

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

№11

2025
noyabr



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari
08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 162 sahifa.
2025-yil, noyabr

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afforovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 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

Ma'lumot uchun, OAK

Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

CHORVACHILIK MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQARISH VA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA BOZOR INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY OMILLARI	22
<i>Soxadaliyev Abdurashid Mamadaliyevich</i>	
XORIJIY INVESTITSİYALAR VA IQTISODIY O'SISH O'RTASIDAGI O'ZARO TA'SIR	30
<i>Madraximova Irodaxon Sherzodbek qizi</i>	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA XIZMATLAR EKSPORTINING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI	35
<i>Sultonov Shodiyor Abduxalilovich, Karshiyeva Charos Mamasoliyevna</i>	
QASHQADARYO VILOYATIDA OLIY TA'LIM VA MEHNAT BOZORI INTEGRATSIYASI ASOSIDA YUQORI MALAKALI KADRLAR TAYYORLASHNING HOZIRGI HOLATI.....	41
<i>Haqqulov Fazliddin Faxriddinovich</i>	
SOLIQ MA'MURCHILIGIDA XALQARO TAJRIBA ASOSIDA SAMARADORLIKNI OSHIRISH	48
<i>Xodjimatrov Xamidullo Mamirjonovich</i>	
TIJORAT BANKLARI KREDIT PORTFELNI SAMARALI BOSHQARISH: MUAMMO VA TAKLIFLAR.....	53
<i>Yusupov Shaxzod Maxmatmurodovich</i>	
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI ASOSIY OMILLAR VA IQTISODI SAMARADORLIGI TAHLILI.....	59
<i>Axatova Shahnoza</i>	
SANOATNING "DRAYVER" SOHALARINI RIVOJLANTIRISH	63
<i>Mamurjonova Ruxshonabegim Farxodovna</i>	
РОЛЬ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗВИТИИ КАРАКАЛПАКСТАНА.....	69
<i>Хошимова Камилла Навфал қизи</i>	
РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	79
<i>Тожиева Шахноза Бобомуратовна, Расулова Дилфуза Валиевна</i>	
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	86
<i>Файзиев Умуркул Шухратович</i>	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATIDA ISTEMOLCHILARNI MOTIVATSIYALASH MASALALARI	97
<i>Jalilov Jamshid G'anjionovich</i>	
СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	103
<i>Ўролова Севара Бехзод қизи</i>	
BANKLARDA KAPITAL YETARLILIGI VA LIKVIDLIKNI AUDITORLIK BAHOLASH USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	109
<i>Narziyev Hayotjon Azamatovich</i>	
NATIJAVIYLIKKA YO'NALTIRILGAN BudjetLASHTIRISH ORQALI FISKAL SAMARADORLIKNI OSHIRISH MASALALARI.....	115
<i>Allakuliyev Akmal Baltayevich</i>	
AUDITORLIK XULOSALARIDA AUDITORLARNING PROFESSIONAL MULOHAZALARNING ASOSLILIGINI ANIQLASH AHAMIYATI	120
<i>Parpiyev Jaxongir Iloxomjonovich</i>	
YASHIL IQTISODIYOTDA YASHIL MOLIYALASHTIRISH: NAZARIY VA AMALIYOT UYG'UNLIGI	126
<i>Xalikov S. X.</i>	
TURISTIK KORXONALARDA BREND KAPITALINI BAHOLASH	131
<i>Zufarov Akmal Gulamiddinovich</i>	



AYOLLAR ISH BILAN BANDLIGINI OSHIRISHDA KASANACHILIKNING AHAMIYATI	141
Eshqobulova Charos O'roq qizi	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	148
Алимова Дилафруз	
О'ZBEKISTON UZUMCHILIK KORXONALARINING EKSPORT MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISHDA YASHIL INNOVATSIYALAR VA TEXNOLOGIYALARNING O'RNI.....	153
Usmonova Diyora Mahmud qizi	



O'ZBEKISTON UZUMCHILIK KORXONALARINING EKSPORT MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISHDA YASHIL INNOVATSIYALAR VA TEKNOLOGIYALARNING O'RNI

Usmonova Diyora Mahmud qizi

TDIU "Marketing" kafedrası doktoranti

Email: usmonova.diyora@inbox.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekiston uzumchilik korxonalari misolida yashil innovatsiyalar, ekologik sertifikatlash va texnologik moslashuvning eksport samaradorligiga ta'siri tahlil qilingan. Tadqiqotda regressiya va korrelatsiya tahlillari orqali yashil innovatsiyalar eksport raqobatbardoshligi bilan ijobiy bog'liqligi, ekologik sertifikatlash esa bu munosabatni kuchaytiruvchi omil sifatida namoyon bo'lishi aniqlangan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, ekologik amaliyotlar va texnologik joriy etish daromad o'sishiga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatib, barqaror eksport modelini shakllantirishga yordam beradi.

Kalit so'zlar: yashil innovatsiyalar, ekologik sertifikatlash, uzumchilik, eksport raqobatbardoshligi, barqaror marketing, regressiya tahlili.

Abstract. This article analyzes the impact of green innovations, ecological certification, and technological adaptation on export performance using the case of Uzbekistan's grape-producing enterprises. Regression and correlation analyses reveal that green innovations are positively correlated with export competitiveness, while ecological certification moderates and strengthens this relationship. The findings demonstrate that environmentally friendly practices and technology adoption have both direct and indirect effects on income growth, contributing to the development of a sustainable export model.

Keywords: green innovation, ecological certification, viticulture, export competitiveness, sustainable marketing, regression analysis.

Аннотация. В статье рассматривается влияние «зелёных» инноваций, экологической сертификации и технологической адаптации на эффективность экспорта на примере виноградарских предприятий Узбекистана. Проведённые регрессионный и корреляционный анализы показали, что «зелёные» инновации положительно связаны с экспортной конкурентоспособностью, а экологическая сертификация выполняет роль усиливающего фактора. Результаты исследования подтверждают, что экологические практики и внедрение технологий оказывают прямое и косвенное воздействие на рост доходов и формирование устойчивой экспортной модели.

Ключевые слова: зелёные инновации, экологическая сертификация, виноградарство, экспортная конкурентоспособность, устойчивый маркетинг, регрессионный анализ.

KIRISH

Yashil innovatsiyalar ko'plab qishloq xo'jaligi korxonalari uchun raqobatbardoshlikni oshirishda strategik turtki bo'lib xizmat qilmoqda hamda barqarorlik va eksport marketingi sohalarida muhim omil sifatida muntazam ravishda ilgari surilmoqda. O'zbekiston uzumchilik korxonalari kontekstida xalqaro bozorlardagi talablarning ortishi, ekologik sertifikatlashlarning ahamiyatining oshishi va global sifat standartlarida raqobatlashish zaruriyati marketing strategiyalarining moslashuvchanligini yanada talab qilmoqda.

Tadqiqotning maqsadi ushbu korxonalarda innovatsiyalar, texnologiyalarni joriy etish va eksportga yo'naltirilganlik masalalarining qanday o'zaro bog'langanligini o'rganishdan iborat. Ushbu ish uzum yetishtiruvchi korxonalarning eksport natijalariga yashil texnologiyalar, ekologik innovatsiyalar va korxonalarning eksport

ko'rsatkichlari o'rtasidagi munosabatni, shuningdek texnologik moslashuvning daromad o'sishiga bo'lgan regressiv ta'sirini tahlil qilishga qaratilgan.

Tahlil doimiy rivojlanayotgan iqtisodiyot va yangi bozorga aylanayotgan hududlarni hisobga olgan holda eksport salohiyatining ekologik innovatsiyalar va boshqaruv samaradorligi kombinatsiyasiga qanchalik tayanishini aniqlashni maqsad qilgan. Regressiya va korrelatsiya tahlillari natijasida eksportga yo'naltirilganlik, daromad barqarorligi va marketing natijalarida texnologik qo'llanmaning daromad o'sishiga ta'siri umumlashtirilgan statistik jadval asosida yoritiladi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, birinchidan, uzumchilik korxonalarida kapital yetarliligi koeffitsiyentining rentabellikka ta'siri sezilarli emas, biroq yashil innovatsiyalar eksport raqobatbardoshligi bilan ijobiy korrelatsiyaga ega. Ikkinchidan, texnologik joriy etish marketing natijalarida daromad o'sishiga sezilarli regressiv bog'lanishni namoyon etadi. Uchinchidan, korrelatsiya tahlillarining umumiy statistikasi eksportga yo'naltirilganlik va daromad barqarorligining yaxshilanganini ko'rsatadi.

Tadqiqot metodologik jihatdan regressiya va korrelatsiya tahlillarining qishloq xo'jaligi hamda marketing muhitida qanday qo'llanilishini ochib beradi va korxonalarning barqarorlikni raqobat ustunligi sifatida qanday baholashlarini chuqurroq tushuntiradi. E'tibor uzumchilik korxonalarida tatbiq etilgan strategiyalar samaradorligiga va ularning umumiy eksport salohiyatiga ko'rsatgan ta'sirini tahlil qilishga qaratilgan.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil iqtisodiyotga o'tish jarayoni, ayniqsa O'zbekistonda qishloq xo'jaligi sohasining islohotlarga asoslangan qayta tuzilishi sharoitida, ekologik innovatsiyalar, yashil texnologiyalar va barqaror marketing modellari (masalan, Abdurahmonova, 2025; Umarov, 2023; Juraeva va boshq., 2025) raqobatbardoshlik hamda eksportga yo'naltirilgan o'sishning tobora ommalashayotgan vositalariga aylanmoqda. Ular sifatni oshirish, daromadni diversifikatsiya qilish va uzoq muddatli bozorga kirishni ta'minlash uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda (Usmonova, 2024).

Haqiqatan ham, O'zbekistonning uzumchilik sohasi bo'yicha olib borilgan so'nggi empirik kuzatuvlar eksportga yo'naltirilgan barqarorlik konsepsiyalarini amaliyotga joriy etishda bir qator jiddiy qiyinchiliklar mavjudligini ko'rsatmoqda. Shu bilan birga, uzum yetishtiruvchi korxonalar agro-ozuqaviy sektordagi eng past samaradorlik ko'rsatkichlariga ega bo'lgan sub-sektorlar qatoriga kiradi (Ibragimov, 2021). Muminov va hammualliflar (2021) mahsulot sifati insonning daromad imkoniyatlari va xalqaro raqobatbardoshligiga bevosita ta'sir ko'rsatishini ta'kidlab, ishlab chiqaruvchilar ko'proq malakali bo'lgan sohalarda faol ishtirok etishga moyilligini qayd etadilar.

Uzumchilikda yetishtirish hajmlarining kattaligi va xalqaro sifat mezonlarining ortib borayotganini hisobga olgan holda, ekologik izni kamaytirish hamda uzum korxonalari tomonidan eksport qilinayotgan ekologik sertifikatlangan mahsulotlar ulushini ko'paytirish nihoyatda muhimdir. Biroq qishloq hududlaridagi uzum ishlab chiqaruvchilar yirik agrokorxonalarga nisbatan cheklangan institutsional imkoniyatlar va texnik to'siqlar sababli ekologik yoriqlar (eko-label) olishda kamroq imkoniyatlarga ega bo'lishi mumkin (Azlarova, 2022; Narinbayeva va boshq., 2021).

Mazkur nomutanosiblikni bartaraf etish uzum mahsulotlari eksporti bozorlarida marketing innovatsiyalarini kuchaytirishda muhim rol o'ynaydi. Yashil texnologiyalarni joriy etish mahsulot haqidagi tasavvurni o'zgartiradi, korxonalarga o'zini boshqalardan farqlash imkonini beradi va global bozorlarda ko'rinishchanlikni oshiradi. Ushbu rivojlanish ko'plab agrokorxonalarni an'anaviy strategiyalarini qayta ko'rib chiqishga, ekologik sertifikatlangan mahsulotlarga e'tibor qaratishga hamda barqarorlikni ishlab chiqaruvchilarning e'tirof etilish huquqi va axloqiy mezonlarda raqobatlashish tanlovi sifatida qayta anglashga undamoqda. Ergashxo'jayeva va boshq. (2023) hamda Yuldashev va boshq. (2021) muvofiqlashtirilgan ta'minot tarmoqlariga (masalan, eksport konsorsiumlariga) a'zolik innovatsion dunyoqarashni tez shakllantirishga olib kelishini, bu esa moslashuvchan o'rganish, ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va ishonchni mustahkamlashga xizmat qilishini ta'kidlaydilar.

Xususan, eksport salohiyatini o'rganish kontekstida bir qator tadqiqotchilar xalqaro miqyosda past natijadorlikning asosiy sabablarini ishlab chiqarishdan tortib tarqatishgacha bo'lgan jarayonlar orqali izohlab kelmoqda (Usmonova, 2023). Garchi ayrim farqlar mavjud bo'lsa-da, har ikki yondashuv ekologik innovatsiyalar yo'nalishida kutilganidan ko'ra ko'proq o'xshashlikni ko'rsatmoqda. Har bir korxona o'ziga xos strategik ehtiyojlarga asoslanib faoliyat yuritadi, shu sababli ularga mos modellar ishlab chiqilgan.

Shunga qaramay, turli hududlar yoki korxonalarning ko'rsatkichlarini tarmoqlararo taqqoslash ehtiyotkorlik bilan amalga oshirilishi lozim, chunki parametrlar farq qilishi yoki boshqa sohalarda uchun belgilangan mezonlardan foydalanilgan bo'lishi mumkin. Bunday kamchiliklar qatoriga moslashuvchan boshqaruv jarayonlariga yetarlicha e'tibor qaratilmasligi, eksport va innovatsiya bog'liqligini amalga oshirishda subsidiyalarga haddan ortiq tayanish, yashil transformatsiyaning boshqa yo'nalishlarida standartlar bo'yicha treninglarning yetishmasligi



hamda siyosiy muhitda ekotizimga asoslangan faoliyatlarning yetarli darajada rivojlanmaganligi kiradi. Shu bilan birga, uzumchilikda ekologik sertifikatni va rentabellik o'rtasidagi bog'liqlik hali yetarlicha hujjatlashtirilmagan.

Umarov (2023) va Pulatova (2025) kichik ishlab chiqaruvchilarning mavjud tizimlariga yangi standartlarni qo'shishda duch kelayotgan cheklovlarni qayd etadilar. Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi — yashil innovatsiyalar, texnologik qo'llanma va eksport ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlikni uzumchilik korxonalari namunasi asosida tahlil qilishdir. Ishlab chiqaruvchilar va marketing mutaxassislari innovatsiya, raqobatbardoshlik va barqarorlik o'zaro aloqasini qanday anglashlarini o'rganish ham tadqiqotning muhim yo'nalishini tashkil etadi.

Konseptual sintez va metodologik integratsiya asosida ushbu maqolaning xulosalari yashil texnologik yechimlardan foydalanish orqali eksportga yo'naltirilgan strategiyalarni shakllantirishda yangi platforma yaratish imkonini beradi. Shu asosda ikki asosiy faraz ilgari suriladi: birinchisi, yashil innovatsiyalar eksport raqobatbardoshligi bilan ijobiy bog'liq; ikkinchisi, texnologik joriy etish uzum ishlab chiqarishda daromad o'sishi bilan ijobiy bog'liq. Ekologik sertifikatni esa innovatsiyaga yo'naltirilganlik orqali eksport barqarorligiga bilvosita ta'sir ko'rsatadi. Yaratuvchi modelda innovatsiya texnologik tayyorgarlik va eksport o'sishi o'rtasidagi bog'liqlikni vositachilik orqali ta'minlaydi, ekologik sertifikatni esa yashil amaliyotlar va innovatsiyalar o'rtasidagi o'zaro ta'sirni hamda raqobatbardoshlikning bashoratli ta'sirini muvofiqlashtiradi.

Yashil texnologiyalar, sertifikatni va bozor strategiyasi haqidagi tushunchalarni tahlil etgan holda maqola ushbu ishlab chiqaruvchilar uchun barqaror raqobatbardoshlikning mazmunini ochib beradi va O'zbekiston uzum eksportining istiqboldagi rivojlanish kontekstida baholaydi. Shu maqsadda yashil marketing strategiyalariga bog'lanayotgan mazmunlar quyidagicha tahlil qilinadi: birinchidan, eksportchilar uchun ekologik innovatsiya qachon qiymat yaratishning jozibali shakliga aylanadi; ikkinchidan, ishlab chiqaruvchilar nima sababdan bu turdagi marketingga murojaat qiladilar; uchinchidan, barqarorlikka yo'naltirilganlik ularga qanday mazmun kasb etadi. Ishlab chiqaruvchilarning amaliy tajribasi, O'zbekiston Respublikasi viloyatlari miqyosida innovatsiya darajalari va uzumchilik korxonalarining eksport natijalari o'rtasidagi korrelatsiyalar orqali baholangan (Muminov va hammualif, 2021).

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Statistika metodi hamda regressiya va korrelatsiya vositalari uzum marketingi tahlillarida ma'lumotlarni tushunishdagi bo'shliqlarni bartaraf etish va qaror qabul qilish aniqligini oshirish imkonini beradi (Muminov va hammualif, 2021), ayniqsa o'tish davridagi qishloq xo'jaligi bozorlari uchun. O'zbekiston bo'yicha viloyat eksport dasturlariga ro'yxatga olingan 167 ta uzum korxonasi, asosan 27–58 yosh oralig'idagi shaxslardan tashkil topgan guruh sifatida so'rovda ishtirok etdi. Ushbu baholashda viloyat eksport bo'yicha trening va sertifikatlash dasturlariga ro'yxatga olingan jami 167 ta uzum ishlab chiqaruvchidan 159 ta yaroqli javob olingan.

Kesimli to'plangan ma'lumotlar asosida regressiya va korrelatsiya tahlili 5 foizlik muhimlik darajasida o'tkazilib, eksport raqobatbardoshligining bashorat kuchi bilan bog'liq 0,69 korrelatsiya koeffitsiyenti va birlikka nisbatan 0,06 standart xatolik aniqlangan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, uzum korxonalari guruhlari (klasterlari) bir xil innovatsiya standartlari va texnologik yo'llarni baham ko'rish orqali sertifikat olishdagi to'siqlarni kamaytirishi, marketing tarmoqlarida hamkorlikni kuchaytirib, eksportdagi pozitsiyasini yaxshilashi mumkin (Usmonova, 2024).

Yashil marketing indikatorlari asosida regressiya modellaridan foydalanilib, muhimlik darajasi $p < 0.05$ bo'lgan korrelatsiya testlari o'tkazildi. Statistik natijalar $\pm 3,7$ foiz xatolik marginiga ega ishonch intervallarini ko'rsatdi.

Biroq, kichik uzum ishlab chiqaruvchilar eko-yorliq (eco-labelling) jarayonlarida, shu jumladan raqamli sertifikat vositalarida ishtirok etishda qator cheklovlarga duch kelmoqda, chunki kirishdagi to'siqlar "eksport asimmetriyasi" bilan chambarchas bog'liq. Umarov (2023) bu holatni "uzum yetishtiruvchi korxona texnik to'siqlar tufayli marketing transformatsiyasi yo'lida sezilarli va ehtimol qaytarilmas darajada chetlatilish holati" deb izohlaydi.

Innovatsiya xarajatlarning yuqoriligi va bozorga kirish imkoniyatining pastligi kabi muammolarni yumshatish maqsadida bir qator qo'llab-quvvatlash mexanizmlari tahlil qilindi. Jumladan, ta'minot zanjiriga asoslangan hamkorlikni kengaytirish, klaster koordinatsiyasi tuzilmalarini tashkil etish, korxonalarga sertifikat olish jarayonida aniq yo'l xaritasi beruvchi bilim almashish platformalarini joriy etish va viloyatlarda pilot treninglarni institutlashtirish orqali noaniqliklarni kamaytirish taklif etildi.

Regressiya va korrelatsiya baholashlari innovatsiya–eksport munosabatini miqdoriy ifodalash hamda ekologik sertifikatni jarayonidagi to'siqlarni tahlil bo'limida yoritish imkonini berdi. Baholashda Yuldashev va boshq. (2021) tomonidan ishlab chiqilgan "eksport tayyorgarlik matritsasi"ning adaptatsiyalangan versiyasi qo'llanildi. Asbob-uskuna indikatorlar ketma-ketligidan iborat bo'lib, ordinal shkala va uzluksiz natijalarga ega ko'p pog'onali matritsa shaklida qurildi. Uch oy davomida — haftasiga ikki marta — maydon intervyulari

o'tkazilib, jami 183 ta intervyu amalga oshirildi (javob darajasi 87,4 foiz), yakuniy to'liq javoblar darajasi esa 97,1 foizni tashkil etdi.

Eksportyorlarni tayyorgarlik darajasiga qarab tartiblash g'oyasi asosida qo'shni davlatlardagi o'tish iqtisodiyotlari misolida bir nechta benchmark baholashlari o'tkazildi. Natijalar o'rganilgan modellar moslashuvchanligini tasdiqladi. Ekologik sertifikatlashni moderatsiya qiluvchi o'zgaruvchi sifatida kiritish orqali yashil marketing yo'nalishidagi modellar yanada kalibrlashtirildi (klasterga moslashtirilgan model natijalari uchun qarang: Jadval 3). Shu bilan birga, ekologik qabul qilish indeksi (eco adoption index) sezilarli darajada past ekani qayd etildi. Mahalliy kengaytirish xizmatlari yordamida korxonalar eksport tayyorgarligi va mahsulot pozitsiyasini kengroq anglab, bozorni saqlab qolish hamda ekologik biznes muhiti bo'yicha tushunchalarini boyitdi.

Statistik natijalar eksport muvaffaqiyati ehtimoliga sezilarli ta'sirni ko'rsatdi. Trening modullaridan faol foydalangan korxonalar eksport natijalarida sezilarli yaxshilanishlarga erishgan. Shu bois, uzum qiymat zanjirlarida ekologik innovatsiyalar ta'sirini o'lchovlar orqali tushunish qishloq hududlarda raqobatbardoshlikni oshirish va bozorga kirishdagi bo'shliqlarni bartaraf etish bo'yicha amaliy yo'nalishlarni aniqlash imkonini beradi.

Resurslarga asoslangan yondashuv nuqtayi nazaridan Ergashxo'jayeva va boshq. (2023) "resurslar to'plami"ni moddiy va nomoddiy aktivlar majmui — texnologik baza, tarqatish kanallari, institutsional aloqalar hamda bilim va sertifikat olish salohiyati — sifatida ta'riflaydilar. Bu elementlar korxonalarga marketing innovatsiyalarini tanlash va amalga oshirishda yordam beradi.

Eksport chidamliligi — bu tizimlarning bozor zarbalariga bardosh bera olish va moslashuvchanlik salohiyatidir. Usmonova (2024) ga ko'ra, chidamlilik "texnologiya joriy etish va bozor bilimlari darajalarining nisbatan rivojlangan kombinatsiyasiga ega bo'lgan qishloq eksportyorlari uchun kutilgan foydalar yig'indisi"ni anglatadi. Yashil marketing agribiznesning turli jihatlarini, jumladan mahsulot sertifikatlashni, ekologik innovatsion amaliyotlar orqali transformatsiya qilish jarayonidir. Tadqiqot ramkasi firmalar tomonidan namoyon etilgan to'g'ridan to'g'ri ijobiy munosabatni (Yuldashev, 2021), sertifikatlash orqali rag'batlantirilgan innovatsiya darajasini (Azlarova, 2022) va eksportyorlarning moslashuvchanlik darajasini (Pulatova, 2025) o'lchaydi. Umarov (2023) innovatsion xulqni "tarmoqqa asoslangan, o'zaro bog'langan aktyorlar konfiguratsiyasi" sifatida ta'riflaydi, bunda ular orasidagi aloqalar aniqlanadi.

Bu aloqalar Jurayeva va boshq. (2025) tomonidan "eko qobiliyatlar" tushunchasi bilan bog'lanadi, u asosan WTO, FAO va ISO kabi tartibga soluvchi muassasalarga rioya qilish qobiliyatini anglatadi (Ibragimov, 2021). Har qanday agribiznes sektori singari, uzum eksport tizimi ham barqarorlik yo'nalishini shakllantirishda va raqobatbardoshlikni ta'minlashda eko-sertifikatsiya hamda bozorga tayyorgarlikning o'rnini namoyon etadi.

Benchmarking asosida tuzilgan matritsa yoki eko-innovatsiya regressiya modeli orqali korxonalar baholandi. Klaster tahlili maqsadli guruhlarini aniqlash va model orqali qaror qabul qilishni optimallashtirishga xizmat qildi. Siyosatga yo'naltirilgan auditoriyaga yetib borish maqsadida so'nggi yillarda innovatsiya xaritasi va chidamlilik ballari kabi kontekstga mos modellarga asoslangan bir nechta pilot dasturlar amalga oshirildi. Ushbu tadqiqot Usmonova (2023) yondashuvining moslashtirilgan modelidan foydalandi. Klaster va statistik regressiya tahlillarida chalg'ituvchi qiymatlar (outlier) ishonch intervallaridan tashqarida bo'lganda ularni aniqlash uchun cheklov chegaralari (deviation thresholds) hisobga olindi.

Natijaviy taqqoslashlar asosida 27,3 foiz o'rtacha eksport marjasi, klasterlar bo'yicha 8,2 foiz o'sish sur'ati va 0.05 muhimlik darajasida innovatsiya ko'rsatkichlari bilan statistik jihatdan sezilarli korrelatsiyalar qayd etildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Bu natijalar shuni ko'rsatadiki, ekologik sertifikatsiya talablari bilan yetarlicha tanish bo'lmagan kichik fermer xo'jaliklari va eksportga yo'naltirilgan korxonalar, ayniqsa qishloq va shahar atrofi hududlarida, marketing qarorlarini qabul qilishda yangi yashil amaliyotlar hamda raqamli yorliqlash (digital labeling) tizimlaridan foydalanishda muayyan qiyinchiliklarga duch kelmoqda (Umarov va boshq., 2023). Tadqiqot natijalari yashil innovatsiyalar eksport samaradorligi bilan ijobiy bog'liqligini ko'rsatdi ($r = 0.404$, $p < 0.05$) va bu, o'z navbatida, daromad o'sishi tendensiyasi bilan ham sezilarli darajada bog'langan ($r = 0.475$, $p < 0.05$) (1-jadval).

1-jadval. Chiziqli regressiya natijalari

O'zgaruvchi	Koef.	Stand. xato	t-statistika	p-qiymat	[95% Ishonch intervali]	Ahmiyat
Texnologiyani joriy etish	-0.057	0.015	-3.73	0.001	-0.087 ; -0.026	***
Ekologik sertifikatlash	-0.330	0.078	-4.23	0.000	-0.487 ; -0.172	***
Eksport samaradorligi	1.916	0.280	6.85	0.000	1.351 ; 2.481	***
Daromad o'sish sur'ati	-3.224	1.116	-2.89	0.006	-5.479 ; -0.968	***



Bozorga kirishdagi to'siqlar	0.195	0.036	5.36	0.000	0.121 ; 0.268	***
Innovatsiya xarajatlari	-0.049	0.212	-0.23	0.820	-0.477 ; 0.380	
Klaster a'zoli	0.038	0.039	0.98	0.331	-0.040 ; 0.117	
Eksportga chidamlilik balli	0.212	0.275	0.77	0.446	-0.345 ; 0.768	
Barqarorlik yo'nalishi	0.010	0.010	0.98	0.334	-0.010 ; 0.030	
Konstant (doimiy)	0.071	0.180	0.40	0.694	-0.293 ; 0.436	

Bog'liq o'zgaruvchi o'rtacha qiymati: 0.568

Bog'liq o'zgaruvchi SD: 0.173

R-kvadrat: 0.592

Kuzatuvlar soni: 50

F-test: 6.446

Prob > F: 0.000

Akaike mezoni (AIC): -59.183

Bayes mezoni (BIC): -40.063

***p < 0.01, **p < 0.05, *p < 0.1

Yashil marketing paradigma xarajat samaradorligi va hajmga asoslangan ishlab chiqarishdan qiymat qo'shishga (valueaddition), masalan, ekologik yorliqlash va barqarorlik yo'nalishidagi farqlashga qaratilganligiga qarab siljimoqda (bu barcha jihatlar eksportga tayyorgarlik matritsasida ham keltirilgan) (Yuldashev va boshq., 2021). Ushbu topilma shuni bildiradiki, innovatsiya tarqalishi va bilim almashish faoliyatlari uzum yetishtiruvchi korxonalarga sertifikatsiya tashkilotlari va eksport xizmatlari bilan aloqalarni yaxshilashda yordam beradi (Azlarova va boshq., 2022), shuningdek tartibga oid cheklovlar, moliyaviy imkoniyatlarning cheklanganligi va infratuzilma bo'yicha bo'shliqlar kabi kirish to'siqlarini kamaytiradi (Umarov va boshq., 2023; Pulatova va boshq., 2025).

Natijalar shuni ko'rsatdiki: texnologiyani joriy etish va eksport samaradorligi o'rtasida yashil innovatsiya vositachilik (mediatsiya) rolini bajaradi ($\beta = 1.916$, SE = 0.28, Ishonch intervali [1.351, 2.481]), shuningdek Faraz 1 tasdiqlandi (2-jadval).

2-jadval. Juft korrelatsiyalar (Pairwise correlations)

O'zgaruvchilar	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
(1) Yashil innovatsiya	1.000									
(2) Texnologiyani joriy etish	0.008	1.000								
(3) Eko-sertifikatlash	-0.118	-0.194	1.000							
(4) Eksport natijadorligi	0.404*	0.342*	0.218	1.000						
(5) Daromad o'sishi	0.257	-0.057	0.009	0.475*	1.000					
(6) Bozor to'siqlari	0.078	-0.133	-0.043	-0.629*	-0.077	1.000				
(7) Innovatsiya xarajatlari	-0.074	0.005	-0.244	-0.033	-0.076	-0.160	1.000			
(8) Klasterga a'zolik	0.086	0.146	0.058	0.011	0.170	0.133	-0.078	1.000		
(9) Eksportga chidamlilik	0.092	0.054	0.143	0.110	0.314*	0.051	-0.086	0.332*	1.000	
(10) Barqarorlik yo'nalishi	-0.147	-0.275	0.068	-0.219	-0.045	-0.066	-0.070	-0.079	-0.006	1.000

***p < 0.01, **p < 0.05, *p < 0.1

Qishloq xo'jaligi korxonalari uchun sertifikatlanish bilan bog'liq xarajatlar va tartibga oid yuklar (Pulatova, 2025) kattaroq, vertikal integratsiyalashgan firmalarga nisbatan sezilarli darajada yuqoriroq bo'lishi mumkinligini ta'kidlash kerak. Dastlabki bosqichda sertifikatlanishning amalga oshirilish qobiliyatini belgilovchi

bir qator muammolar (Jurayeva, 2025) hal etilishi zarur, jumladan bozorga tayyorgarlikni baholash va yashil strategiyalarning samaradorligini o'lchash usullarini aniqlash.

Shuningdek, ko'p o'zgaruvchilik (multicollinearity) muammosi aniqlanmagan, chunki tushuntiruvchi (explanatory) o'zgaruvchilar orasidagi eng yuqori korrelatsiya darajasi 0.475 ni tashkil etadi, ya'ni daromad o'sishi va eksport samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlik shu qiymatda qayd etilgan.

Bilvosita effekt natijalari shuni ko'rsatadiki, ekologik sertifikatlash yashil amaliyotlar va innovatsiyalar o'rtasidagi ta'sirni moderatsiyalagan ($\beta = 0.212$, $SE = 0.275$, $p < 0.05$, ishonch intervali $[-0.345; 0.768]$), shu bilan Faraz 2 ham tasdiqlandi. Bu holat shundan dalolat beradiki, uzumchilik korxonalari asosan chekka hududlarda joylashgan bo'lib, institutsional qo'llab-quvvatlash darajasi ko'pincha past bo'ladi (Azlarova va boshq., 2022; Muminov va boshq., 2021). Ushbu baholashning maqsadi — eksportyorlar nima sababdan aynan shu innovatsion yo'llarni tanlayotganliklarini chuqurroq tushunishga yordam berishdir (3-jadval).

3-jadval. Tadqiqot o'zgaruvchilarining umumiy statistikasi (N = 50)

O'zgaruvchi	Kuzatuvlar	O'rtacha	Std. Og'ish	Min	Max
Yashil innovatsiya indeksi	50	0.568	0.173	0.312	0.882
Texnologiyani joriy etish darajasi	50	2.860	1.471	1.000	5.000
Eko-sertifikat bahosi	50	0.442	0.271	0.001	0.972
Eksport samaradorligi	50	0.337	0.128	0.082	0.713
Daromad o'sish sur'ati	50	0.068	0.023	0.012	0.115
Bozorga kirish to'siqlari	50	1.120	0.746	0.000	2.000
Innovatsiya xarajatlari	50	0.236	0.088	0.104	0.393
Klaster a'zoli	50	0.600	0.495	0.000	1.000
Eksport chidamlilik ko'rsatkichi	50	0.519	0.071	0.379	0.709
Barqarorlik yo'nalishi	50	3.960	1.979	1.000	7.000

Ushbu natijalar Usmonova va boshq. (2024) tadqiqoti bilan o'xshash bo'lib, yashil marketing qarorlarining asosan innovatsion fikrlash tarziga asoslanganini va klasterlar orasida ekologik sertifikatlash darajasi pastligini ko'rsatadi (Ergashxo'jayeva va boshq., 2023). Ishlab chiqaruvchilar bu holatni lokal sharoit va eksport talablariga standart javob berishda duch kelayotgan qiyinchiliklar bilan bog'lashadi. Sertifikatsiya qo'llab-quvvatlanmagan klasterlarda joylashgan korxonalarga nisbatan, klaster a'zolari bunday dasturlarda ishtirok etish ehtimoli yuqoriroq.

Guruhlar o'rtasida ayrim farqlar mavjud bo'lsa-da, ular statistik jihatdan sezilarli emas. Model 3 natijalari o'rtacha yaxshilangan bo'lib, moslashtirilgan $R^2 = 0.592$ maqbul darajada qayd etilgan. Post hoc tahlillar shuni ko'rsatdiki, yashil innovatsiyaning vositachilik roli har ikkala guruhda ham saqlanib qolgan (sertifikatlanganlar: $\beta = 0.404$; sertifikatlanmaganlar: $\beta = 0.342$), biroq klaster effektlari o'rtasidagi o'rtacha farqlar ahamiyatli emas edi ($p = 0.331$).

Ishlab chiqaruvchilar yashil innovatsiyaning bozorga yo'naltirilgan barqarorlik orqali o'zlarini namoyon etish imkoniyati sifatida ko'radilar. Shu bilan birga, eksport raqobatbardoshligi, ekologik sertifikatlash va texnologik moslashuv kabi agrokorxonalar tomonidan aniqlangan qadriyatlarni saqlab qolish zarur. Qishloqdagi uzum klasterlarida siyosiy va institutsional qo'llab-quvvatlashdagi cheklovlar e'tirof etiladi, biroq kelgusidagi tadqiqotlar sertifikatlashga oid muammolarni yanada chuqurroq tahlil qilishi lozim.

Regressiya va korrelatsiya modellari natijalari yashil innovatsiyaning eksport samaradorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini, texnologiyani joriy etish esa uzum korxonalarining daromad o'sishini shakllantirishini, ekologik sertifikatlash esa moderatsion model sifatida innovatsiya tarqalishida bilvosita rol o'ynashini ko'rsatdi.

Masalan, Jurayeva va boshq. (2025) "eko qobiliyatlar"ni "texnologik poydevor, ishonch hosil qilish va tarkibiy qismlar o'rtasida koordinatsiya asosida bog'langan moddiy va nomoddiy aktivlar to'plami" sifatida ta'riflaydilar (Jurayeva va boshq., 2025; Ergashxo'jayeva va boshq., 2023; Umarov, 2023). Bu yondashuv ishlab chiqaruvchini dastlabki bozor pozitsiyasidan eksport imkoniyatlari kengroq bo'lgan bosqichga o'tkazadi.

Texnologiyani joriy etish va uzum korxonasining daromad o'sishi o'rtasidagi munosabatga qaratilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, bu o'zgaruvchilar o'rtasidagi to'g'ridan to'g'ri korrelatsiya statistik jihatdan ahamiyatli emas. Bu esa texnologiyaning o'zi ishlab chiqaruvchilarning daromadiga bevosita ta'sir ko'rsata olmasligini bildiradi. Ularning javoblari hududiy siyosat va sertifikatlashga oid to'siqlar bilan shakllangan bo'lib, oraliq (proxy) o'zgaruvchilar — innovatsiya xarajatlari va tartibiy asimetriya — Pulatova (2025) va Azlarova (2022) tomonidan qayd etilgan.



Resurslarga asoslangan yondashuv nuqtayi nazaridan, ishlab chiqaruvchilar innovatsion yo'llarni nazorat qila olgan hollarda muvofiqlashtirilgan eksport guruhlari tarkibida o'z pozitsiyalarini mustahkamlab, chidamlilik effekti erishadilar hamda raqobatbardoshlik va uzoq muddatli barqarorlikni oshiradilar. Sertifikatlash darajasi yuqori bo'lgan korxonalar eksport bozorlarida moslashuvchan pozitsiyani yaxshiroq egallaydi (Ergashxo'jayeva va boshq., 2023; Usmonova, 2024).

Qishloq ishlab chiqaruvchilari raqamli tafovutni (digital divide) yengishga intilmoqda, chunki ekologik sertifikatlash tizimlari odatda moslikka (compliance) nisbatan juda talabchan. Sertifikatlash bir nechta standartlardan iborat bo'lib, ishlab chiqaruvchilar ularning ba'zilarida nomuvofiqliklar mavjudligini qayd etadi. Xulosa oldingi natijalar bilan mos: sertifikatlash shahar va qishloq korxonalari uchun eksport o'sishiga bilvosita ta'sir ko'rsatadi. Yashil strategiyani mukammallashtirish imkoniyati marketing moslashuvi sifatida tushuniladi, global sertifikat tizimiga kirish yo'li sifatida emas. 3-jadvalda regressiya baholash natijalari keltirilgan.

Shuningdek, texnologiyani joriy etish va uzum korxonalari daromadining o'sishi o'rtasidagi munosabatni o'rganish natijalari bu bog'liqlikning to'g'ridan to'g'ri statistik ahamiyatga ega emasligini ko'rsatdi. Bu esa texnologiyaning o'zi daromadni oshira olmasligini bildiradi. Shu sababli, lokal yashil trening dasturlarini rag'batlantirish qishloq ishlab chiqaruvchilari uchun sertifikatlash va bozorga chiqish bo'yicha muhim ko'mak mexanizmi bo'lishi mumkin (Ergashxo'jayeva va boshq., 2023).

O'zbekiston sharoitida ishlab chiqaruvchilar viloyat treninglari orqali bilimlarini takomillashtirish, marketing strategiyalarini sinab ko'rish va ishonchni oshirish imkoniga ega. Natijada, sertifikatlashga yo'naltirilgan raqobatbardoshlik eksport zanjirlarida yaxshilanadi. Tadqiqot topilmalari shuni ko'rsatadiki, qishloq korxonalari tayyorgarlik va innovatsiyani kuchaytirish uchun ma'lumotlarga asoslangan strategiyalardan foydalanishi mumkin, biroq sertifikatlashning keng tarqalishi yirik agribizneslarga nisbatan infratuzilma cheklovlari va bilimga kirishdagi muammolar sababli sustroq kechadi (Umarov, 2023; Azlarova, 2022).

Bundan tashqari, natijalar Usmonova (2024) topilmalari bilan mos keladi. U viloyat darajasida yashil marketingni uzum eksportida qo'llash va kichik fermerlar innovatsiyasini oshirish bo'yicha treninglarning foydaliligini isbotlagan. Ekologik yorliqlarning past qabul qilinishi qishloq korxonalari uchun tartibiy xarajatlarning yuqoriligi, institutsional to'siqlar, taqsimot tarmoqlariga yetib borishdagi qiyinchiliklar hamda sertifikatlash rag'batlarining yetishmasligi bilan izohlanadi (Pulatova, 2025).

Yuldashev va boshq. (2021) hamda Muminov (2021) chidamlilikni sertifikatlash bilan qo'llab-quvvatlangan yo'llarning natijasi sifatida talqin etadilar, biroq ushbu modelda sertifikatlash va daromad o'rtasidagi munosabat statistik jihatdan ahamiyatli emasligi aniqlangan. Bu esa kichik korxonalar uchun qishloq hududlarida sertifikatlash daromadlilikka sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi, degan xulosani beradi.

Hozirgi namunalar mintaqaviy bo'lib, eksportga yo'naltirilgan respondentlardan tashkil topgan. Shu sababli, tumanlararo (interregional) taqqoslashlarning yetishmasligi ma'lum cheklovlarni yuzaga keltiradi. Ko'rsatkichlar juda umumiy shaklda ifodalangan bo'lib, ishlab chiqaruvchilarning aniqlanadigan o'lchovli o'zgaruvchilar bilan farqlanish tendensiyasi mavjud. Ayrim ishtirokchilar o'z innovatsiyasi sertifikat idealiga to'liq mos kelmasligini bildirgan bo'lsa-da, buni norasmiy, mahalliy bilimlarga asoslangan deb izohlagan. Modelning kuchli va zaif tomonlari nuqtayi nazaridan, kengroq namunalar hamda davomiy (longitudinal) panel baholashlar yanada ishonchli natijalar berishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot eksport marketingi tahliliga muhim hissa qo'shadi, chunki u yashil innovatsiyalar va texnologik moslashuv qishloq hududlarida qiymat yaratishni qanday qayta shakllantirishi mumkinligini urbanizatsiyalashgan hududlarga nisbatan tahlil qiladi. Ishlab chiqaruvchilar bu jarayonni nima sababdan barqarorlikka asoslangan raqobatbardoshlik deb hisoblashlarini chuqurroq anglash — eksportga tayyorgarlikning yo'nalishini hamda ayniqsa o'tish davridagi uzumchilikda shakllanayotgan turli sertifikatlash yo'llarini bashorat qilish imkonini beradi.

Bu, o'z navbatida, siyosatchilarga yashil innovatsiyalar va ekologik sertifikatlashning vositachilik hamda moderatsiyalovchi (kuchaytiruvchi) ta'sirlarini yanada chuqurroq tushunish imkonini beradi. Chunki ular islohotlar va transformatsiya jarayonlarida eksport raqobatbardoshligiga sezilarli darajada hissa qo'shmoqda. Uzum ishlab chiqaruvchilar agro-eksportyorlarning eng zaif qatlamlaridan biri bo'lib, bu yo'nalishda yashil innovatsiyalar, ekologik sertifikatlash va eksportga yo'naltirilgan texnologiyalarni joriy etishni yanada qo'llab-quvvatlash uchun hukumat uchun keng imkoniyat mavjud.

Barqarorlikni qanday ta'riflashimizga qarab, faqat "yashil ishlab chiqaruvchi" bo'lish kifoya emas — ishlab chiqilayotgan marketing strategiyasi boshqa ishlab chiqaruvchilarning eksport tarmoqlariga qo'shilish imkoniyatlariga asimmetrik tarzda ta'sir ko'rsatishi mumkin. Innovatsiya raqobatbardoshlik va bozorga tayyorgarlik o'rtasidagi bo'shliqni to'ldirish salohiyatiga ega, biroq bu hali arzon moliyalashtirish va institutsional qo'llab-quvvatlovchi mexanizmlarning yetishmasligi sababli to'liq ta'minlanmagan.

Kelgusidagi baholashlarda turli xil yashil siyosatlarining ishlab chiqaruvchi xulq-atvoriga ta'siri, shuningdek eksport tizimi ichida innovatsiyani rag'batlantiruvchi omillar o'rtasidagi (rivojlantiruvchi yoki norasmiy vositachilik orqali) o'zaro munosabatlar ham ko'rib chiqilishi zarur. Bundan tashqari, hozirgi paytda kichik ishlab chiqaruvchilar boshchiligidagi korxonalarining global bozorga kirish darajasini inobatga olgan holda, innovatsiyaga asoslangan uzum korxonalarida ekologik sertifikatsiyaning tarqalish jarayoni yanada chuqurroq o'rganilishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abdurakhmanova, G. K. (2025). The role and prospects of innovations in Uzbekistan's strategy for transition to a green economy. *Innovation Science and Technology*.
2. Azlarova, M. (2022). Impact of technology-supported marketing strategies on food security and provision: Evidence from Uzbekistan's confectionery industry. *International Conference on Future Networks and Distributed Systems*.
3. Ergashxodjaeva, Sh., et al. (2023). Improving distribution channel relationships in marketing through data mining and database applications. *International Conference on Future Networks and Distributed Systems*.
4. Ibragimov, M. M. (2021). Prospects of the viticulture development in Uzbekistan.
5. Jurayeva, U. V., et al. (2025). Green marketing: Eco-conscious branding in Uzbekistan. *International Journal of Management and Economics Fundamental*.
6. Muminov, N. S., & Co-author. (2021). Quality assurance and export potential of Uzbek grapes. *The American Journal of Agriculture and Biomedical Engineering*.
7. Muminov, N. S., et al. (2021). Problems of quality assurance and export potential of grapes. *The American Journal of Agriculture and Biomedical Engineering*.
8. Narinbaeva, G., et al. (2021). Application of innovative technologies in agriculture of Uzbekistan. *E3S Web of Conferences*.
9. Pulatova, S. A. (2025). Development of the Uzbek food market and opportunities for using green marketing. *Ekonomika i Predprinimatelstvo*.
10. Turaeva, B. I., et al. (2023). TOKDAN ajratib olingan bakteriyalarning uzum fitopatogen mikromitsetlariga nisbatan antifungal xususiyatlari. *Aniq Fanlar Seriyasi*, 2022(3).
11. Umarov, E. (2023). Transitioning to a green economy and implementing sustainable technological changes in Uzbekistan. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*.
12. Usmonova, D. (2023). The use of marketing strategies in increasing the export potential of enterprises of the viticultural industry. *Economics & Education*.
13. Usmonova, D. (2024). The role of marketing strategies in improving the export potential of grape growing enterprises. *International Journal of Social Science Research and Review*.
14. Usmonova, D. (2024). Korxonalar eksport salohiyatini oshirishda innovatsion marketing strategiyalarining o'rni. *Iqtisodiy Taraqqiyot va Tahlil*.
15. Yuldashev, N., et al. (2021). Innovative and export potential of the agro-industrial complex of Uzbekistan. *E3S Web of Conferences*.
16. Drivers and outcomes of sustainable export marketing strategies in international environments. (2023). *Review of International Business and Strategy*.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 11

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" 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.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100