

Abstract

This study explores the content, key principles, and functional tasks of strategic management of innovation activity in entrepreneurial entities from a scientific-theoretical and analytical perspective. The research substantiates the interrelation between the stages of strategic planning, implementation, and strategic control of innovation activities. Based on nationwide analysis, it has been determined that strategic management of innovation activity plays a crucial role in enhancing the competitiveness of entrepreneurial entities, ensuring efficient use of resources, and promoting sustainable economic development. The study employs qualitative research methods, including systematic and comparative analysis, content analysis, and scientific generalization. The results serve as a basis for developing scientific and practical recommendations aimed at improving innovation management mechanisms within entrepreneurial entities.

Keywords: innovation activity, strategic management, entrepreneurial entities, strategic planning, strategy implementation, strategic control, competitiveness, innovation development, management principles.

KIRISH

Hozirgi jadal rivojlanayotgan iqtisodiy muhitda innovatsiyalar raqobat ustunligini ta'minlash, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish hamda barqaror iqtisodiy o'sishga erishishning muhim omili sifatida namoyon bo'lmoqda. Ayniqsa, tadbirkorlik subyektlari faoliyatida innovatsiyalarni strategik boshqarish jarayoni faqatgina yangi texnologiyalarni joriy etish bilan cheklanib qolmay, balki ularni korxonaning uzoq muddatli maqsadlariga mos ravishda rejalashtirish, samarali tashkil etish, monitoring qilish va natijadorligini baholashni ham o'z ichiga oladi. Shu jihatdan mazkur jarayon tadbirkorlik subyektlarining barqaror rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi.

O'zbekiston Respublikasida innovatsion rivojlanishga asoslangan iqtisodiy modelga o'tish so'nggi yillarda davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilandi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral PF-4947-sonli bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida¹gi Farmoni¹ ilmiy-texnik yutuqlarga tayangan yuqori texnologiyali ishlab chiqarishlarni rivojlantirish, shuningdek, innovatsion g'oyalar va ishlanmalarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash muhim vazifalar qatoriga kiritilgan. Ushbu strategiyada innovatsion rivojlanish mamlakat iqtisodiyotining barqaror va uzluksiz o'sishini ta'minlovchi aso siy omillardan biri sifatida e'tirof etilgan.

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasining 2020-yil 24-iyul O'RQ-630-son "Innovatsion faoliyat to'g'risida"gi Qonuni innovatsiyalarni boshqarishning huquqiy-me'yoriy asoslarini yanada takomillashtirdi. Mazkur qonunning 4-moddasida innovatsion siyosatning ustuvor tamoyillari sifatida ilmiy-tadqiqot faoliyatini rag'batlantirish, mavjud resurslardan oqilona foydalanish, texnologiyalar transferi

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni., <https://lex.uz/uz/docs/-3107036>

mexanizmlarini rivojlantirish hamda innovatsion infratuzilmani shakllantirish kabi yoʻnalishlar belgilab berilgan¹.

Xalqaro tadqiqotlar shuni koʻrsatadiki, tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish raqobatbardoshlikni taʼminlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. OECD maʼlumotlariga koʻra, innovatsion strategiyaga ega boʻlgan korxonalar mehnat unumdorligi boʻyicha innovatsiyasiz faoliyat yurituvchi korxonalariga nisbatan oʻrtacha 20–25 foiz yuqori natijalarga erishmoqda. Shuningdek, World Bank tadqiqotlarida qayd etilishicha, innovatsiyalarni strategik rejalashtirish asosida boshqaradigan kichik va oʻrta biznes subyektlarining eksportga chiqish ehtimoli 1,5 barobar yuqori boʻlib, bu ularning global qiymat zanjirlariga integratsiyalashuvini tezlashtiradi. Ushbu holat innovatsion faoliyatni faqat texnologik yangilanish sifatida emas, balki strategik boshqaruv obyekti sifatida koʻrib chiqish zarurligini tasdiqlaydi.

Innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning asosiy prinsiplari va funksional vazifalari xalqaro statistikada ham yaqqol namoyon boʻlmoqda. World Intellectual Property Organization (WIPO) hisobotlariga koʻra, 2023-yilda ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga (R&D) YalMning 2 foizidan ortigʻini yoʻnaltirgan mamlakatlarda yuqori texnologiyali mahsulotlar ulushi umumiy sanoat ishlab chiqarishida 35–45 foizni tashkil etgan. Korxonalar darajasida esa innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning asosiy vazifalari sifatida innovatsion maqsadlarni aniqlash, resurslarni samarali taqsimlash, innovatsion risklarni boshqarish hamda natijalarni monitoring va baholash mexanizmlarini joriy etish koʻrsatiladi. Ushbu funksional yondashuv tadbirkorlik subyektlarining uzoq muddatli barqaror rivojlanishini taʼminlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini xalqaro amaliyot tasdiqlamoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish masalasi soʻnggi yillarda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, raqobatbardoshlikni oshirish va barqaror rivojlanishni taʼminlash nuqtai nazaridan ilmiy tadqiqotlarning muhim yoʻnalishiga aylangan. Mazkur yoʻnalishda olib borilgan ilmiy izlanishlar innovatsion faoliyatning mazmuni, uni strategik boshqarish prinsiplari hamda funksional vazifalarini aniqlashga qaratilgan boʻlib, turli mamlakatlar tajribasida ushbu jarayonning samaradorligi nazariy va amaliy jihatdan asoslab berilgan. Shu sababli, mavjud ilmiy adabiyotlarni tizimli tahlil qilish tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning konseptual asoslarini aniqlash, ilgʻor yondashuvlarni umumlashtirish hamda milliy iqtisodiyot sharoitida qoʻllash imkoniyatlarini belgilashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Mladenovaning tadqiqoti tadbirkorlik subyektlarida innovatsiyalarni qabul qilish jarayonida menejmentning roli va yetakchilik omillariga bagʻishlangan. Tadqiqot natijalari shuni koʻrsatadiki, strategik boshqaruvda rahbariyatning innovatsiyalarga

¹ Oʻzbekiston Respublikasining 2020-yil 24-iyul OʻRQ-630-son. “Innovatsion faoliyat toʻgʻrisida”gi Qonuni <https://lex.uz/uz/docs/-4910391>

nisbatan ochiqligi va risklarni qabul qilishga tayyorligi innovatsion faoliyat samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Muallif innovatsion faoliyatni strategik boshqarishda tashabbuskorlik, motivatsiya va ichki muhitni rivojlantirish asosiy funksional vazifalar qatoriga kirishini asoslab beradi. Bu yondashuv innovatsion faoliyatning inson omiliga bog'liqligini ochib beradi.

Kagumu tomonidan o'tkazilgan sistematik adabiyotlar sharhida kichik va o'rta biznes subyektlarida strategik boshqaruv amaliyotlari va innovatsion faoliyat o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilingan. Tadqiqotda innovatsiyalarni strategik rejalashtirish korxonaning bozor ulushi, rentabelligi va raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilishi ko'rsatib berilgan. Muallif innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning asosiy vazifalari sifatida maqsadlarni aniqlash, resurslardan samarali foydalanish va monitoring tizimini joriy etishni alohida ta'kidlaydi. Ushbu ish innovatsion strategiyaning amaliy natijalarga yo'naltirilganligini ko'rsatadi.

J. M. Gonzalez-Varona, J. López-Paredes, D. Poza va F. Acebes tomonidan olib borilgan tadqiqotda kichik va o'rta biznes subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish jarayonini raqamli transformatsiya kontekstida tahlil qilgan. Tadqiqotda innovatsion strategiyaning muvaffaqiyati tashkilot ichidagi bilimlar almashinuvi, xodimlar kompetensiyasi va moslashuvchan boshqaruv tuzilmasiga bevosita bog'liqligi isbotlangan. Mualliflar innovatsiyalarni strategik boshqarish faqat texnologik yangilanish emas, balki tashkiliy madaniyat va menejment qarorlarining uyg'unligini talab etuvchi kompleks jarayon ekanini ta'kidlaydi. Ushbu yondashuv tadbirkorlik subyektlarining uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi.

Shakirovaning ilmiy ishida milliy innovatsion tizim sharoitida tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish mexanizmlari chuqur tahlil qilingan. Muallif innovatsion faoliyatni boshqarishda davlat siyosati, institutlar va infratuzilmaning o'rni muhim ekanini asoslaydi. Shuningdek, innovatsion strategiyalarni ishlab chiqishda hududiy va tarmoqlar kesimidagi xususiyatlarni hisobga olish zarurligi ko'rsatib beriladi. Ushbu tadqiqot O'zbekiston sharoitida innovatsion boshqaruvning nazariy va amaliy asoslarini ochib beradi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning mazmuni, asosiy prinsiplari va funksional vazifalari respublika miqyosida kompleks tarzda tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida O'zbekiston Respublikasida faoliyat yuritayotgan turli mulkchilik shaklidagi tadbirkorlik subyektlari, shuningdek, innovatsion rivojlanish sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlar, davlat dasturlari va strategik konsepsiyalar o'rganildi. Tadqiqotning hududiy qamrovi respublika miqyosini o'z ichiga olib, tahlil jarayonida iqtisodiyot tarmoqlari kesimida innovatsion boshqaruv yondashuvlarining umumiy va xos jihatlari aniqlashga e'tibor qaratildi.

Tadqiqotda asosan sifat tadqiqot usullari (qualitative research methods) qo'llanildi. Jumladan, ilmiy adabiyotlar va normativ-huquqiy hujjatlarni tahlil qilish, qiyosiy va tizimli yondashuv, kontent-tahlil hamda ekspert baholash usullaridan

foydalanildi. Ushbu metodlar orqali innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning nazariy asoslari, boshqaruv prinsiplari va funksional vazifalari chuqur o'rganilib, xalqaro va milliy tajribalar taqqoslandi. Sifat tadqiqot usullarining qo'llanilishi tadbirkorlik subyektlarida innovatsion jarayonlarning boshqaruv mexanizmlarini chuqur anglash imkonini berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Strategik boshqaruv tushunchasi iqtisodiy va menejment fanlarida keng tadqiq etilgan bo'lib, turli mualliflar tomonidan mazkur kategoriya mazmuni, vazifalari va amaliy ahamiyati turlicha yondashuvlar asosida talqin etilgan. Ayrim tadqiqotchilar strategik boshqaruvni tashkilotning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlovchi rejalashtirish va qarorlar tizimi sifatida izohlagan bo'lsa, boshqalari uni tashqi muhitdagi o'zgarishlarga moslashish, raqobatbardoshlikni ta'minlash hamda innovatsion ustunlikka erishish mexanizmi sifatida baholaydi. Shu bois, strategik boshqaruv tushunchasiga oid turli ilmiy yondashuvlarni tizimli tarzda ko'rib chiqish mazkur kategoriyaning mohiyatini chuqurroq anglash imkonini beradi.

1-jadval.

Asosiy yondashuvlar doirasida ayrim mualliflar tomonidan berilgan “strategik boshqaruv” tushunchalari¹

“Strategik boshqaruv»” tushunchasining ta’rifi	Muallif
“Bu – strategik diagnostikadan boshlanib, kompaniyani ketma-ket amalga oshiriladigan qadamlar orqali boshqaradigan hamda natijada yangi mahsulotlar, bozorlari va texnologiyalarini hamda yangi yetakchi xususiyatlarni yaratishga olib keladigan har tomonlama jarayon.” ²	I.AnsOFF
“Bu jarayon menejerlar tashkilotning uzoq muddatli rivojlanish yo‘nalishlarini, uning aniq maqsadlarini belgilab, barcha mumkin bo‘lgan ichki va tashqi sharoitlarni hisobga olgan holda ushbu maqsadlarga erishish strategiyalarini ishlab chiqadi va tanlangan harakatlar rejasini amalga oshirishga qabul qiladi.” ³	A.Tompson
“Tashkilotni boshqarish inson salohiyatiga tayangan holda tashkil etilib, ishlab chiqarish faoliyatini iste‘molchilarning talablariga yo‘naltiradi, moslashuvchan javob beradi va atrof-muhit chaqiriqlariga javoban o‘z vaqtida o‘zgarishlar kiritadi, bu esa raqobatbardosh ustunliklarga erishishni ta‘minlaydi va natijada tashkilotning uzoq muddatli istiqbolda omon qolishi hamda o‘z maqsadlariga erishish imkonini beradi.” ⁴	O. Vixanskiy
“Kelajakdagi kompaniya imidjini ko‘rish va tashqi muhit o‘zgarishlarini hisobga olgan holda yangilanishga qodir dinamik tashkiliy qobiliyatlarga asoslangan, raqobatchilarga noma'lum iqtisodiy foydalarni (rentabellikni) egallashni ta'minlaydigan biznes-modelga asoslangan proaktiv boshqaruv uslubi.” ⁵	V.Katkalo
“Strategik menejment – bu tashkilot rahbarlariga ushbu ish uchun javobgarlik yuklatilgan holda, tashkilot strategiyasini ishlab chiqish orqali strategik raqobatbardoshlik va qarorlar samaradorligini ta'minlash nazariyasi va amaliyotidir.” ⁶	R.Fatxuddinov

¹ Muallif ishlanmasi

² Ансофф, И. Стратегическое управление. Пер. с англ. — М.: Экономика, 2009. — 331 с.

³ Томпсон. — мл., А.А., Стрикленд III, А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2007. — 928 с.

⁴ Виханский, О.С. Стратегическое управление. — М.: Изд-во Гардарики, 2002. — 292 с.

⁵ Каткало, В. С. Эволюция теории стратегического управления: [монография] / В. С. Каткало; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Высш. шк. менеджмента. — 2-е изд. — [Санкт-Петербург]: Изд. дом Санкт-Петербургского ун-та, 2008. — 546 с.

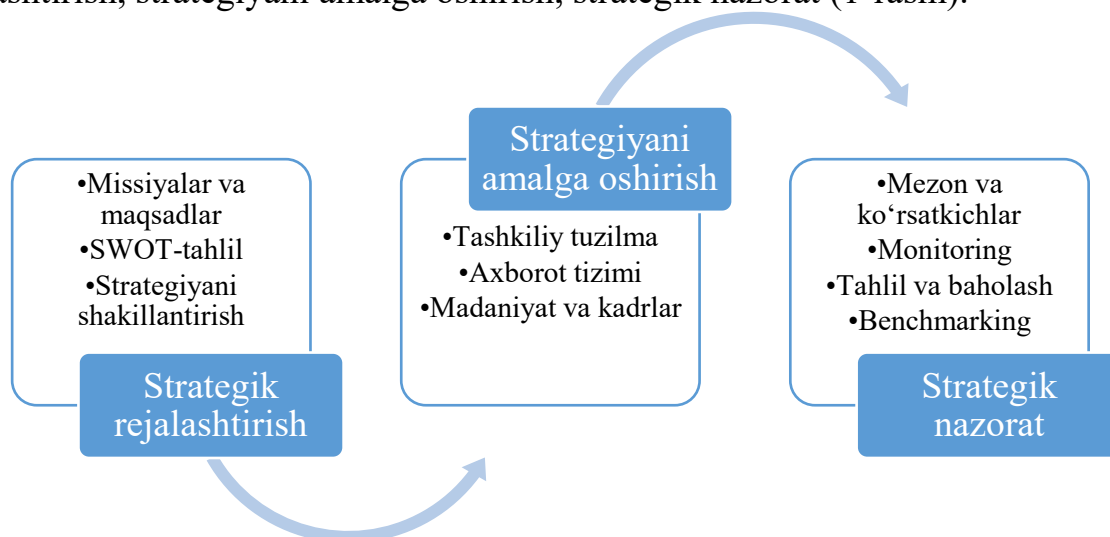
⁶ Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. и направлению «Менеджмент» — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Дело, 2002.

“Strategik boshqaruv»” tushunchasining ta’rifi	Muallif
“Tashkilotni boshqarish tizimi bo‘lib, uning asosida strategik rejalashtirish va joriy hamda strategik qarorlarni muvofiqlashtirish, strategiyani amalga oshirishni tuzatish va nazorat qilish mexanizmlari yotadi. ¹ ”	G.Kleyner

Jadvalda keltirilgan ta’riflar tahlili shuni ko‘rsatadiki, strategik boshqaruv tushunchasi mualliflar tomonidan turli nuqtai nazardan yoritilgan bo‘lsa-da, ularning barchasini umumlashtiruvchi jihat tashkilotning uzoq muddatli rivojlanishini ta’minlashga qaratilgan boshqaruv faoliyati ekanligidir. Mazkur ta’riflarda strategik rejalashtirish, tashqi va ichki muhit omillarini hisobga olish, raqobatbardoshlikni oshirish hamda samarali qarorlar qabul qilish muhim elementlar sifatida namoyon bo‘ladi. Ushbu yondashuvlar tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning nazariy asoslarini shakllantirishda muhim ilmiy manba bo‘lib xizmat qiladi.

Tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish uzluksiz va tizimli jarayon bo‘lib, u strategik rejalashtirish, strategiyani amalga oshirish hamda strategik nazorat bosqichlarining o‘zaro uzviy bog‘liqligiga asoslanadi. Mazkur jarayon korxonaning missiyasi va maqsadlarini aniqlashdan boshlanib, tashqi va ichki muhitni tahlil qilish, resurslarni samarali taqsimlash hamda boshqaruv qarorlarini izchil amalga oshirish orqali rivojlanadi. Shu nuqtai nazardan, strategik boshqaruvning asosiy bosqichlarini vizual model ko‘rinishida ifodalash ushbu jarayonning mantiqiy ketma-ketligi va funksional bog‘liqligini yaqqol namoyon etadi.

O‘quv va ilmiy adabiyotlarni sarhisob qiladigan bo‘lsak, strategik menejment jarayon sifatida uchta shunday blok ko‘rinishida ifodalanishi mumkin: strategik rejalashtirish, strategiyani amalga oshirish, strategik nazorat (1-rasm).



1-rasm. Strategik boshqaruv jarayoni²

¹ Клейнер, Г.Б. Сущность и структура стратегии предприятия //Современная конкуренция. — 2008.- №6(12). — С. 114-130

² Стратегическое управление: учеб. / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. -3 изд., — М.: Омега-Л, 2008. — 464 с.

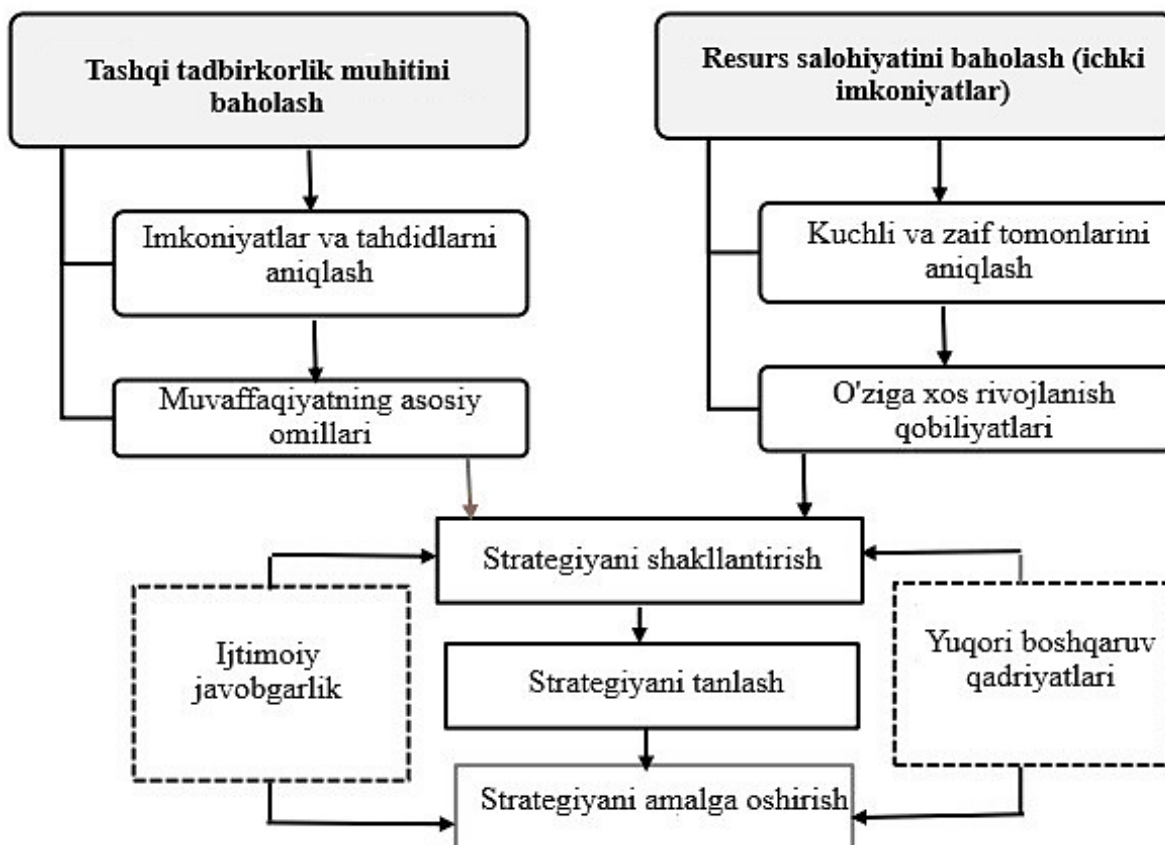
Rasmda keltirilgan strategik boshqaruv modeli tahlili shuni ko'rsatadiki, strategik rejalashtirish, strategiyani amalga oshirish va strategik nazorat bir-birini to'ldiruvchi va takrorlanuvchi jarayonlar hisoblanadi. Xususan, strategik rejalashtirish bosqichida aniqlangan maqsad va ustuvor yo'nalishlar amalga oshirish jarayonida tashkiliy tuzilma, axborot tizimi hamda inson resurslari orqali hayotga tatbiq etiladi, strategik nazorat esa belgilangan mezonlar asosida natijalarni baholash va zarur hollarda strategiyaga tuzatishlar kiritish imkonini beradi. Ushbu model tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni samarali boshqarishning konseptual asosini tashkil etadi.

Strategik nazorat bosqichini aks ettiruvchi elementlar tahlili shuni ko'rsatadiki, monitoring, baholash va benchmarking mexanizmlaridan foydalanish strategik boshqaruvning ajralmas qismi hisoblanadi. Xalqaro amaliyotda strategik nazorat tizimini joriy etgan korxonalarda rejalashtirilgan innovatsion ko'rsatkichlarga erishish darajasi 1,4–1,6 barobar yuqori ekani aniqlangan. Mezon va indikatorlar asosida doimiy baholash strategik xatoliklarni erta aniqlash va moslashuvchan tuzatishlar kiritish imkonini beradi.

Tadbirkorlik subyektlarida strategik boshqaruvni samarali tashkil etish tashqi muhit omillari, ichki resurslar va boshqaruv salohiyatini kompleks baholashni talab etadi. Mazkur jarayonda strategiyani shakllantirish faqat bozor sharoitlarini tahlil qilish bilan cheklanib qolmay, balki korxonaning ichki imkoniyatlari, raqobat ustunliklari hamda ijtimoiy mas'uliyat omillarini ham hisobga olishni taqozo etadi. Shu nuqtai nazardan, Garvard Biznes Maktabi tomonidan ishlab chiqilgan strategik boshqaruv modeli tashqi va ichki muhit tahlilini uyg'unlashtirgan holda strategiyani shakllantirish va amalga oshirish jarayonlarini tizimli asosda yoritib beruvchi muhim konseptual yondashuv hisoblanadi.

3-rasmda keltirilgan Garvard Biznes Maktabi modeli tahlili shuni ko'rsatadiki, strategiyani shakllantirish va amalga oshirish jarayoni tashqi tadbirkorlik muhitidagi imkoniyatlar va tahdidlar, shuningdek, korxonaning ichki resurs salohiyati va o'ziga xos rivojlanish qobiliyatlari o'rtasidagi muvozanatga asoslanadi. Modelda ijtimoiy javobgarlik va yuqori boshqaruv kadrlarining roli alohida e'tirof etilib, strategik qarorlarning samaradorligi aynan ushbu omillar bilan bevosita bog'liqligi ko'rsatilgan. Ushbu yondashuv tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarishda kompleks va barqaror strategiyalarni ishlab chiqish imkonini beradi.

Rasmlar asosida o'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish yopiq va bir martalik jarayon emas, balki doimiy takomillashib boruvchi siklik tizimdir. Strategik rejalashtirish, amalga oshirish va nazorat bosqichlarining o'zaro uyg'unligi innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish, raqobatbardoshlikni mustahkamlash hamda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Ushbu xulosalar respublika miqyosida innovatsion boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish zarurligini yana bir bor tasdiqlaydi.



3-rasm. Garvard biznes maktabi modeli¹

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarish zamonaviy iqtisodiy sharoitda raqobatbardoshlikni ta'minlash va barqaror rivojlanishga erishishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Innovatsion faoliyatni samarali boshqarish faqat yangi texnologiyalarni joriy etish bilan cheklanmay, balki uni korxonaning uzoq muddatli maqsadlari bilan uyg'unlashtirilgan strategik rejalashtirish, amalga oshirish va nazorat qilish jarayonlarini o'z ichiga oladi. Ushbu yondashuv tadbirkorlik subyektlarining bozor sharoitlariga moslashuvchanligini oshiradi.

Tahlillar natijasida strategik boshqaruvning asosiy prinsiplari – tizimlilik, uzluksizlik, moslashuvchanlik, natijadorlik va innovatsion yo'naltirilganlik innovatsion faoliyat samaradorligini belgilovchi muhim omillar ekanligi aniqlandi. Strategik rejalashtirish bosqichida missiya va maqsadlarning aniq belgilanishi, tashqi va ichki muhitni chuqur tahlil qilish hamda ustuvor yo'nalishlarni tanlash innovatsion qarorlarning asoslanganligini ta'minlaydi. Bu esa resurslardan samarali foydalanish va strategik xatoliklar xavfini kamaytirishga xizmat qiladi.

Innovatsion strategiyani amalga oshirish va strategik nazorat mexanizmlarining mavjudligi tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatning uzluksizligini ta'minlaydi. Tashkiliy tuzilma, axborot tizimlari va inson resurslarining rivojlanganligi

¹ Muallif tomonidan A.N.Petrovning "Zamonaviy strategik menejment" darsligi manbalari asosida tayyorlangan

strategiyaning amaliy natijalarini belgilovchi asosiy funksional vazifalar sifatida namoyon bo‘ladi. Strategik nazorat esa monitoring va baholash orqali strategik qarorlarni o‘z vaqtida takomillashtirish imkonini beradi.

Tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatni strategik boshqarishning samarali modeli ularning iqtisodiy barqarorligi, raqobat ustunligini mustahkamlash hamda milliy iqtisodiyotda innovatsion rivojlanish jarayonlarini jadallashtirishga xizmat qiladi. Mazkur tadqiqot natijalari respublika miqyosida innovatsion boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish va tadbirkorlik subyektlarining innovatsion salohiyatini oshirish uchun ilmiy-amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral PF-4947-son “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni, <https://lex.uz/uz/docs/-3107036>

2. O‘zbekiston Respublikasining 2020-yil 24-iyul O‘RQ-630-son. “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonuni <https://lex.uz/uz/docs/-4910391>

3. Томпсон. — мл., А.А., Стрикленд III, А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2007. — 928 с.

4. Ансофф, И. Стратегическое управление. Пер. с англ. — М.: Экономика, 2009. — 331 с.

5. Виханский, О.С. Стратегическое управление. — М.: Изд-во Гардарики, 2002. — 292 с.

6. Катъкало, В. С. Эволюция теории стратегического управления: [монография] / В. С. Катъкало; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Высш. шк. менеджмента. — 2-е изд. — [Санкт-Петербург]: Изд. дом Санкт-Петербургского ун-та, 2008. — 546 с.

7. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. и направлению «Менеджмент» — 5-е изд., испр. и доп. — М: Дело, 2002.

8. Клейнер, Г.Б. Сущность и структура стратегии предприятия // Современная конкуренция. — 2008.- №6(12). — С. 114-130

9. Стратегическое управление: учеб. / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. -3 изд., — М.: Омега-Л, 2008. — 464 с.

10. Шакирова, М. (2024). Особенности стратегического управления инновациями на предприятии. Экономическое развитие и анализ, 2(8), 139-147.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:	Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri:	Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri:	Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih:	Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar:	Sadikov Shoxrux Shuxratovich Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, dekabr, 12-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**