxamatjon o‘g‘li	
INDUSTRIYAL SANOAT EHTIYOJLARIGA MOS, INNOVATSIYALAR YARATISHGA QODIR MUHANDISLARNI TAYYORLASHDA ILG‘OR MUHANDISLIK MAKTABLARI VA “YASHIL” IQTISODIYOT INTEGRATSIYASINING STRATEGIK AHAMIYATI.....	28
Sherzod Qurbonov	
YASHIL BUXGALTERIYA VA YASHIL MOLIYANI RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK DOLZARBLIGI.....	31
Tulyaganov Abdumalik Abdiraximovich	
EKOLOGIK BARQARORLIKNI TA‘MINLASHDA YASHIRIN IQTISODIYOTNING IJTIMOY-IQTISODIY TAHLILI	34
Mavlyanov Muzaffar Yusupovich	
YASHIL MOLIYAVIY INNOVATSIYALAR VA ULARNING EKOLOGIK INFRATUZILMA MODERNIZATSIYASIDAGI ROLI.....	37
Tursunkulova Gulchiroy Burxonovna	
РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ ИНКЛЮЗИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ДО 2030 ГОДА.....	40
Алимова Азиза Шерзатовна	
SANOATDA YASHIL ENERGIYADAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING YONDASHUVLAR.....	46
Abdullaev Elörbek Odiljon o‘gli	
MODA SANOATIDA YASHIL MARKETING VA ISTE‘MOLCHILARNING EKOLOGIK ONGINI RIVOJLANTIRISH.....	50
Ahmadjonova Rayhona Jasurbek qizi	
YASHIL ERP TIZIMLARINING KORXONALARDA BARQAROR RIVOJLANISH VA MARKETING SAMARADORLIGIGA TA‘SIRI	54
Azizov Abdulla Abdisalamovich	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARINI INNOVATSION MENEJMENT ASOSIDA YASHIL MARKETINGDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI QO‘LLASH	58
Boltayeva Sitora Mirdjonovna	



HUDUDLARARO IJTIMOY TENGLIKNI TA'MINLASHDA YASHIL MARKETING INSTRUMENTLARINING AHAMIYATI	62
Ibrohimov Baxtrom Bog'dirovich	
OLIY TA'LIMDA YASHIL INNOVATSIYALARNI TARG'IB QILISH ORQALI XORIJIY TALABALAR OQIMINI OSHIRISH	66
Isamuqometov Shukurullo Asotullayovich	
YASHIL INNOVATSIYALAR ASOSIDA AGROMARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH VA MEVA SABZAVOT BOZORIDAGI NARX BARQARORLIGI MODELI	70
Isroilov Abdurashid Abduraxmanovich	
RAQAMLI IQTISODIYOTDA MIJOZLAR BILAN YASHIL RAQAMLI ALOQALARNI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYALARI.....	75
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDAGI BILIMLARNI BAHOLASH TIZIMLARI VA ULARNING RAQAMLI IQTISODIYOTGA MOSLASHGAN ILG'OR YONDASHUVLARI	78
Radjabov Bunyod Abduxalilovich	
RAQAMLI IQTISODIYOTDA MIJOZLAR BILAN YASHIL RAQAMLI ALOQALARNI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYALARI.....	82
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA SUN'IY TOLALARDAN FOYDALANISHDA BARQAROR TA'MINOT ZANJIRI BOSHQARUVINI TAKOMILLASHTIRISH	85
Raximov Furqat Jalolovich	
TIJORAT BANKLARIDA OMONAT HAJMINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING VOSITALARINING ROLI	89
Raximov Shoxrux Furqatovich	
PAXTA TO'QIMACHILIK KLASTERLARIDA YASHIL MARKETING STRATEGIYALARINI JORIY ETISH VA ULARNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH	93
Tadjiev Sa'dulla Muhitdinovich	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORLARIDA YASHIL INNOVATSIYALAR ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA MARKETING STRATEGIYASINING SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	97
Xudayberganov Jasur Baxodirovich	



qaror qabul qilishiga yordam beradi. Shu orqali narxlar yuzasidan noaniqlik kamayadi va mahsulotni optimal narxda realizatsiya qilish imkoniyati ortadi [2]. Fermerlar ishlab chiqarish hajmini real talabga moslashtirishi, mahsulotni saqlash yoki vaqtincha ushlab turish orqali bozordagi ortiqcha taklif bosimini kamaytirishi mumkin. Bunday yondashuv raqamli texnologiyalar yordamida muvozanatli narx siyosatini shakllantirishga imkon beradi.

Agro-marketing tizimi tarkibida institutsional omillar ham muhim o'rin tutadi. Bozorning tartibga solinmaganligi, davlat ishtirokining zaifligi va vositachilikning ortiqcha bo'lishi narxlar barqarorligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Adabiyotlarda ta'kidlanishicha, tizimli yondashuv asosida ishlab chiqilgan marketing modeli — bu marketing strategiyalari, institutsional mexanizmlar, ekologik innovatsiyalar va raqamli texnologiyalar uyg'unligini talab qiladi [3]. Shundagina narx siyosatini boshqarish va uni ishlab chiqaruvchi manfaati asosida muvozanatlashtirish imkoniyati paydo bo'ladi.

Qiymat zanjiri yondashuvi bo'yicha o'tkazilgan nazariy tahlillar, ishlab chiqaruvchini faqat mahsulot yetkazib beruvchi emas, balki mahsulotni qayta ishlash, qadoqlash, brendlash va to'g'ridan-to'g'ri sotishda faol ishtirok etuvchi subyekt sifatida ko'rishni taklif qiladi. Bu yondashuv kichik fermerlarning iqtisodiy holatini yaxshilash bilan birga, marketing tizimida ularning rolini kuchaytiradi va narx o'zgarishlariga nisbatan chidamli bo'lgan tizim shakllantiradi [4]. Shu tarzda ishlab chiqaruvchilar mahsulot ustidan katta nazoratga ega bo'ladi, bu esa ularni narx shakllanishining faol ishtirokchisiga aylantiradi.

Oziq-ovqat yo'qotishlari va logistikadagi muammolar ko'pincha mahsulot yetishmovchiligi orqali narxlar oshishiga sabab bo'ladi. Meva-sabzavot mahsulotlarining tez buzilishi, ularni saqlash sharoitlarining yetarli emasligi va transportning nosamaradorligi natijasida bozorda vaqtinchalik yetkazib berish uzilishlari yuzaga keladi. Bu esa narxlarning mavsumdan tashqari davrlarda keskin o'sishiga olib keladi. Shu nuqtayi nazardan, yashil texnologiyalar asosida tashkil etilgan sovitish, qadoqlash va ekologik logistika tizimlari mahsulotlarning fizik sifati bilan birga iqtisodiy qiymatini ham barqaror saqlab qolishga xizmat qiladi [5].

Mahalliy ishlab chiqaruvchilarni marketing zanjiriga faol jalb qilish, ishtirokchi bozor modeli doirasida amalga oshirilsa, ularning narx siyosati shakllanishidagi ishtiroki ortadi. Bu, ayniqsa, qishloq va chekka hududlardagi kichik ishlab chiqaruvchilar uchun dolzarb bo'lib, ularning bozordagi mavqeyini mustahkamlashga xizmat qiladi [6]. Shu orqali ular mustaqil marketing strategiyalarini shakllantiradi, o'z mahsulotini ekologik brend sifatida pozitsiyalash imkoniyatiga ega bo'ladi.

Yashil texnologiyalarning iqtisodiy samarasi nafaqat ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, balki mahsulot tannarxini optimallashtirish orqali ham narx barqarorligini ta'minlaydi. Masalan, organik o'g'itlardan foydalanish, energiya tejovchi texnologiyalarni joriy etish va suvni samarali ishlatish orqali ishlab chiqarish resurslari tejab qolinishiga erishiladi. Bu esa mahsulotning ekologik qiymatini oshirgan holda, uni iqtisodiy raqobatbardosh qilish imkonini beradi [8].

Marketing tizimining regional xususiyatlari ham narx siyosatiga ta'sir ko'rsatadi. Tog'li hududlarda yoki uzoq mintaqalarda ishlab chiqarilgan mahsulotlarni bozorga yetkazish uchun ko'proq logistika va vaqt talab etiladi. Shu sababli, bu hududlarda yashil logistika tizimlarini joriy etish — ya'ni sovitkichli transport, qayta tiklanuvchi energiyaga asoslangan yetkazib berish — mahsulot yo'qotishlarini kamaytiradi va narxni barqarorlashtirishga xizmat qiladi [9].

Bozorlardagi narx dinamikasini aniqlashda mahsulot turlarini differensiallash (masalan, ekologik sertifikatga ega mahsulotlar), brendlash va maqsadli iste'molchi segmentiga yo'naltirish orqali differensial narx siyosati amalga oshirilishi mumkin. Bu model meva-sabzavot mahsulotlarining standartlashtirilgan emas, balki ekologik va innovatsion afzalliklarga ega segmentlarda sotilishini ta'minlaydi. Bu esa narxni talabga nisbatan moslashtirish orqali barqarorlashtirish imkonini beradi [10].

Raqamli ta'minot zanjiri tizimlari yordamida fermerlar mahsulotlarini real vaqtda bozor ehtiyojlariga moslab yo'naltirishi mumkin. Shuningdek, logistika, saqlash va marketing xarajatlari monitoring qilinadi va shaffoflik oshadi. Bu esa bozorda talabga mos ta'minot hajmi shakllanishiga va spekulativ narx o'zgarishlarining oldini olishga olib keladi [11].

Iqlim o'zgarishi sharoitida agro-marketing tizimining barqarorligi bevosita ishlab chiqarish xavflarini kamaytirish va ularni oldindan prognoz qilish imkoniyatlari bilan bog'liq. Ekologik innovatsiyalar yordamida suv tanqisligi, tuproq degradatsiyasi va boshqa resurs cheklavlariga nisbatan chidamli agro-tizimlar shakllanadi. Bunday tizimda ishlab chiqarish hajmi barqaror bo'lib, bu o'z navbatida narxlar barqarorligiga ham bevosita ta'sir ko'rsatadi [12].

O'rganilgan adabiyotlar va nazariy manbalar asosida chiqarilgan asosiy g'oya shundan iboratki, agro-marketing tizimini samarali boshqarish va narxlar barqarorligini ta'minlash uchun ekologik innovatsiyalar, raqamli texnologiyalar, infratuzilmaviy islohotlar va ishtirokchi bozor modellarini birlashtirgan kompleks yondashuv zarur. Bu yondashuv faqat bozordagi narxni ushlab turish vositasi emas, balki ishlab chiqaruvchi, iste'molchi va jamiyat manfaatlarini uyg'unligini ta'minlovchi tizimli mexanizm sifatida qaraladi.

Ushbu nazariy tadqiqotda agro-marketing tizimida yashil innovatsiyalarni qo'llash orqali meva-sabzavot mahsulotlari narxlarini barqarorligini ta'minlash imkoniyatlari chuqur tahlil qilindi. Tahlil jarayonida adabiyotlarda



taqdim etilgan konsepsiyalar, zamonaviy marketing yondashuvlari, raqamli texnologiyalar va ekologik innovatsiyalarning o'zaro bog'liqligi tizimli asosda ko'rib chiqildi. Natijalar asosida bir nechta asosiy xulosalar shakllantirildi.

Birinchi navbatda, agro-marketing tizimidagi narxlar barqarorligiga ta'sir etuvchi asosiy omillar aniqlab olindi. Jumladan, ishlab chiqaruvchilarning bozor haqida yetarli axborotga ega emasligi, mahsulotlarni saqlash infratuzilmasining yetarli emasligi, vositachilar sonining ko'pligi, mavsumiylik va transport muammolari natijasida narxlar jiddiy tebranishlarga uchraydi. Phadtare tomonidan olib borilgan tadqiqotda agro-marketing strategiyalarining yetishmovchiligi, ayniqsa qayta ishlangan meva-sabzavot mahsulotlari bozorida narxlar ustuvorligini ta'minlay olmasligi asoslangan [1]. Muallif ushbu holatni hal qilish uchun zamonaviy marketing yondashuvlarini ishlab chiqish zarurligini taklif qiladi, bu esa bizning mavzumizda ko'zda tutilgan yashil innovatsiyalarni marketing tizimiga integratsiya qilish zaruratini tasdiqlaydi.

Keyingi bosqichda ICT (axborot-kommunikatsiya texnologiyalari) asosidagi marketing modellarining narx barqarorligiga bevosita ta'siri ko'rib chiqildi. Sinha o'z tadqiqotida raqamli texnologiyalarning fermerlar uchun bozor axborotiga tezkor kirishni ta'minlashi, mahsulot narxlarini onlayn kuzatish imkoniyatlarini yaratishi orqali spekulyativ narx o'zgarishlariga qarshi kurashishda muhim vosita bo'lishini ta'kidlaydi [2]. Fermerlarning bozor talabi, xaridorlar ehtiyoji va raqobatchilar narxlar haqidagi ma'lumotlarga ega bo'lishi ularni ongli marketing qarorlarini qabul qilishga olib keladi, bu esa mahsulotlarni to'g'ri va barqaror narxlarda realizatsiya qilishga xizmat qiladi. Ushbu holatda, texnologik innovatsiyalar faqat axborot vositasi emas, balki narx siyosatini boshqaruvchi strategik omilga aylanadi.

Uchinchi bosqichda marketing tizimining institutsional holati va tizimiy yondashuvlar tahlil qilindi. Vyas va Gupta tomonidan o'tkazilgan tadqiqotda agro-marketing tizimidagi tizimli muammolar, jumladan tartibga solinmagan vositachilik, samarali bozor regulyatsiyasi yo'qligi va davlat aralashuvi yetishmovchiligi tufayli narxlar beqaror bo'lishi ko'rsatib o'tilgan [3]. Mualliflar ushbu tizimni qayta ko'rib chiqish zarur deb hisoblab, kompleks yondashuvga asoslangan agro-marketing modelini ishlab chiqishni taklif etadi. Ushbu modelda ekologik texnologiyalar, raqamli yechimlar va institutsional boshqaruv uyg'unligi asosida narx muvozanatini ta'minlash mumkinligi asoslangan. Tadqiqotda taklif etilgan konseptual asoslar maqolamizda keltirilgan nazariy modelni asoslashda xizmat qildi.

Bundan tashqari, qiymat zanjiri asosida ishlab chiqilgan yondashuvlar tahlili ham natijaviy xulosalar shakllanishida muhim o'rin tutadi. Kaseeva tomonidan ishlab chiqilgan model kichik fermer xo'jaliklarini qiymat zanjirining faollari sifatida jalb qilishni nazarda tutadi [4]. Muallif fikriga ko'ra, fermerlar mahsulot yetishtiruvchi bo'lish bilan birga, qayta ishlash, qadoqlash, logistika va to'g'ridan-to'g'ri sotuv bosqichlarida ham ishtirok etishi ularning daromadlarining oshishi va narxlar ustidan nazoratini kuchaytiradi. Bu esa marketing zanjirini barqarorlashtiradi va narx o'zgarishlariga nisbatan chidamli tizimni shakllantiradi.

Ali va hammualliflari tomonidan o'tkazilgan tadqiqot oziq-ovqat isrofi va narxlar tebranishi o'rtasidagi bevosita bog'liqlikni aniqlaydi [5]. Ularning fikriga ko'ra, meva-sabzavot mahsulotlari logistikasi, sovitish infratuzilmasi va saqlash texnologiyalari yetishmovchiligi natijasida mahsulotlar isrof bo'ladi. Bu holat bozorda vaqtinchalik yetishmovchilikni keltirib chiqaradi va narxlarni sun'iy ravishda oshiradi. Shu sababli, yashil texnologiyalar orqali qiymat zanjirini barqarorlashtirish, mahsulot yo'qotishlarini kamaytirish narxlarning sun'iy tebranishiga chek qo'yishga xizmat qiladi.

Albu va Griffith tomonidan taklif qilingan ishtirokchi bozor zanjiri modeli marketing tizimida kichik ishlab chiqaruvchilarning rolini kuchaytirishga qaratilgan [6]. Bu modelda mahalliy ishlab chiqaruvchilar marketing tizimining passiv ishtirokchisi emas, balki faol manfaatdori sifatida jalb qilinadi. Bu yondashuv barqaror narx shakllanishini, marketingda adolatli taqsimotni va ekologik innovatsiyalarning muvaffaqiyatli joriy qilinishini ta'minlaydi.

Ghosh va hammualliflarining tadqiqoti ICT tizimlarining yagona agro-bozor yaratishdagi rolini yoritadi [7]. Mualliflar raqamlashtirilgan marketing infratuzilmasi orqali davlat nazoratining kuchayishi, narx monitoring tizimlarining ishlab chiqilishi va raqamli sug'urta mexanizmlarining tatbiq etilishi orqali narxlar beqarorligini kamaytirish mumkinligini asoslaydi. Bu holat narx tebranishlariga sabab bo'luvchi omillarni tizimli monitoring qilish imkonini yaratadi.

BMTning ESCAP hisobotida yashil texnologiyalarning iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik jihatdan foydaliligi keng ko'lamda tahlil qilingan [8]. Hisobotda aytilishicha, yashil texnologiyalarni qishloq xo'jaligi tizimlariga joriy etish nafaqat barqaror ishlab chiqarishni ta'minlaydi, balki mahsulot narxlarining tenglik asosida shakllanishini rag'batlantiradi. Bu texnologiyalar, xususan organik o'g'itlar, suvni tejavchi sug'orish tizimlari va bioenergiya yechimlari, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib, mahsulot narxining asosli shakllanishiga yordam beradi.

Sharma va hammualliflari tog'li hududlarda, ayniqsa logistika nuqtayi nazaridan qiyin bo'lgan mintaqalarda meva-sabzavot mahsulotlarini bozorga yetkazishdagi muammolarni ko'rsatib o'tgan [9]. Ushbu mintaqalarda yashil logistik yechimlar (sovitgichli transport, qayta tiklanuvchi energiya asosidagi yetkazib berish tizimlari)



orqali mahsulotning fizik sifati va iqtisodiy qadriyatini saqlash mumkin. Bu esa bozorga bir xil va barqaror narxda mahsulot yetkazilishiga zamin yaratadi.

Milone va Ventura o'z tadqiqotlarida nested markets (bog'langan bozorlar) modelini taklif qilgan bo'lib, u meva-sabzavot ishlab chiqaruvchilarini ma'lum iste'mol guruhlariga yo'naltirilgan ekologik marketing strategiyalari orqali barqarorlashtirishni nazarda tutadi [10]. Bu model orqali ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlarini differensial narxlarida, ekologik afzalliklarini hisobga olgan holda realizatsiya qilishi mumkin.

Tripathi va hammualliflari tomonidan ishlab chiqilgan narxga sezgir ta'minot zanjiri modeli fermerlarga moslashuvchan yetkazib berish strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi [11]. Ularning modeliga ko'ra, real vaqtda narx axboroti asosida qarorlar qabul qilinadi, bu esa ta'minot hajmini bozor talabiga moslashtirishga va sun'iy narx tebranishlarining oldini olishga imkon beradi.

Mandalning tadqiqoti esa qiyin iqlim sharoitlariga ega bo'lgan mintaqalarda qishloq xo'jaligi barqarorligini ta'minlash uchun ekologik innovatsiyalarni joriy etish zarurligini ko'rsatadi [12]. Muallif ishlab chiqarish va narx tebranishlari o'rtasidagi murakkab bog'liqlikni tahlil qilib, yashil yondashuvlar yordamida agro-tizimda barqaror iqtisodiy muhit shakllanishini asoslaydi.

Yashil innovatsiyalarni agro-marketing strategiyalariga integratsiya qilish orqali meva-sabzavot mahsulotlari narxlari barqarorligini ta'minlash nazariy jihatdan asosli va amaliy nuqtayi nazardan zarur yondashuv hisoblanadi. O'rganilgan adabiyotlar va tahliliy natijalar shuni ko'rsatadiki, agro-marketing tizimidagi narx tebranishlari bir nechta omillar — raqamli axborot infrastrukturasi yetishmovchiligi, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi axborot nomutanosibli, logistika muammolari, mahsulotni saqlash va yetkazib berishdagi uzilishlar, shuningdek ekologik yondashuvlarning yetarli darajada qo'llanilmasligi bilan bevosita bog'liq.

Bunday sharoitda mahsulot narxining barqaror bo'lishi nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ahamiyatga ham ega. Xususan, meva-sabzavot mahsulotlari oddiy iste'mol bozori uchun kundalik zarurat sanalganligi sababli, ularning narxi faqat ishlab chiqaruvchilarga emas, balki keng aholi qatlamining oziq-ovqat xavfsizligiga ham ta'sir qiladi. Shu bois, agro-marketing tizimida yashil innovatsiyalarni keng joriy etish narx barqarorligini ta'minlashda muhim strategik vosita bo'lib xizmat qiladi.

Tahlillarga asoslanib, quyidagi ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqildi:

1. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish. Fermerlar va marketing tizimi ishtirokchilarini raqamli axborot platformalariga integratsiya qilish orqali real vaqtli bozor axborotlariga ega bo'lish imkoniyatini yaratish zarur. Bu orqali ular mahsulot hajmini, vaqtini va bozordagi narx dinamikasini asosli boshqara oladi.

2. Yashil logistikani shakllantirish. Sovitkichli transport vositalari, ekologik toza saqlash texnologiyalari, energiya tejankor qadoqlash tizimlarini yaratish va ommalashtirish orqali mahsulotning sifatini saqlab qolish, yetkazib berishdagi yo'qotishlarni kamaytirish va bozor ta'minotining uzluksizligini ta'minlash lozim.

3. Qiymat zanjirini kuchaytirish orqali ishlab chiqaruvchini marketing tizimiga faol jalb etish. Fermerlar mahsulotni nafaqat ishlab chiqaruvchi, balki uni qayta ishlovchi va to'g'ridan-to'g'ri iste'molchiga yetkazuvchi subyekt sifatida tizimda mustahkam o'ringa ega bo'lishi kerak. Buning uchun agrokooperatsiyalar va mahalliy klasterlar asosida ishlab chiqaruvchilarni birlashtirish samarali bo'ladi.

4. Ekologik brendlash va mahsulotni differensial narxlash. Ekologik toza ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sertifikatlash, eko-brendlar yaratish va maqsadli iste'mol segmentlariga yo'naltirish orqali mahsulotga nisbatan iste'molchi ishonchini oshirish va mahsulot narxini asosli ravishda differensiallashtirish imkoniyati yaratiladi.

5. Mahalliy sharoitlarga moslashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Tog'li va chekka hududlarda yashil logistika, mobil savdo punktlari va raqamli platformalarga asoslangan marketing usullarini ishlab chiqish orqali u yerlardagi ishlab chiqaruvchilarning bozorga kirish imkoniyatlarini kengaytirish mumkin.

6. Tizimli monitoring va narx barqarorligini tahlil qiluvchi raqamli tizimlarni ishlab chiqish. Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan onlayn monitoring tizimlari orqali narxlar dinamikasini kuzatib borish va ayniqsa mavsumiy tebranishlarga qarshi tezkor javob mexanizmlarini shakllantirish lozim.

7. Ta'lim va malaka oshirish dasturlarini yo'lga qo'yish. Fermerlar va agro-marketing tizimi ishtirokchilariga ekologik texnologiyalar, barqaror marketing strategiyalari va raqamli savodxonlik bo'yicha tizimli o'quv dasturlari orqali ko'nikmalarni oshirish zarur.

Mazkur takliflar nazariy tahlil natijasida ishlab chiqilgan bo'lib, ular agro-marketing tizimini ekologik, iqtisodiy va texnologik yondashuvlar asosida optimallashtirishga xizmat qiladi. Shu asosda meva-sabzavot mahsulotlari bozorida narxlarning ortiqcha tebranishlarini kamaytirish, ishlab chiqaruvchilarning barqaror daromad olishini ta'minlash va keng iste'molchilar qatlamining oziq-ovqat xavfsizligiga hissa qo'shish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Phadtare, P. (2014). A critical analysis of agro marketing strategies with special reference to fruit and vegetable processed products. Retrieved from http://14.139.111.203/moodle/pluginfile.php/1403/mod_resource/content/0/ Pushkar%20Phadtare.pdf
2. Sinha, S. K. (2019). Impact of ICT in agro marketing for farmers in Banki Block, Cuttack, Odisha. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/66809746/Dissertation.pdf>



3. Vyas, D. N., & Gupta, R. T. (2021). A need for structural change in agro marketing in India. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/361901883_A_Need_for_Structural_Change_in_Agro_Marketing_in_India
4. Kaseeva, G. (2013). Processor driven integration of small farmers into value chains in Kyrgyzstan. Food and Agriculture Organization. Retrieved from <https://openknowledge.fao.org/bitstreams/05d6e966-1ef5-4b3c-9579-c889cd79e909/download>
5. Ali, A., Xia, C., Ismaiel, M., Ouattara, N. B., & Mahmood, I. (2021). Analysis of determinants to mitigate food losses and waste in developing countries: Empirical evidence from Egypt. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 26, 1105–1120. <https://doi.org/10.1007/s11027-021-09959-0>
6. Albu, M., & Griffith, A. (2006). Mapping the market: Participatory market-chain development in practice. Retrieved from https://beaexchange.org/media/filer_public/3f/5c/3f5cf5d9-c3d3-45b8-a2fa-bc2262c0c7c5/evidence_mappingthemarket.pdf
7. Ghosh, N., Rajeshwor, M., & Vinit, P. K. (2019). Towards one agricultural market in India: Does the ICT help? In Maiti, D. (Ed.), *Digitalisation and Development* (pp. 203–220). Springer. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/338320003>
8. UN ESCAP. (2008). A feasibility study on the application of green technology for sustainable agriculture development. United Nations ESCAP. Retrieved from <https://repository.unescap.org/handle/20.500.12870/4596>
9. Sharma, K., Kumar, R., & Kumar, A. (2022). Himalayan horticulture produce supply chain disruptions and sustainable business solution—a case study on kiwi fruit in Uttarakhand. *Horticulturae*, 8(11), 1018. <https://doi.org/10.3390/horticulturae8111018>
10. Milone, P., & Ventura, F. (2024). Nested markets and the transition of the agro-marketing system towards sustainability. *Sustainability*, 16(7), 2902. <https://doi.org/10.3390/su16072902>
11. Tripathi, P. K., Singh, C. K., Patel, S., & Singh, R. (2023). Designing demand-driven price-sensitive supply chain model for Indian farmers. *Vision: The Journal of Business Perspective*. <https://doi.org/10.1177/09722629231178649>
12. Mandal, S. (2019). Risks and profitability challenges of agriculture in Sundarbans, India. In Maiti, D. (Ed.), *A Disaster-Prone Eco-Region* (pp. 179–196). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00680-8_12



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 10-maxsus son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>



ISBN 978-9910-8407-4-6



9 789910 840746