

KORXONA INNOVATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH VA SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI

Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
“Menejment va marketing” kafedrası v.b. dotsenti

ORCID: 0009-0002-5458-8068

E-mail: muazzam1981@mail.ru

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti talabasi

Qo‘ldosheva Dilnavoz Baxodir qizi

E-mail: goldoshevadilnavoz4@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada korxonalarda innovatsiya va innovatsion faoliyatni tashkil etishning nazariy asoslari, “innovatsiya” va “innovatsion faoliyat” tushunchalarining ilmiy talqinlari, innovatsiyalarning asosiy turlari, innovatsion jarayon bosqichlari hamda korxonada innovatsion faoliyati samaradorligini baholash yondashuvlari tahlil qilingan. Innovatsion loyihalar samaradorligini baholashda sifat va miqdoriy ko‘rsatkichlardan kompleks foydalanish zarurligi asoslab berilgan. Telekommunikatsiya va xizmat ko‘rsatish korxonalarida innovatsion faoliyat samaradorligini baholash uchun sohaviy yondashuvlarni ishlab chiqish zarurligi ta’kidlangan.

Kalit so‘zlar: innovatsiya, innovatsion faoliyat, innovatsion loyiha, samaradorlik, raqobatbardoshlik, innovatsion jarayon, NPV, IRR, rentabellik indeksi.

Аннотация

В данной статье проанализированы теоретические основы организации инноваций и инновационной деятельности на предприятиях, научные трактовки понятий «инновация» и «инновационная деятельность», основные виды инноваций, этапы инновационного процесса, а также подходы к оценке эффективности инновационной деятельности предприятий. Обоснована необходимость комплексного использования качественных и количественных показателей при оценке эффективности инновационных проектов. Подчеркивается необходимость разработки отраслевых подходов к оценке эффективности инновационной деятельности на предприятиях телекоммуникаций и сферы услуг.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, инновационный проект, эффективность, конкурентоспособность, инновационный процесс, NPV, IRR, индекс рентабельности.

Abstract

This article analyzes the theoretical foundations of organizing innovation and innovative activity in enterprises, scientific interpretations of the concepts of

“innovation” and “innovative activity,” the main types of innovation, stages of the innovation process, and approaches to evaluating the effectiveness of innovative activity in enterprises. The necessity of a comprehensive use of qualitative and quantitative indicators in assessing the effectiveness of innovative projects is substantiated. The study emphasizes the need to develop sector-specific approaches for evaluating the effectiveness of innovative activity in telecommunications and service enterprises.

Keywords: innovation, innovative activity, innovation project, efficiency, competitiveness, innovation process, NPV, IRR, profitability index.

KIRISH

O‘zbekiston iqtisodiyoti rivojlanishida innovatsiya va innovatsion faoliyat iqtisodiy o‘shish, ishlab chiqarishning modernizatsiyasi hamda korxonalar raqobatbardoshligini ta‘minlovchi asosiy omildir. Zamonaviy iqtisodiy rivojlanishda innovatsiyalar iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida texnologik yangilanishlarni jadallashtirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va bozor talablariga mos mahsulot hamda xizmatlarni yaratishda muhim rol o‘ynaydi. Innovatsion rivojlanish strategiyasi nafaqat alohida korxonalar, balki butun milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta‘minlovchi muhim omil sifatida qaraladi.

Korxonalarining barqaror rivojlanishi, yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishi, ishlab chiqarish hamda boshqaruv jarayonlarini takomillashtirishi innovatsion yondashuvlarga bog‘liqdir. Innovatsion faoliyat korxonalarga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish, resurslardan samarali foydalanish, yangi texnologiyalarni joriy etish hamda mahsulot sifatini oshirish imkonini beradi. Natijada korxonalar nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro bozorlarda ham raqobatbardosh ustunlikka ega bo‘lishlari mumkin.

Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, innovatsiyalar korxonalarga ichki samaradorlikni oshirish, yangi bozorlarga chiqish, xarajatlarni kamaytirish, mahsulot sifatini yaxshilash va iste‘molchilar ehtiyojini to‘laroq qondirish imkonini beradi. Rivojlangan davlatlar iqtisodiyoti tahlili shuni ko‘rsatadiki, innovatsion rivojlanishga asoslangan iqtisodiy model yuqori texnologiyali ishlab chiqarish tarmoqlarining rivojlanishi, ilmiy tadqiqotlarning kengayishi va yangi biznes modellarining shakllanishiga xizmat qiladi. Innovatsiyalar korxonalarining strategik rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi va ularning uzoq muddatli barqaror faoliyatini ta‘minlaydi.

Dunyo iqtisodiyotida innovatsion rivojlanish jarayonlari tobora jadallashtirib borayotgan bir sharoitda korxonalar faoliyatida innovatsion yondashuvlarni qo‘llash zaruriyati ortib bormoqda. Raqamli texnologiyalar, axborot-kommunikatsiya tizimlari, sun‘iy intellekt va avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish texnologiyalarining jadal rivojlanishi innovatsion faoliyatning yangi shakllarini yuzaga keltirmoqda. Bu esa korxonalardan innovatsion jarayonlarni samarali tashkil etish, ilmiy-texnik salohiyatdan to‘g‘ri foydalanish va innovatsiyalarni tijoratlashtirish mexanizmlarini takomillashtirishni talab etadi.

Innovatsion faoliyatni samarali tashkil etish nafaqat yangi g‘oyalarni yaratish, balki ularni amaliyotga joriy etish va iqtisodiy samaraga erishish bilan ham bog‘liqdir.

Innovatsion jarayonning barcha bosqichlari - ilmiy tadqiqotlar, ishlanmalarni yaratish, ishlab chiqarishga joriy etish va bozorga chiqarish - o‘zaro uzviy bog‘liq bo‘lib, ular samarali boshqaruvni talab etadi. Shuning uchun innovatsion faoliyatni ilmiy-nazariy jihatdan o‘rganish va uning samaradorligini baholash mexanizmlarini ishlab chiqish muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Korxonalarda innovatsion faoliyatni tashkil etish va uning samaradorligini baholash masalalarini chuqur o‘rganish korxonalarining barqaror rivojlanishi hamda iqtisodiyotning innovatsion taraqqiyotini ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

“Innovatsiya” tushunchasi iqtisodiy kategoriya sifatida ilk bor Y. Shumpeter tomonidan 1912-yilda “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” asarida ilmiy muomalaga kiritilgan. Olim innovatsiyani tadbirkorlik ruhi bilan rag‘batlantirilgan ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyasi sifatida tavsiflab, uning besh asosiy ko‘rinishini ajratib ko‘rsatadi: yangi mahsulot, yangi ishlab chiqarish usuli, yangi bozor, yangi xomashyo manbai va yangi tashkiliy tuzilma.

Keyingi davrlarda xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan innovatsiya turlicha talqin qilindi. Ayrim mualliflar uni yangi mahsulot yoki texnologiya yaratish jarayoni deb baholasa, boshqalar ilmiy g‘oyani tijoratlashirish, boshqaruv tizimini yangilash yoki ijtimoiy-iqtisodiy samara beruvchi yangilik sifatida ko‘rsatadi.

O‘zbekiston Respublikasining “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonuniga¹ ko‘ra, innovatsiya - amaliyotda katta ijtimoiy-iqtisodiy samaraga olib keladigan yangi ishlanmadir. Ushbu yondashuv innovatsiyaning nafaqat yangilik, balki natijadorlik bilan ham bog‘liqligini ko‘rsatadi.

1-jadval

Innovatsiya tushunchasiga doir asosiy ilmiy yondashuvlar²

№	Muallif	Yondashuv mazmuni
1	Y. Shumpeter	Innovatsiya - ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyasi, yangi mahsulot va bozorlarni yuzaga keltiruvchi o‘zgarish.
2	B. Santo	Innovatsiya - g‘oya va ishlanmalardan amaliy foydalanish orqali yangi mahsulot yoki texnologiyani yaratishga olib keluvchi ijtimoiy-texnik-iqtisodiy jarayon.
3	F. Kotler	Innovatsiya - iste‘molchi uchun mutlaqo yangi yoki noyob xususiyatga ega bo‘lgan g‘oya, mahsulot yoki texnologiya.
4	Mahalliy yondashuv	Innovatsiya - korxonada faoliyatida sifat jihatdan yangi iste‘mol xususiyatlariga ega mahsulot yoki xizmatni yaratish imkonini beruvchi ishlanma.

Ilmiy manbalarni umumlashtirish asosida innovatsiyani korxonada faoliyatida sifat jihatdan yangi iste‘mol xususiyatlariga ega mahsulot yoki xizmatni yaratish va amaliyotga joriy etish imkonini beradigan ishlanma sifatida talqin qilish mumkin. Bunday yondashuv innovatsiyaning nafaqat yangi g‘oya yoki texnologik yechim

¹ O‘zbekiston Respublikasining 2020-yil 24-iyul O‘RQ-630-son “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi Qonuni <https://lex.uz/docs/-4910391>

² Muallif ishlanmasi

sifatida paydo bo'lishini, balki uning real iqtisodiy natija beradigan amaliy mahsulot yoki xizmatga aylanish jarayonini ham o'z ichiga olishini anglatadi. Ya'ni innovatsiya ilmiy tadqiqotlar, texnologik ishlanmalar, tashkiliy yoki boshqaruv yangiliklari natijasida yuzaga kelib, korxonaning ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish yoki boshqaruv faoliyatiga tatbiq etilishi orqali iqtisodiy, ijtimoiy yoki texnologik samaraga olib keladi.

Innovatsiya korxonaning bozor talablariga moslashish, iste'molchilar ehtiyojini yanada samarali qondirish hamda mahsulot va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Innovatsion ishlanmalar korxonaga yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, mavjud mahsulotlarni takomillashtirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va boshqaruv tizimlarini modernizatsiya qilish imkoniyatini beradi. Natijada korxonada resurslardan samaraliroq foydalanish, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va bozorda mustahkam mavqega ega bo'lish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Bundan tashqari, innovatsiya faqat texnologik yangilik bilan cheklanib qolmay, balki marketing, tashkiliy va boshqaruv sohalarida ham yangi yondashuvlarni joriy etishni o'z ichiga oladi. Shu jihatdan innovatsiya korxonada faoliyatining barcha yo'nalishlarida yangilanish jarayonini ta'minlovchi muhim omil sifatida namoyon bo'ladi. Innovatsiyaning amaliyotga joriy etilishi esa korxonaning strategik rivojlanishi, uning uzoq muddatli barqarorligi va bozor sharoitida raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Innovatsiyani nafaqat yangi g'oyaning yaratilishi, balki uning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlariga tatbiq etilishi hamda iqtisodiy samaraga erishish imkonini beruvchi kompleks jarayon sifatida ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

METODOLOGIYA

Innovatsiyani yaratish, o'zlashtirish va amaliyotga tatbiq etish jarayoni innovatsion faoliyat deb ataladi. Innovatsion faoliyat yangi ilmiy-texnik natijalarga asoslangan mahsulotlar, xizmatlar, texnologiyalar va boshqaruv yechimlarini ishlab chiqish hamda ularni amaliyotga joriy etishga qaratilgan uzluksiz jarayon hisoblanadi. Mazkur jarayon ilmiy tadqiqotlar olib borish, yangi g'oyalarni shakllantirish, texnologik ishlanmalarni yaratish, ularni sinovdan o'tkazish hamda ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish tizimlariga tatbiq etishni o'z ichiga oladi. Innovatsion faoliyatning asosiy maqsadi korxonada faoliyatining samaradorligini oshirish, mahsulot va xizmatlar sifatini yaxshilash hamda bozorda raqobatbardosh ustunlikni ta'minlashdan iboratdir.

Innovatsion faoliyat korxonada rivojlanishining muhim omili bo'lib, u ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va mavjud resurslardan samarali foydalanish imkonini yaratadi. Shuningdek, innovatsion faoliyat korxonalariga bozor talablaridagi o'zgarishlarga tez moslashish, iste'molchilar ehtiyojlarini chuqurroq o'rganish hamda yangi biznes imkoniyatlarini aniqlash imkonini beradi. Shu jihatdan innovatsion faoliyat korxonaning strategik rivojlanishida muhim o'rin tutadi va uning uzoq muddatli barqaror faoliyat yuritishini ta'minlashga xizmat qiladi.

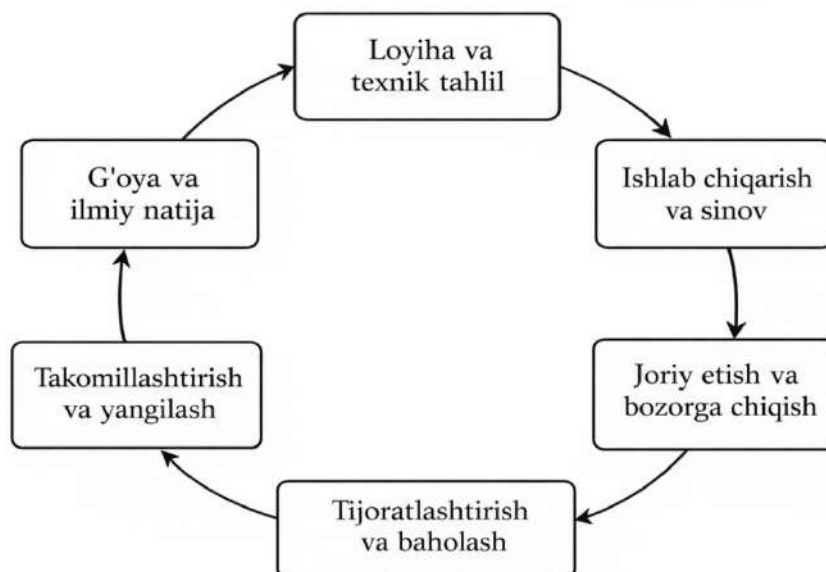
Korxonaning innovatsion faoliyati odatda bir nechta muhim yo‘nalishlarni qamrab oladi. Birinchidan, yangi mahsulot yoki xizmat turlarini yaratish innovatsion faoliyatning asosiy yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Bu jarayon ilmiy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik ishlari hamda yangi texnologik yechimlarni ishlab chiqish orqali amalga oshiriladi.

Ikkinchidan, mavjud mahsulot va xizmatlarni takomillashtirish ham innovatsion faoliyatning muhim tarkibiy qismi bo‘lib, bunda mahsulot sifatini oshirish, uning funksional imkoniyatlarini kengaytirish yoki iste‘molchilar uchun qulaylik yaratish maqsad qilinadi.

Uchinchidan, ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini modernizatsiya qilish innovatsion faoliyatning muhim yo‘nalishlaridan biridir. Bu jarayon ishlab chiqarish texnologiyalarini yangilash, avtomatlashtirish darajasini oshirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish hamda boshqaruv tizimini takomillashtirish orqali amalga oshiriladi. Bunday o‘zgarishlar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va resurslardan yanada samarali foydalanish imkonini beradi.

To‘rtinchidan, korxonaga raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi tashkiliy va marketing yangiliklarini joriy etish ham innovatsion faoliyatning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Bunga yangi marketing strategiyalarini ishlab chiqish, mahsulotni bozorda ilgari surishning zamonaviy usullaridan foydalanish, yangi savdo kanallarini shakllantirish hamda korxonaga boshqaruv tizimida ilg‘or yondashuvlarni qo‘llash kiradi. Mazkur chora-tadbirlar korxonaga bozor sharoitida o‘z mavqeyini mustahkamlash, iste‘molchilar bilan samarali munosabatlarni yo‘lga qo‘yish va yangi bozor segmentlarini egallash imkonini beradi.

Umuman olganda, innovatsion faoliyat korxonaga faoliyatining barcha sohalarida yangilanish jarayonini ta‘minlovchi muhim mexanizm hisoblanadi. U korxonalarga texnologik rivojlanish darajasini oshirish, ishlab chiqarish samaradorligini yaxshilash va global bozor sharoitida barqaror raqobatbardoshlikni ta‘minlash imkonini beradi.



1-rasm. Innovatsion jarayonning asosiy bosqichlari¹

¹ Muallif ishlanmasi

Amaliyotda innovatsion jarayon bosqichlari korxonaning sohasi, hajmi, moliyaviy imkoniyatlari va bozor sharoitiga qarab farq qiladi. Ayrim hollarda ilmiy tadqiqot bosqichi bevosita korxonada amalga oshirilmasa ham, tashqi ilmiy markazlar yoki ilg'or korxonalar tajribasi asosida bajarilishi mumkin.

Innovatsion faoliyatga moliyaviy resurslar, ilmiy-texnik salohiyat, kadrlar malakasi, boshqaruv sifati, bozor talabi, raqobat muhiti va davlatning innovatsion siyosati kabi omillar kuchli ta'sir ko'rsatadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Korxonada uzluksiz innovatsion faoliyatni tashkil etish sezilarli moliyaviy, insoniy va tashkiliy resurslarni talab etadi. Uning samaradorligini aniqlash korxonada boshqaruvida muhim o'rin tutadi. Bunda innovatsion faoliyat samaradorligi bilan innovatsion loyiha samaradorligini aynanlashtirish maqsadga muvofiq emas. Chunki innovatsion faoliyat kengroq tushuncha bo'lib, innovatsion loyihalar esa uning tarkibiy qismi hisoblanadi.

Innovatsion loyihalarni baholashda sifat va miqdoriy yondashuvlar qo'llaniladi. Sifat yondashuvi loyiha korxonaning strategik maqsadlariga qanchalik mos kelishini, uning bozor mavqeyini mustahkamlashga qo'shadigan hissasini hamda raqobatbardoshlikni oshirishdagi rolini baholaydi. Miqdoriy yondashuv esa investitsiya samaradorligi, rentabellik darajasi va pul oqimlari asosida iqtisodiy natijadorlikni aniqlaydi.

2-jadval.

Innovatsion faoliyat va innovatsion loyihalarni baholash yondashuvlari

Yondashuv	Asosiy mezon	Afzalligi	Cheklovi
Sifat yondashuvi	Strategik moslik, imij, raqobatbardoshlik, bozor mavqeyi	Uzoq muddatli natijalarni hisobga oladi	Aniq sonli baho berish qiyin
Miqdoriy yondashuv	Foyda, rentabellik, pul oqimi, diskont	Moliyaviy natijani aniq ko'rsatadi	Noiqtisodiy ta'sirlarni to'liq qamrab olmaydi
Kompleks yondashuv	Sifat va miqdoriy mezonlar uyg'unligi	Eng muvozanatli baholashni beradi	Ko'proq axborot va tahlil talab qiladi

Miqdoriy yondashuv doirasida innovatsion loyihalar samaradorligini baholashda bir qator moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlardan keng foydalaniladi. Xususan, rentabellik indeksi (PI), sof joriy qiymat (NPV) va ichki foyda normasi (IRR) kabi ko'rsatkichlar innovatsion loyihalarning iqtisodiy samaradorligini aniqlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu ko'rsatkichlar turli davrlarda amalga oshirilgan xarajatlar va olinadigan daromadlarni bir vaqt birligiga keltirish, ya'ni diskontlash usuli asosida hisoblanadi.

Rentabellik indeksi (PI)

Rentabellik indeksi loyiha davomida olinadigan diskontlangan daromadlarning boshlang'ich investitsiyaga nisbatini ifodalaydi.

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{I_0}$$

Bu yerda:

CF_t - t davrdagi pul oqimi

r - diskont stavkasi

I_0 - boshlang'ich investitsiya

n - loyiha muddati

Agar $PI > 1$ bo'lsa loyiha samarali hisoblanadi.

Sof joriy qiymat (NPV)

Sof joriy qiymat loyiha davomida olinadigan diskontlangan pul oqimlari va investitsiya xarajatlari o'rtasidagi farqni ko'rsatadi.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Agar $NPV > 0$ bo'lsa loyiha iqtisodiy jihatdan samarali deb hisoblanadi.

Ichki foyda normasi (IRR)

Ichki foyda normasi loyihaning diskont stavkasi shunday qiymatiki, bunda sof joriy qiymat nolga teng bo'ladi.

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I_0 = 0$$

Agar IRR investor talab qilayotgan minimal daromadlilik darajasidan yuqori bo'lsa, loyiha qabul qilinadi.

3-jadval.

Innovatsion faoliyat samaradorligi ko'rsatkichlari¹

№	Ko'rsatkich	Mazmuni
1	Ilmiy-texnik xarajatlar salmog'i	Ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga sarflangan mablag' ulushi
2	Yangiliklarni joriy etish tezligi	Yangi mahsulot yoki texnologiyani joriy etish muddati
3	Mahsulot yangilanish koeffitsiyenti	Yangi mahsulotlar ulushining umumiy mahsulot hajmidagi hissasi
4	Patent va litsenziyalar ulushi	Intellektual mulk obyektlari soni
5	Innovatsion bo'linmalar salohiyati	Innovatsion faoliyat bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar soni
6	Innovatsion mahsulotlar ulushi	Innovatsion mahsulotlarning ishlab chiqarishdagi hissasi

Innovatsion faoliyat samaradorligini baholashda sifat va miqdoriy ko'rsatkichlarni birgalikda qo'llash eng maqbul yondashuv hisoblanadi. Bunday kompleks baholash usuli korxonaning innovatsion salohiyatini to'liq tahlil qilish, innovatsion jarayonlar samaradorligini oshirish hamda uzoq muddatli strategik rivojlanishni ta'minlash imkonini beradi.

¹ Muallif ishalanmasi

Bundan tashqari, zamonaviy iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyatni samarali tashkil etishda raqamli texnologiyalar, axborot-kommunikatsiya tizimlari va ilmiy-tadqiqot natijalarini amaliyotga tezkor joriy etish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Raqamli transformatsiya jarayonlari korxonalar uchun yangi imkoniyatlar yaratib, innovatsion jarayonlarning samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda. Xususan, katta ma'lumotlar (Big Data), sun'iy intellekt, bulut texnologiyalari va avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlaridan foydalanish innovatsion faoliyatni rejalashtirish, monitoring qilish va baholash jarayonlarini yanada takomillashtirish imkonini bermoqda. Bu esa korxonalarga innovatsion faoliyat natijalarini tezkor tahlil qilish va samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini yaratadi.

Innovatsion faoliyat samaradorligini oshirishda davlat tomonidan yaratilayotgan institutsional va iqtisodiy sharoitlar ham muhim rol o'ynaydi. Innovatsion infratuzilmaning rivojlanishi, ilmiy tadqiqotlarni moliyalashtirish tizimini takomillashtirish, startap loyihalarni qo'llab-quvvatlash hamda innovatsion hamkorlikni rivojlantirish korxonalarining innovatsion faolligini oshirishga xizmat qiladi. Innovatsion faoliyatni baholash jarayonida nafaqat korxonalar ichki omillari, balki davlat innovatsion siyosati, ilmiy muassasalar bilan hamkorlik darajasi va innovatsion infratuzilmaning rivojlanganlik darajasini ham hisobga olish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Innovatsiya va innovatsion faoliyat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, moliyaviy barqarorligini ta'minlash hamda uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlovchi muhim strategik omillardan biri hisoblanadi. Zamonaviy iqtisodiy rivojlanish sharoitida innovatsiyalar korxonalarga yangi mahsulot va xizmatlar yaratish, ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish, resurslardan samarali foydalanish hamda bozor talablariga moslashish imkonini beradi. Innovatsiya jarayoni nafaqat yangi g'oyalarni shakllantirish, balki ularni amaliyotga joriy etish orqali iqtisodiy, texnologik va ijtimoiy samara olishni nazarda tutuvchi kompleks jarayon sifatida namoyon bo'ladi.

Ilmiy manbalar tahlili innovatsion faoliyat korxonalar rivojlanishining muhim omili ekanligini ko'rsatdi. Innovatsion faoliyatni samarali tashkil etish korxonaning ilmiy-texnik salohiyati, moliyaviy resurslari, boshqaruv tizimi va kadrlar malakasiga bevosita bog'liqdir. Innovatsion jarayonning muvaffaqiyati ko'p jihatdan bozor talabi, raqobat muhiti, texnologik rivojlanish darajasi hamda davlatning innovatsion siyosati kabi tashqi omillar ta'siriga ham bog'liq bo'ladi.

Innovatsion faoliyat samaradorligini baholashda yagona universal uslub mavjud emasligi aniqlandi. Har bir korxonaning faoliyat sohasi, strategik maqsadlari, resurs salohiyati va bozor sharoitidan kelib chiqib mos baholash mezonlari tanlanishi lozim. Innovatsion faoliyat samaradorligini aniqlashda sifat va miqdoriy yondashuvlarni uyg'un holda qo'llash maqsadga muvofiq hisoblanadi. Sifat ko'rsatkichlari innovatsion faoliyatning strategik va ijtimoiy natijalarini baholash imkonini bersa, miqdoriy ko'rsatkichlar innovatsion loyihalarning iqtisodiy samaradorligini aniqlashga xizmat qiladi.

Miqdoriy baholash jarayonida rentabellik indeksi (PI), sof joriy qiymat (NPV) va ichki foyda normasi (IRR) kabi ko'rsatkichlardan foydalanish innovatsion loyihalarning iqtisodiy samaradorligini aniqlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Innovatsion faoliyat samaradorligini to'liq baholash uchun ilmiy-texnik xarajatlar ulushi, mahsulot yangilanish koeffitsiyenti, innovatsion mahsulotlar ulushi, patentlar va litsenziyalar soni hamda innovatsion bo'linmalar salohiyati kabi ko'rsatkichlarni ham hisobga olish zarur.

Innovatsion faoliyat korxonalar faoliyatining barcha yo'nalishlarida yangilanish jarayonini ta'minlovchi muhim mexanizm hisoblanadi. Innovatsion yondashuvlarni qo'llash korxonalarga ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, yangi texnologiyalarni joriy etish hamda global bozorda raqobatbardosh ustunlikka erishish imkonini beradi. Innovatsion faoliyatni strategik boshqarish hamda uning samaradorligini muntazam baholab borish korxonalar barqaror rivojlanishining muhim shartlaridan biri hisoblanadi.

Kelgusida telekommunikatsiya va xizmat ko'rsatish korxonalarida innovatsion faoliyat samaradorligini baholashning sohaviy xususiyatlarga moslashtirilgan uslubiy yondashuvlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy yo'nalish sifatida namoyon bo'ladi. Xususan, raqamli texnologiyalar, axborot-kommunikatsiya tizimlari va xizmat ko'rsatish sohasining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda innovatsion faoliyat samaradorligini aniqlashga qaratilgan kompleks baholash tizimini ishlab chiqish ilmiy va amaliy jihatdan muhim ahamiyatga ega bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Schumpeter J. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. - Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934. - 255 p.
2. Drucker P.F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. - New York: Harper & Row Publishers, 1985. - 277 p.
3. Kotler Ph. Marketing Management. - 15th ed. - New York: Pearson Education, 2016. - 714 p.
4. O'zbekiston Respublikasining 2020-yil 24-iyul O'RQ-630-son "Innovatsion faoliyat to'g'risida"gi Qonuni <https://lex.uz/docs/-4910391>
5. Fatxutdinov R.A. Innovatsion menejment: darslik. - Moskva: INFRA-M, 2015. - 448 b.
6. Zavlin P.N. Innovatsiyalar samaradorligini baholash nazariyasi va amaliyoti. - Moskva: Ekonomika, 2010. - 320 b.
7. Safronov D.M. Korxonalarda innovatsion faoliyat monitoringi ko'rsatkichlari // Innovatsion iqtisodiyot muammolari. - 2014. - №3. - B. 45-52.
8. Zukhurova, N., & Shaislamova, N. (2010, October). The role of innovations in development and becoming information economy. In 2010 4th International Conference on Application of Information and Communication Technologies (pp. 1-5). IEEE.
9. Shaislamova, M. R. (2013). Increasing the competitiveness of the enterprise in the conditions of globalization. In Materials of the scientific-methodical seminar on the

theme “Development of information and communication technologies in the Republic of Uzbekistan in the conditions of modernization of the national economy.” Tashkent.

10. Shaislamova, M. (2021). Organization of innovative activities in telecommunications enterprises. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 12(9), 1434-1441.



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

2026-yil, mart, 3-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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**