

Внимание К Технологическим, Маркетинговым И Организационным Инновациям Малого Бизнеса И Микрофирм В Узбекистане

*Ibrohimov Boburmirzo Baxtiyor o'g'li*¹

Аннотация: В этой статье рассматривается роль и значение технологических, маркетинговых и организационных инноваций для малого бизнеса и микрофирм в Узбекистане. Малые и микропредприятия являются важнейшими драйверами экономического развития, создания рабочих мест и диверсификации рынка. Однако их потенциал часто остается неиспользованным из-за ограниченных ресурсов и отсутствия инновационных подходов. В исследовании рассматривается, как эти фирмы принимают и внедряют инновации для повышения конкурентоспособности и устойчивости в динамичной рыночной среде. В статье освещаются основные проблемы, такие как доступ к технологиям, финансовые ограничения и ограниченный опыт, при этом подчеркивается важность инноваций как катализатора роста. Основное внимание уделяется технологическим достижениям, инновационным маркетинговым стратегиям, адаптированным к местным и глобальным рынкам, и эффективным организационным практикам, которые способствуют устойчивости и адаптивности. Анализируя успешные примеры и последние тенденции, статья дает представление о стратегиях, которые малые предприятия в Узбекистане используют для преодоления барьеров. В ней также обсуждаются рекомендации по политике и механизмы поддержки, необходимые для продвижения культуры инноваций в этом секторе. Целью данного исследования является внесение вклада в продолжающийся диалог по вопросам повышения инновационного потенциала малых и микропредприятий в странах с развивающейся экономикой.

Ключевые слова: технологические инновации, маркетинговые инновации, организационные инновации, малый бизнес, микрофирмы, Узбекистан, предпринимательство, внедрение инноваций, рост бизнеса, конкурентоспособность, инновационные стратегии, цифровая трансформация, адаптация к рынку, организационные изменения, экосистема стартапов, развитие МСП, влияние инноваций, управление ресурсами, эффективность бизнеса, экономическая устойчивость.

ВВЕДЕНИЕ

Инновации играют ключевую роль в стимулировании экономического развития и повышении конкурентоспособности, особенно в малом бизнесе и микрофирмах. В Узбекистане, где в бизнес-ландшафте доминируют малые и средние предприятия (МСП), внедрение технологических, маркетинговых и организационных инноваций имеет решающее значение для обеспечения устойчивого роста и устойчивости. Эти предприятия вносят существенный вклад в создание рабочих мест, распределение доходов и экономическую диверсификацию. Однако их способность к инновациям часто сдерживается ограниченными ресурсами, отсутствием доступа к передовым технологиям и недостаточным управленческим опытом.

Правительство Узбекистана предприняло активные шаги по созданию благоприятной среды для инноваций, внедрив реформы, направленные на поддержку малого бизнеса и микрофирм. Были реализованы политики, подчеркивающие цифровую трансформацию, современные методы

¹ Наманганский инженерно-технологический институт, 2 курс, специальность «Экономика сельского хозяйства». основной докторант



маркетинга и повышение организационной эффективности, чтобы позволить этим предприятиям конкурировать на внутренних и международных рынках. Несмотря на эти усилия, темпы внедрения инноваций среди малого бизнеса остаются неравномерными, на них влияют такие факторы, как тип отрасли, доступ к финансированию и уровень предпринимательской осведомленности.

В этой статье рассматривается внимание, уделяемое малыми предприятиями и микрофирмами в Узбекистане технологическим, маркетинговым и организационным инновациям. В ней изучаются проблемы, с которыми они сталкиваются при внедрении инноваций, выгоды, которые они получают, и стратегии, которые они принимают для преодоления препятствий. Анализируя тематические исследования и последние данные, исследование подчеркивает роль инноваций в повышении производительности, вовлеченности клиентов и операционной эффективности. Кроме того, в ней обсуждаются последствия инноваций для более широких экономических целей Узбекистана, включая его амбиции по переходу к экономике, основанной на знаниях.[1]

В конечном счете, эта статья направлена на то, чтобы дать представление о том, как малые предприятия и микрофирмы в Узбекистане могут использовать инновации для процветания в быстро меняющейся деловой среде, а также вносить вклад в общую экономическую модернизацию и рост страны.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

Тураевна, С. Н. (2024). В исследовании автора анализируются инновационные подходы к обеспечению занятости населения в процессе развития частного предпринимательства в Республике Узбекистан. В статье рассматриваются новые инновационные возможности в сферах цифровой экономики, удаленной работы, стартапов и технопарков, зеленой экономики и экологического предпринимательства, а также агробизнеса и сферы услуг. Анализируются методы создания новых рабочих мест за счет внедрения инновационных технологий, программ подготовки и переподготовки кадров по новым профессиям, диверсификации экономики и достижения устойчивого развития. В статье раскрывается важность инновационных подходов в вопросах предпринимательства и занятости населения в стране.[2]

Рустам, Т. (2024). В своем исследовании автор проанализировал понятие облачных технологий («облако»), их значение (роль) в хранении и анализе данных в субъектах предпринимательства и аналогичных текущих операциях. Приведены важность, актуальность, преимущества (в обзоре литературы упоминается ее использование в различных областях) использования данной технологии как услуги (SaaS, PaaS и IaaS) в различных областях предпринимательства, включая возможный вред, суть внедрения технологии, а также практические рекомендации. Эти услуги предоставляют предпринимателям виртуальные компьютеры, серверы, шаблоны и любую систему, необходимую для управления сетью. Это предоставляет предпринимателям услуги по установке собственной необходимой компьютерной инфраструктуры.[3]

РЕЗУЛЬТАТЫ

В исследовании отмечены важные результаты по внедрению технологических, маркетинговых и организационных инноваций малым бизнесом и микрофирмами в Узбекистане. Во-первых, технологические инновации, такие как внедрение цифровых инструментов и программного обеспечения для повышения операционной эффективности, распространены в городах, где предприятия имеют больший доступ к инфраструктуре и обучению. Однако сельские предприятия часто остаются позади из-за ограниченности связей и ресурсов.

Маркетинговые инновации становятся объектом растущего внимания: компании все чаще используют платформы социальных сетей и стратегии цифрового маркетинга для улучшения взаимодействия с клиентами и узнаваемости бренда. Однако многие предприятия не до конца понимают современные методы маркетинга, что подчеркивает необходимость программ обучения и поддержки.



Организационные инновации, в том числе усовершенствованные методы управления и стратегии вовлечения сотрудников, дали неоднозначные результаты. В то время как некоторые фирмы приняли гибкие структуры и принципы бережливого управления для повышения производительности, другие были ограничены традиционными подходами и сопротивлением изменениям.

Ключевыми препятствиями были такие проблемы, как недостаточное финансирование, отсутствие знаний об инновационных стратегиях и ограниченный доступ к программам, поддерживаемым государством. Тем не менее, фирмы, принявшие инновационные методы, сообщают о повышении удовлетворенности клиентов, увеличении доли рынка и повышении операционной эффективности.

В этом исследовании мы можем увидеть важность целенаправленной политики и инициатив, направленных на развитие инноваций среди малого бизнеса и микрофирм, и, в конечном итоге, на экономический рост и конкурентоспособность Узбекистана в Таблице 1 и Диаграмме 1 ниже.

1-jadval: Расходы малого бизнеса и микрофирм на технологические, маркетинговые и организационные инновации (млрд сумов)

№	Республика и регионы	2019- год	2020- год	2021- год	2022- год	2023- год
1	O'zbekiston Respublikasi	1939,9	1041,6	1189,4	2 006,10	1 465,20
2	Республика Узбекистан	4,1	29,7	9,5	26,8	25,6
3	Андижан	85,5	9,8	13,3	175,3	111,9
4	Бухара	44,6	57,6	35,9	50,6	23,4
5	Джизак	106,4	26,6	11,4	7,9	13,9
6	Кашкадарья	11,1	9,9	9,4	193,7	20,1
7	Навои	54,3	140,2	185,8	777,3	240,9
8	Наманган	255,1	25,8	20,1	13,6	3,5
9	Самарканд	230,3	68,5	33,9	16,5	11,0
10	Сурхандарьинская	28,1	109,2	136,4	58,3	198,9
11	Сырдарья	166,6	56,3	43,3	26,8	42,8
12	Ташкент	246	95,9	180,6	170,6	249,1
13	Фергана	202,1	61,6	50,7	74,0	31,6
14	Хорезм	85	3,1	90,3	295,9	57,5
15	город Ташкент	420,5	347,4	368,8	118,8	326,1

В таблице выше проанализированы затраты малого бизнеса и микропредприятий на технологические, маркетинговые и организационные инновации по годам. Эти данные представлены отдельно по регионам и показывают динамику изменения средств, направляемых на инновации.

Обзор: С 2019 по 2023 годы наблюдались существенные изменения в средствах, выделяемых на инновации в Республике Узбекистан. В 2022 году общая стоимость составит 2 006,1 миллиарда долларов. в 2023 году составил 1 миллиард 465,2 миллиарда сумов. упал до сумов, то есть наблюдалось снижение на 27%.

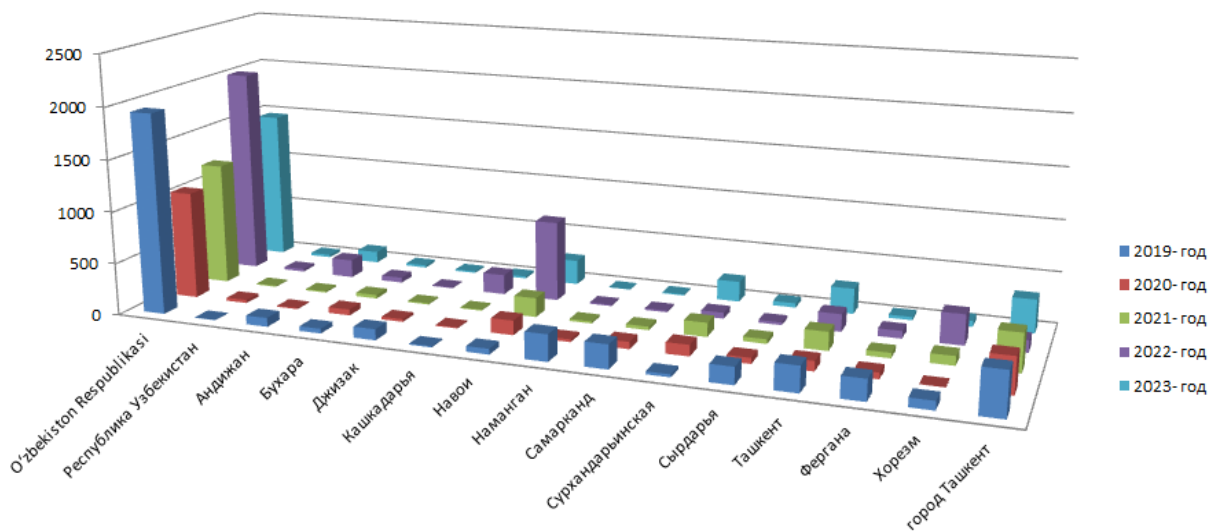
1. Самые большие изменения: высокий рост расходов наблюдался в городе Ташкенте и Сурхандарьинской области. В городе Ташкенте в 2023 году по сравнению с 2022 годом зафиксирован рост на 174,5%, а в Сурхандарьинской области этот рост составил 241,2%.
2. Регионы, где наблюдалось снижение: расходы резко сократились в Кашкадарьинской (-89,6%), Хорезмской (-80,6%) и Наманганской (-74,3%) областях. Такое снижение показывает существенную разницу во внимании регионов к инновациям.



3. Стабильность: расходы в Республике Каракалпакстан и Навоийской области демонстрируют относительную стабильность, но их общий размер невысок по сравнению с другими регионами.[4]

Из таблицы видно, что средства, направляемые на инновации малым бизнесом и микропредприятиями, распределяются по годам неравномерно и существует большая региональная разница. Если в одних областях наблюдается рост, а в других - снижение, необходимо выявить проблемные места. Поэтому необходим пересмотр региональных стратегий инновационного развития.

Диаграмма 1



ОБСУЖДЕНИЕ

Результаты подчеркивают важную роль инноваций в обеспечении роста и конкурентоспособности малого бизнеса и микрофирм в Узбекистане. Технологические достижения, особенно в области цифровых инструментов и автоматизации, оказались преобразующими для городских компаний с лучшим доступом к инфраструктуре. Однако цифровой разрыв остается насущной проблемой для сельских предприятий, ограничивая их возможности использовать такие инновации. Для устранения этого разрыва требуются улучшенная связь, индивидуальные программы обучения и субсидируемый доступ к основным технологиям.

Маркетинговые инновации, такие как использование социальных сетей и платформ электронной коммерции, открыли новые возможности для взаимодействия с клиентами. Однако отсутствие опыта в стратегиях цифрового маркетинга остается проблемой. Сотрудничество правительства и частного сектора в предоставлении обучения и ресурсов может значительно расширить маркетинговые возможности, позволяя компаниям эффективно конкурировать как на внутреннем, так и на мировом рынках.

Организационные инновации, хотя и менее заметные, предоставляют компаниям возможность улучшить внутренние процессы, повысить производительность труда сотрудников и принять более гибкие модели управления. Сопrotивление изменениям и ограниченные управленческие навыки подчеркивают необходимость программ развития лидерских качеств и управления организационными изменениями.

В ходе обсуждения подчеркивается, что стимулирование инноваций требует многогранного подхода, включая улучшение доступа к финансовым ресурсам, целевую государственную политику и партнерство между образовательными учреждениями и частным сектором. Эти меры имеют важное значение для расширения прав и возможностей малого бизнеса в



использовании инноваций, что обеспечивает их долгосрочный успех и вклад в экономическое развитие Узбекистана.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внедрение технологических, маркетинговых и организационных инноваций имеет решающее значение для роста и устойчивости малого бизнеса и микрофирм в Узбекистане. В этом исследовании подчеркивается преобразующий потенциал инноваций в повышении производительности, расширении охвата рынка и повышении общей эффективности бизнеса. В то время как достижения в области цифровых инструментов и маркетинговых стратегий начали менять операционный ландшафт для городских предприятий, сельские фирмы продолжают сталкиваться со значительными препятствиями, такими как ограниченный доступ к технологиям, инфраструктуре и экспертизе.

Маркетинговые инновации, особенно использование цифровых платформ, показали многообещающие результаты в повышении вовлеченности клиентов и узнаваемости бренда. Однако многим фирмам требуется дополнительная поддержка в приобретении знаний и навыков, необходимых для эффективной реализации этих стратегий. Аналогичным образом, организационные инновации, хотя и недостаточно используемые, представляют собой неиспользованный потенциал для повышения эффективности и адаптивности в условиях меняющихся требований рынка.

Выявленные проблемы, включая финансовые ограничения, ограниченные знания и сопротивление изменениям, подчеркивают важность скоординированных усилий со стороны правительства, частного сектора и образовательных учреждений. Устраняя эти барьеры посредством целенаправленной политики, инициатив по обучению и улучшенного доступа к ресурсам, Узбекистан может предоставить своим малым предприятиям и микрофирмам возможность внедрять инновации.

При этом эти предприятия не только повысят свою конкурентоспособность, но и внесут значительный вклад в экономическую модернизацию и развитие страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ibrohimov, B. (2024). O 'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik subyektlarida innovatsion faoliyatning ahamiyati va o 'rni.
2. To'rayevna, S. N. (2024). O'ZBEKISTONDAGI XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA AHOLINI ISH BILAN BANDLIGINI TASHKIL ETISHNING INNOVATSION XUSUSIYATLARI. *Scientific Journal of Actuarial Finance and Accounting*, 4(08), 113-118.
3. Rustam, T. (2024). TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI RIVOJLANTIRISHDA BULUTLI TEXNOLOGIYALARNING O'RNI. *Kokand University Research Base*, 549-552.
4. O'zbekiston Respublikasi prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma'lumotlari (stat.uz):
5. Ibrahimovich, R. B., Ugli, I. B. B., & Ugli, I. B. B. (2023). INNOVATIVE REFORMS IN AGRICULTURE DEVELOPMENT. *The American Journal of Management and Economics Innovations*, 5(03), 9-13.
6. Расулев, А. Ф., Тростянский, Д. В., & Исламова, О. А. (2015). Развитие инновационного потенциала и тенденции инновационной активности предприятий промышленности Узбекистана. *Экономический вестник Донбасса*, (2 (40)), 72-78.
7. Расулев, А. Ф., Тростянский, Д. В., & Исламова, О. А. (2015). Оценка инновационного потенциала и инновационной активности предприятий промышленности. *Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика*, (2 (12)), 30-36.

