



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 3 (5)
2025**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 3-son 2025 yil

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

3

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2025

UDK: 818.213

BBK: 84.61

B- 29

Butun kuch va salohiyatimizni yagona ulug‘ maqsadimiz – Yangi O‘zbekistonni barpo etishga qaratamiz.

Yangi O‘zbekiston – bu, avvalo, yangi iqtisodiy munosabatlar, yangi iqtisodiy dunyoqarash demakdir.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti
Shavkat Mirziyoyev

Все свои силы и потенциал мы направим на достижение нашей общей великой цели - построение нового Узбекистана. Новый Узбекистан – это, прежде всего, новые экономические отношения, новое экономическое мировоззрение.

Президент Республики Узбекистан
Шавкат Мирзиёев

© Yangi O‘zbekiston iqtisodiyoti

© «KLASSIC PRINT» nashriyoti

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 3-son 2025 yil

Ilmiy-uslubiy jurnal 1.09.2022-yildan boshlab chiqra boshlagan, yiliga 6 marta chop etiladi.

Ta’sischi:

MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI

Bosh muharrir

Bosh muharrir o‘rinbosari

Mas’ul kotib

i.f.d., prof. A.Qodirov

DSc, prof. X.X.Rejapov

DSc. K.A.Muxitdinova

Jamoatchilik kengashi:

Prof. I.U.Madjidov (rais), prof. Sh.Toshmatov, PhD E.Yodgorov, i.f.n., dots. A.T.Umarov, i.f.d., prof. A.Qodirov

Tahrir hay’ati:

Prof. Sh.O.Toshmatov, prof. A.Qodirov, prof. A.V.Vaxabov, prof. X.P.Abdulqosimov, prof. F.T.Egamberdiyev, prof. Sh.G.Yo‘ldashev, prof. A.M.Sodiqov, prof. Q.Muftaydinov, prof. K.Ubaydullayev, prof. Q.K.Mambetjanov, prof. I.Y.Umarov, prof. X.X.Rejapov, i.f.d. B.Tagayev, dots. A.T.Umarov, i.f.d. B.B.Baxtiyorov, i.f.d. K.A.Muxitdinova, dots. Sh.S.Nasretdinova, dots. B.B.Mullaboyev, dots. Z.Jumaqulov, dots. N.A.Artiqov, dots. D.I.Ro‘ziyeva, dots. A.Ambartsumyan, dots. R.Abdullayeva, dots. A.Boboyev, dots. N.A.Kudratxodjayeva, dots. M.I.Saidkarimova, dots. D.M.Yakubova, dots. N. Umarova

Tahririyat manzili:

10095, Toshkent - 95, Universitet ko‘chasi, 4. tel: (+99899) 821-20-72

Журнал сайти: **<https://journal.econuu.uz>**

Jurnal O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administrasiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikasiyalar agentligi tomonidan 17.07.2022-yilda № 4715-son bilan ro‘yxatga olingan.

Buyurtma: ISSN 978-9943-5256-3-4

Jurnal OAK ro‘yxatiga 2023 yil 1 iyuldan kiritilgan (OAK rayosat qarori 04.07.2023 yil № 340/5).

Jurnalda ma’lumotlar bosilganda dalillar ko‘rsatilishi shart. Jurnalda chop etilgan ma’lumot va keltirilgan dalilarning aniqligi uchun muallif javobgardir.

“Yangi O‘zbekiston iqtisodiyoti” №3. 2025

MUNDARIJA

Шоҳаъзамий Ш.Ш. Давлат молияси концепцияси ва бюджетининг миллий иқтисодиёт ривожланишидаги роли.....	7
Толаметова З.А. Рақамли иқтисодиёт шароитида меҳнат бозорининг ривожланиши ва уни тартибга солиш.....	16
Мирзахаликов Б.Б. Камбағалликни қисқартириш бўйича давлат дастурлари молиявий таъминоти.....	25
Аллаева Г.Ж., Махмудова Г.Ф. Роль зеленой энергетики в устойчивом развитии экономики Республики Узбекистан.....	29
Daniyarova F.B., Turdibayeva D.R. Resurslardan samarali foydalanish va yashil iqtisodiyot konsepsiyasi.....	34
Ismoilova S.Q. Ayollar tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha xalqaro tajribalar.....	39
Mamadjanov Sh.J. Sug‘urta faoliyatini huquqiy tartbiga solishni takomillashtirishning aytim masalalari.....	42
Абдуллоев А.Ж. Миллий иқтисодиёт таркибини диверсификациялаш даражасини баҳолашнинг методологик асолари.....	45
Муртазаев А.З. Финансовое обеспечение инвестиции на модернизацию предприятий (опыт Самаркандской области).....	51
Kucharov J.O., Fayzullaeva T.R. Qishloq xo‘jaligida mahsulot yetishtirishning hozirgi holati.....	56
Abdullayeva H.N. Korxonalar faoliyatida innovatsiyalardan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari va innovatsion marketing amaliyotiga o‘tishdagi mavjud muammolar.....	60
Jo‘rayev T.I. Tadbirkorlik sub‘ektlarida biznes jarayonlarni raqamlashtirishda axborot tizimlarining roli va strategik ahamiyati.....	66
Ustadjalilov D.R. The role of facilitators in cluster policy: Towards a unified framework for monitoring and evaluation.....	70
Karimov M.A. Analysis of the organizational and economic status of higher education institutions and comprehensive indicators of rating indicators.....	76
Гайбуллаев Ф. Олий таълим тизимини рақамлаштириш коррупциянинг олдини олишнинг муҳим омили.....	80
Giyazova N.B., Khabibov Sh.A. Data security in the digital economic environment.....	88
Umurzakova Z.S. Korxonalarda mehnatdan foydalanish ko‘rsatkichlari tahlilining ko‘rinishlari va bosqichlari.....	91
Шарофиддинова Г.И. Ўзбекистонда аёллар хусусий тadbirkorligini янада ривожлантириш йўналишлари.....	95
Teshayev M.D. Qishloq xo‘jaligi raqobatbardoshligini oshirishning ilg‘or xorij tajribasi.....	99
Zufarova G., Muxtorova B. O‘zbekistonda raqamli transformatsiya jarayonida AKT sohasidagi zamonaviy ish bilan bandlikni oshirishda kadrlar tayyorlashning ahamiyati.....	103
Isakova N. «yashil ishlab chiqarish texnologiyalari» tushunchasi mohiyati va tamoyillari.....	108
Райханов У.А. Мулкни давлат тасарруфидан чиқаришнинг хорижий мамлакатлар тажрибаси ва ундан Ўзбекистонда фойдаланиш йўллари.....	112
Ибрагимова К.С., Саидова Г.А. Аспекты определения эффективности инноваций в строительстве.....	117
Sauxanov J.K., Amaniyaeva R.B. Qishloq aholisining mehnat salohiyatidan foydalanishning nazariy asoslari va o‘ziga xos xususiyatlari.....	120
Madaminov A.M. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishda bank tizimining zaruriyati.....	126
Adxamov M. Korxonalarda joriy aktivlar tahlilini takomillashtirishning nazariy jihatlar.....	130
To‘raboyeva K.O‘. Sanoat tarmog‘ida investitsion faoliyat: Tashkiliy jihatlar va islohotlar.....	133
Nazarova A.N. Sanoat korxonalarda “Yashil” ta’minot zanjirining zamonaviy tendensiyalari.....	138
Kariyeva L.S., Abdumutalova L.M. Tashkilotlarda mehnat resurslari samaradorligini oshirish yo‘llari.....	143
Daniyarova F.B., Raxmonqulova D.I. O‘zbekistonda ishsizlik darajasini pasaytirish yo‘llari.....	147

**KORXONALAR FAOLIYATIDA INNOVATSIYALARDAN FOYDALANISHNING
O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA INNOVATION MARKETING AMALIYOTIGA
O‘TISHDAGI MAVJUD MUAMMOLAR**

**ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ И СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА К
ИННОВАЦИОННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРАКТИКЕ**

**SPECIFIC FEATURES OF USING INNOVATIONS IN ENTERPRISE ACTIVITIES AND
EXISTING CHALLENGES IN THE TRANSITION TO INNOVATIVE MARKETING
PRACTICES**

Abdullayeva H.N.

BuxDU Iqtisodiyot kafedrasi o‘qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada korxonalar faoliyatida innovatsiyalarni amalga oshirishning o‘ziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi. Innovatsiyalarni muvaffaqiyatli joriy etish, ayniqsa, marketing strategiyalarida yangi yondashuvlarni qo‘llash orqali korxonaning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi. Shu bilan birga, innovatsion marketing amaliyotiga o‘tishda duch kelinadigan mavjud muammolar, jumladan, resurslar yetishmasligi, xodimlarning innovatsion fikrlashni qabul qilishdagi qarshiliklari va marketing vositalarining o‘zgaruvchan talablariga moslashtirilishi kabi masalalar ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: ITTKI, innovatsion loyihalar, ilmiy tadqiqot, respondent, strategiya, innovatsion mahsulot, biotexnologiya, integratsiyalashuv, investitsion jozibadorlik, kooperatsiyalashuv.

В этой статье анализируются особенности реализации инноваций в деятельности предприятий. Успешное внедрение инноваций, особенно применение новых подходов в маркетинговых стратегиях, способствует повышению конкурентоспособности компании.

Кроме того, рассматриваются существующие проблемы, возникающие при переходе к инновационной маркетинговой практике, включая нехватку ресурсов, сопротивление сотрудников принятию инновационного мышления и адаптацию маркетинговых инструментов к изменяющимся требованиям.

Ключевые слова: НИОКР, инновационные проекты, научные исследования, респондент, стратегия, инновационный продукт, биотехнология, интеграция, инвестиционная привлекательность, сотрудничество.

In this article analyzes the specific features of implementing innovations in business operations. Successful innovation adoption, particularly through the application of new approaches in marketing strategies, helps enhance a company's competitiveness. Additionally, the study examines existing challenges in transitioning to innovative marketing practices, including resource shortages, employee resistance to adopting innovative thinking, and the adaptation of marketing tools to changing demands.

Key words: SREDW, innovative projects, scientific research, respondent, strategy, innovative product, biotechnology, investment attractiveness, integration, cooperation.

Jahonda ishlab chiqarish jarayonlariga ilm-fan, texnik va texnologik ishlanmalarni joriy etilishi jarayonlarining kuchayishi korxonalar tomonidan yuqori qo‘shilgan qiymatga ega bo‘lgan, nisbatan arzonroq narxlardagi yuqori sifatli va raqobatbardosh hisoblangan yangi, innovatsion mahsulotlar taklifi hajmini ortishiga xizmat qildi. Jumladan, so‘nggi yillarda mamlakatimiz korxonalari xo‘jalik

faoliyatida innovatsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish, jumladan, ilm-fan-ishlab chiqarish o‘rtasidagi chuqur integratsion munosabatlarga asoslangan aloqadorlikni ta’minlash orqali mamlakat iqtisodiyotini barqaror innovatsion rivojlanishiga erishishga qaratilgan islohotlarga ustuvorlik qaratilib kelinmoqda.

Bu esa mahalliy ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida sog‘lom raqobat muhitini rivojlantirish, korxonalar faoliyatida an’anaviy marketing dasturlaridan foydalanish amaliyotini takomillashtirilishi zaruriyatini vujudga keltirib, innovatsion marketing dasturlaridan foydalanish samaradorligini oshirish imkoniyatlarini tadqiq etishning ilmiy va amaliy ahamiyatini oshirmoqda. Shu o‘rinda, Prezident Sh.M. Mirziyoyevning quyidagi fikrlariga e’tiborni qaratish maqsadga muvofiq: “Ilm-fan va texnika yutuqlarini keng qo‘llagan holda iqtisodiyot tarmoqlariga, ijtimoiy va boshqa sohalarga zamonaviy innovatsion texnologiyalarni tezkor joriy etish O‘zbekiston Respublikasi jadal rivojlanishining muhim sharti hisoblanadi” [1].

Prezident tomonidan mamlakat milliy iqtisodiyoti tarmoqlarida xo‘jalik faoliyati yurituvchi korxonalarning innovatsion faolligini oshirish bo‘yicha bildirib o‘tgan fikrlariga asoslangan holda, ichki iste’mol bozoridagi mavjud talablarga mos keladigan innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqarish amaliyotiga o‘tilishi hisobiga iqtisodiy barqarorlikka erishish ko‘zlanganligidan dalolat beradi. Iste’mol bozoridagi innovatsion mahsulotga bo‘lgan talabni aniqlash va uni to‘g‘ri baholash esa korxonalar faoliyatida marketing dasturlaridan foydalanish amaliyoti bilan bog‘liq bo‘lgan vazifalar qatoridan o‘rin egallaydi.

Tahlillarga ko‘ra, mamlakatimiz milliy iqtisodiyoti tarmoqlarida amalga oshirilgan korxonalar faoliyatini tashkil etish jarayonida innovatsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirishga qaratilgan davlat siyosatining ustuvor vazifalari sifatida quyidagilarni sanab o‘tish mumkin bo‘ladi: [1]

- korxonalar boshqaruvida innovatsiyalardan foydalanish amaliyotini rivojlantirish, jumladan, ITTKI, innovatsion loyihalar, texnologik innovatsiyalarni ishlab chiqish, ularni amaliyotga joriy etilishini moliyalashtirish tizimida davlat-xususiy sheriklik mexanizmi amal qilishining zamonaviy usullarini shakllantirish;

- fan, ta’lim va korxonalar o‘rtasida o‘zaro hamkorlik munosabatlarini rivojlantirish orqali ilm-fan-ishlab chiqarish o‘rtasidagi integratsiyalashuv darajasini kuchaytirish, jumladan, ilmiy tadqiqot ishlari, innovatsion ishlanmalarning samaradorlik ko‘rsatkichlarini yaxshilash, ilmiy salohiyatni oshirish, korxonalar boshqaruvida innovatsiyalarni amaliyotga joriy etishning samarali dastaklarini ishlab chiqish, korxonalar innovatsion faolligini oshirish;

- korxonalar boshqaruvida innovatsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish maqsadida ularning yuqori malakali kadrlarga bo‘lgan ehtiyojini inobatga olgan holda, aholiga ta’lim xizmatlari ko‘rsatishning sifati va qamrov darajasini oshirish, uzluksiz ta’lim tizimini rivojlantirish, kadrlar tayyorlash milliy tizimining moslashuvchanligi ko‘rsatkichini yaxshilash;

- mulkchilikning turli huquqlari himoyasini ta’minlash orqali sof raqobatli bozorlarni shakllantirish va korxonalar boshqaruvida innovatsiyalarni joriy etish uchun yetarli shart-sharoitlarni yaratish, korxonalar faoliyatini innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tkazishga qaratilgan davlat dasturlarini amalga oshirishning ta’sirchan mexanizmini ishlab chiqish;

- korxonalarning innovatsion rivojlanishini ta’minlash imkonini beruvchi infratuzilmani yaratish va h.k.

Yuqorida keltirib o‘tilgan mamlakatimizda korxonalar faoliyatini tashkil etish jarayonida innovatsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirishga qaratilgan davlat dasturlari amalga oshirilishiga qaramay, hali hanuz sohada muammolar yetarlicha hisoblanadi. Shu o‘rinda ta’kidlash joizki, innovatsion marketing dasturlaridan foydalanuvchi korxonalar boshqaruvi, jumladan, ularning ishlab chiqarish bilan bog‘liq faoliyatini tashkil etilishida innovatsiyalardan foydalanuvchi, tegishli innovatsion rivojlanish salohiyatiga ega bo‘lgan korxonalar hisoblanadi. Shu sababli ham korxonalar faoliyatini tashkil etish jarayonidan innovatsion marketing dasturlaridan foydalanish amaliyotidagi mavjud muammolarni aniqlashda ularning boshqaruvi amaliyotidan innovatsiyalardan foydalanish holati, uning rivojlanish tendensiyalari va sohadagi mavjud muammolarni aniqlash talab etiladi. Shu

bilan birgalikda, zamonaviy iqtisodiy munosabatlar tizimida marketing korxona boshqaruvining muhim tarkibiy komponenti sifatida baholanadi.

Mamlakatimizda korxonalar boshqaruvida innovatsiyalardan, jumladan, innovatsion marketing dasturlaridan foydalanish amaliyotini takomillashtirish borasida amalga oshirilayotgan davlat dasturlari samaradorligi ko‘rsatkichlari xalqaro tashkilotlar ekspertlari tomonidan ham o‘rganilgan.

Jumladan, Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) ekspertlari tomonidan “2030 yilgacha Barqaror rivojlanish maqsadlari doirasida Markaziy Osiyo mamlakatlari iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish uchun mo‘ljallangan maxsus dastur” loyihasi doirasida o‘tkazilgan “O‘zbekistonda fan, texnologiya va innovatsiyalar sohasidagi bo‘shliqlar” mavzusidagi xalqaro tadqiqotida mamlakatimiz korxonalari xo‘jalik faoliyatini tashkil etishda innovatsiyalardan foydalanish uchun respublika iqtisodiyotida yaratilgan shart-sharoitlar o‘rganilib, boshqa bozor iqtisodiyoti shakllanayotgan va rivojlanayotgan mamlakatlar amaliyotiga nisbatan yaratilgan shart-sharoitlarni 5,0 ballik baholash tizimida baholab chiqilgan.

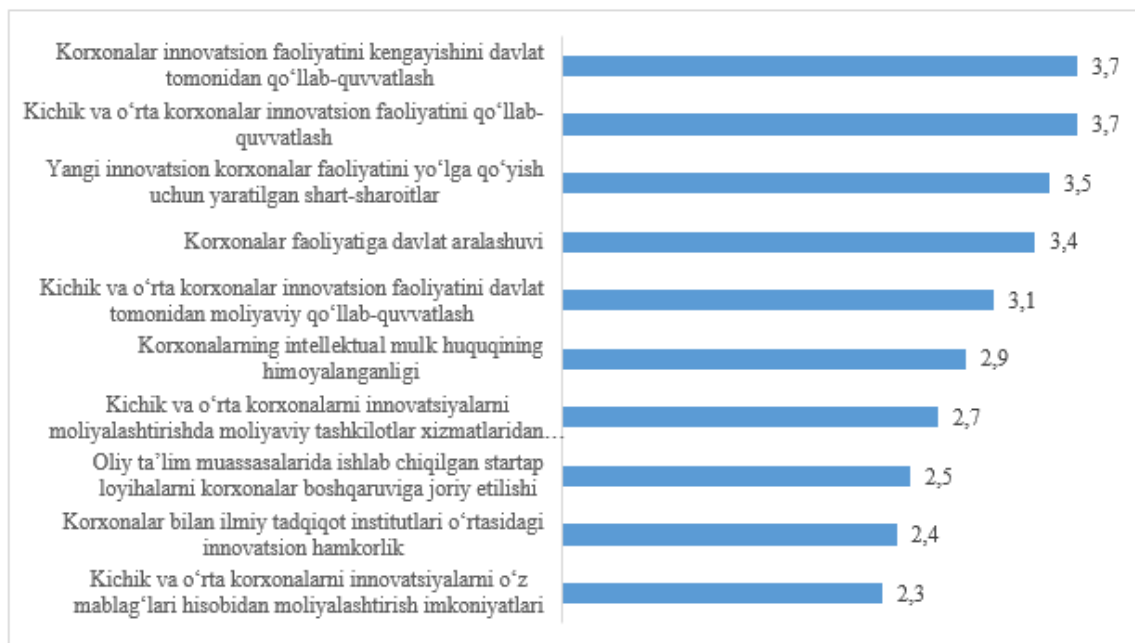
Bunda mamlakatimiz milliy iqtisodiyoti tarmoqlarida xo‘jalik faoliyati yurituvchi korxonalar faoliyatida innovatsiyalardan foydalanish amaliyotini takomillashtirishga qaratilgan davlat dasturlari ta‘sirchanligini baholash maqsadida jami 5,0 mingga yaqin turli hajmdagi (kichik, o‘rta va yirik) korxonalar o‘rtasida so‘rovnoma natijalariga ko‘ra, “respondentlar (ya‘ni ish beruvchilar, korxona rahbarlari) 30 foizi kimyo sanoati, biotexnologiyalar va qishloq xo‘jaligi korxonalari boshqaruvida innovatsiyalardan foydalanish bo‘yicha katta salohiyatga ega ekanligini ta‘kidlashgan.

Shuningdek, mahalliy ish beruvchilar (respondentlar) ning 20 foizi tomonidan tekstil, farmasevtika, yadro texnologiyalari va fizikasi, energetika kabi tarmoqlarda korxonalar faoliyatini tashkil etishda innovatsiyalardan foydalanish salohiyati ko‘rsatkichi yuqori deb baholangan. [2]

So‘rovnoma natijalariga ko‘ra, mamlakatimizda kichik va o‘rta turdagi korxonalar faoliyatini tashkil etishda innovatsiyalardan foydalanish amaliyotini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash va korxonalarning ilmiy tadqiqot institutlari, jumladan, oliy ta‘lim muassasalari bilan innovatsion hamkorliklari qoniqarsiz darajada ekanligi aniqlangan. Bunda kichik va o‘rta korxonalar boshqaruvida innovatsion loyihalarni moliyalashtirish imkoniyatlari 2,3 ballni tashkil etib boshqa ko‘rsatkichlar bo‘yicha eng quyi darajada ekanligi aniqlangan. Shu bilan birgalikda, bu turdagi korxonalar faoliyatida innovatsiyalardan foydalanishni moliyalashtirishda bank kreditlari, lizing va boshqa turdagi moliyaviy tashkilotlar xizmatlaridan foydalanish (2,7 ball) holati ham yetarli darajada qoniqarli emas, deb topilgan. Kichik va o‘rta korxonalar innovatsion faoliyatini davlat tomonidan moliyaviy qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan dasturlar (3,1 ball) ham yetarli darajada ta‘sirchan mexanizmga ega emasligi aniqlangan, jumladan, kichik va o‘rta korxonalar innovatsion faoliyatini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash dasturlarini hukumat tomonidan amalga oshirilishiga (3,7 ball) ustuvorlik qaratilishi holatlari (3,5-3,7 ball) o‘rta darajadagi qoniqarlilikka ega, deb topilgan (1-rasmga qarang).

Shu bilan birgalikda, mamlakatimizda korxonalar faoliyatini tashkil etishda turli innovatsion loyihalardan foydalanish amaliyotidagi mavjud muammolardan biri ular bilan ilmiy tadqiqot institutlari va oliy ta‘lim muassasalari o‘rtasidagi innovatsion hamkorlik aloqalarining (2,4 ball) yo‘lga qo‘yilmaganligi hisoblanadi. Bu esa o‘z navbatida oliy ta‘lim muassasalar bazalarida innovatsion yo‘nalishda ishlab chiqilayotgan startup loyihalarni amaliyotga joriy etilishiga (2,5 ball) o‘z salbiy ta‘sirini ko‘rsatmoqda. Jumladan, mamlakatda korxonalarning intellektual mulk huquqining himoyalanganlik holati (2,9 ball) ham qoniqarsiz holatda ekanligi aniqlangan. Shuningdek, bozor iqtisodiyotining muhim shartlaridan biri davlatning iqtisodiyotga aralashmasligi hisoblanadi. Mamlakatimizda esa aksincha holatni kuzatishimiz mumkin bo‘ladi. O‘tkazilgan so‘rovnoma natijalariga ko‘ra, korxonalar innovatsion faoliyatiga davlat aralashuvi (3,4 ball) nisbatan yuqori darajada ekanligi aniqlangan (1-rasmga qarang).

BMT ekspertlari tomonidan mamlakatimiz korxonalari faoliyatini tashkil etish jarayonida innovatsion loyihalardan foydalanish holati va uning samaradorligini baholash maqsadida o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalariga ko‘ra, mamlakatda yaratilgan shart-sharoitlar, korxonalarning innovatsion faolligi va bu boradagi boshqa ko‘rsatkichlar tizimli ravishda qoniqarli darajada ekanligi aniqlandi.



1-rasm. O‘zbekistonda mahalliy korxonalar faoliyatini tashkil etishda innovatsion loyihalardan foydalanish amaliyotidagi mavjud muammolar [2]

Respublikada korxonalar faoliyatida innovatsiyalardan foydalanish amaliyotining rivojlanishining umumiy holati bo'yicha ko'rsatkichi 5,0 ballik baholash tizimida o'rta hisobda 3,0 ball etib baholangan. Ushbu holat davlat tomonidan korxonalar faoliyatini tashkil etish jarayonida innovatsion loyihalardan foydalanish amaliyotini rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishning ta'sirchan mexanizmi shakllanmaganligidan dalolat beradi. Bu esa pirovard natijada mahalliy korxonalar faoliyatida turli innovatsion loyihalardan foydalanish jarayonlarining rivojlanishiga o'z salbiy ta'sirini ko'rsatmay qolmaydi.

O'rganishlar natijalari ko'rsatishicha, mamlakatimizda sanoat korxonalari innovatsion faoliyatini tashkil etish, uni boshqarish qarorlarini qabul qilish samaradorligi ko'rsatkichiga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi kadrlar muammosi mavjud. Bunda boshqaruv qarorlarini qabul qilishda marketing dasturlariga, ayniqsa, iste'molchiga yo'naltirilgan marketing faoliyati, uni tashkil etishda innovatsiyalardan foydalanish amaliyotiga yetarli darajada ustuvorlik qaratilmaydi. Ya'ni mehnat bozorida yuqori malakali kadrlarning yetishmasligi, aholining oliy ta'lim xizmatlari bilan qamrovi va uning sifati ko'rsatkichlarining pastligi bugungi kunda sanoat korxonalari innovatsion boshqaruvi samaradorligini oshirish, to'g'ri qarorlar qabul qilishda marketing faoliyati orqali bozor tadqiqotlarini o'tkazish bilan bog'liq bo'lgan muammolarga duch kelinishiga sabab bo'lmoqda.

Jahon amaliyoti tahliliga ko'ra, dunyo miqyosida har 1,0 mln. aholiga to'g'ri keluvchi olimlar soni 1 478 kishini tashkil etadi. Ushbu ko'rsatkich Isroilda – 8 342 kishini, Koreya Respublikasida – 7 498 kishini, AQShda – 4 245 kishini, Rossiyada – 2 822 kishini tashkil etsa, O'zbekistonda esa 476 kishiga tengdir. [2] Mazkur holat mamlakatimizda innovatsion loyihalarni ishlab chiqish, jumladan, mahalliy korxonalar faoliyatida innovatsion marketing loyihalarini amaliyotga joriy etish, korxonalar innovatsion marketing dasturlaridan foydalanish samaradorligini oshirishdagi yuqori malakali kadrlarning yetishmasligi muammosini keltirib chiqarmoqda. Shuningdek, aynan yuqori malakali kadrlarning yetishmasligi korxonalar faoliyatida marketing innovatsiyalarini o'zlashtirishga ixtisoslashish mexanizmlarini shakllanishiga olib keldi. Bu esa uzoq muddatli istiqbolda ko'zlangan natijalarga erishish imkonini bermaydi.

Yuqorida keltirib o'tilgan holatlarni inobatga olgan holda, keyingi yillarda mamlakatimizda korxonalar faoliyatini tashkil etishda innovatsion loyihalar, jumladan, marketing innovatsiyalaridan foydalanish samaradorligini oshirishga qaratilgan davlat dasturlarini qayta ishlab chiqish, ularning aniq maqsadga yo'naltirilganligini ta'minlash talab etiladi, degan xulosaga kelish mumkin bo'ladi.

Bu turdagi strategiyalarni ishlab chiqishda ularning bozor iqtisodiyoti talablariga mosligini ta'minlash kerak bo'ladi. Ushbu maqsadga erishish uchun korxonalar innovatsion rivojlanish strategiyalari quyidagi tamoyillarga asoslanishi lozim bo'ladi:

- innovatsion faoliyatning ustuvorligi. Korxonaning xo'jalik yuritish faoliyatida innovatsion faoliyatni rivojlantirishga ustuvorlikning qaratilishi orqali uzoq muddatli istiqbolda sanoat korxonasining strategik maqsadlariga erishishi va barqaror rivojlanishini ta'minlanadi;

- muntazam takomillashuv. Korxona faoliyatida innovatsion jarayonlarni tashkil etish, ishlab chiqarish jarayonlarini texnologik jihatdan rivojlantirish, innovatsiyalardan foydalanish samaradorligini doimiy ravishda oshirib borishni nazarda tutadi;

- boshqaruvning egiluvchanligi (yoki moslashuvchanligi). Korxona boshqaruvi uning innovatsion faoliyati rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi ichki va tashqi omillarning o'zgarishi, jumladan, makro va mikro muhitdagi tendensiyalar va qonuniyatlardagi, firmaning bozordagi tutgan o'rni va mavqeyi, ishlab chiqarilayotgan mahsulotga bo'lgan iste'molchilar talablarining muntazam o'zgarib borishi va rivojlanishiga moslashuvchan bo'lishi lozim bo'ladi;

- mutanosiblilik (balanslashtirilgan). Korxonaning innovatsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishda firmaning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasi, uning hozirgi holati va innovatsion faoliyatni rivojlantirish bo'yicha qo'yilayotgan vazifalar o'zaro bir-biri bilan mos kelishi ta'minlanishi zarur bo'ladi;

- tizimlilik. Korxonada innovatsion jarayonlarni boshqarish, uni tashkil etish, innovatsion jarayonlarning tarkibi, unga jalb etilayotgan resurslar, boshqaruv usuli va dastaklari tizimli ravishda innovatsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish imkonini berishi lozim.

- integratsiyalashuv. Bunda korxonaning innovatsion marketing faoliyatini tashkil etish korxona umumiy faoliyatini boshqarishning ajralmas qismi sifatida qaralishi va korxonaning har bir tarkibiy bo'linmalarida firmani innovatsion rivojlantirish, jumladan, ishlab chiqarish jarayonlarini texnologik jihatdan takomillashtirish, innovatsion loyihalarni ishlab chiqish, innovatsion faoliyatni moliyalashtirish uchun zaruriy moliyaviy va investitsion resurslarni izlash kabi ishlar uzviy va o'zaro aloqadorlikda amalga oshirilishi zarur;

- innovatsion salohiyatni rivojlantirishga bo'lgan intilishning mavjudligi. Korxonada innovatsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish, jumladan korxonaning innovatsion faoliyati samaradorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlarning muntazam amalga oshirishi;

- risklarni boshqarish. Korxona innovatsion faoliyatini tashkil etish va uni amalga oshirish jarayonida vujudga keladigan risklarni identifikatsiyalash, jumladan, ularning xavfini minimallashtirishga qaratilgan oqilona qarorlarni o'z vaqtida qabul qilish;

- axborotlarning to'liq va ishonchliligi. Korxonaning innovatsion rivojlanish yo'nalishi bilan bog'liq bo'lgan axborotlar bilan to'liq ta'minlanganligi, jumladan, ularning manbalarining aniq va ishonchli bo'lib, korxonada innovatsion faoliyatni rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi barcha ichki va tashqi omillar haqidagi axborotlarni olish imkoniyatini yaratishi lozim;

- ishlab chiqarish-texnologik kooperatsiyalashuv. Korxonaning innovatsion faoliyatini rivojlantirishda uning innovatsion infratuzilma tashkilotlari, sanoatning boshqa tarmoqlarida innovatsion xo'jalik faoliyati yuritayotgan korxonalar bilan texnologik platformalarni ishlab chiqish, ularni takomillashtirishda o'zaro hamkorlikni yo'lga qo'yish, tegishli bilimlar va resurslar bilan o'zaro almashish orqali nafaqat korxonaning, balki butun mamlakat iqtisodiyotini innovatsion rivojlanishiga o'z hissasini qo'shishi lozim.

Korxonada innovatsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish jarayonida innovatsion faoliyatga ta'sir ko'rsatuvchi quyidagi omillarni inobatga olishi lozim bo'ladi:

- mamlakatning makroiqtisodiy rivojlanganlik darajasi va tarmoqlarning holati;

- mahalliy bozor kon'yunkturasi, istemolchilarning xatti-harakati;

- jahon bozori kon'yunkturasi, korxona tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning xalqaro darajadagi raqobatbardoshlik ko'rsatkichi;

- mamlakatda amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosat, jumladan innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun yaratilayotgan shart-sharoitlar;

- mamlakatning, xususan, korxona xo‘jalik faoliyati yuritayotgan tarmoqning investitsion jozibadorligi va h.k.

Fikrimizcha, yuqorida keltirilgan tamoyillarga asoslangan holda korxonada innovatsion rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish orqali uning faoliyatini tashkil etishda marketing innovatsiyalaridan foydalanish samaradorligi ortib, mamlakat iqtisodiyoti va uning tarmoqlarini innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tishi uchun zamin yaratadi. Shu bilan birgalikda, korxonalarning ishlab chiqarish amaliyoti bozor talablariga moslashgan holda, bosqichma-bosqich iste‘molchi ehtiyojlariga yo‘naltirilib, ichki bozorlarni yuqori raqobatbardoshlikka ega bo‘lgan mahsulotlar bilan to‘yintirishga erishiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 йил 21 сентябрь “2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5544-sonli Farmoni, 21.09.2018y. <https://lex.uz/en/docs/-3913188?ONDATE=11.12.2019>
2. Анализ пробелов в сфере науки, технологий и инноваций (НТИ) в Узбекистане // подготовлен Н. Курбанбаевой в рамках проекта ЕЭК ООН «Усиление инновационной политики для стран СПЕКА в поддержку Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». Ноябрь 2020 года. https://unece.org/sites/default/files/2021-03/STI%20gap%20analysis_Uzbekistan_Report_Nodira%20Kurbanbaeva_RUS.pdf
3. Abdullayeva, H. (2023). Biznesda innovatsion marketingning uslublaridan foydalanish. Центр научных публикаций (buxdu. uz), 43, 43.
4. Таирова, М. М., & Гиязова, Н. Б. (2016). Поддержка предпринимательской деятельности в Узбекистане. International scientific review, (2 (12)), 105-107.
5. Abdulloev, A. J., Tairova, M. M., & Aminova, N. B. Environmentally friendly and sustainable supply chain management in the platform economy.
6. Таирова, М. М., & Кодирова, Н. Р. К. (2020). Инновация-концептуальная основа модернизации. Наука и образование сегодня, (2 (49)), 35-36.
7. Abdullayeva, H. N. (2025). The specific features of using innovations in business activities and the existing problems in the transition to innovative marketing practices. the theory of recent scientific research in the field of pedagogy, 3(30), 185-192.