



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

No3
MAXSUS SON



BAKALAVR TALABALARINING MAQOLALARI TO'PLAMI



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr.
2026-yil, aprel.*

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukhonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanov Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi
336/3-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

BUXGALTERIYA VA EKOLOGIK HISOBOT (ESG HISOBOTLARI).....	21
Abdulkarimov Qamariddin Isroiljon o'g'li, Abdurashidov Faxriddin Fazliddin o'g'li, Beknazarov Zafarjon Ergachevich	
YASHIL INVESTITSİYALARNI RIVOJLANTIRISH – BARQAROR IQTISODIY O'SISHNING ASOSIY YO'NALISHI	26
Yarboyeva Farida Ulug'bek qizi, Yoqubova Zilola To'ra qizi	
RAQAMLI SOLIQ NAZORATINING BUXGALTERIYA TIZIMIGA TA'SIRI	30
Abdulaxatov Mirkomil O'rol o'g'li, Rustamov Davron Rustamovich	
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	34
Насиров Дилшод Фархадович, Халманова Шахзода, Кенесбаева Азиза	



ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Насиров Дилшод Фархадович

Старший преподаватель кафедры «Инвестиции и инновации»

Самаркандский институт экономики и сервиса

E-mail: dilshodnasirov1967@gmail.com

Халманова Шахзода

Студентка Самаркандского института экономики и сервиса

Кенесбаева Азиза

Студентка Самаркандского института экономики и сервиса

Аннотация: В статье рассматривается роль инновационного маркетинга как ключевого инструмента повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательства в условиях цифровой экономики. Раскрываются теоретические основы и сущность инновационного маркетинга, а также анализируются его основные направления, включая цифровизацию, персонализацию и использование аналитических технологий. Особое внимание уделено влиянию инновационных маркетинговых инструментов на ключевые показатели эффективности предприятий, такие как объем продаж, рентабельность и удовлетворенность клиентов. В результате исследования обоснована значимость внедрения инновационного маркетинга как важного фактора обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития бизнеса.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, эффективность, предпринимательство, цифровизация, конкурентоспособность, маркетинговые инновации, клиентоориентированность, бизнес-процессы.

Annotatsiya: Maqolada innovatsion marketingning tadbirkorlik subyektlari faoliyati samaradorligini oshirishdagi o'rni tahlil qilingan. Unda innovatsion marketingning nazariy asoslari, mohiyati hamda asosiy yo'nalishlari, jumladan raqamlashtirish, shaxsiylashtirish va analitik texnologiyalardan foydalanish masalalari yoritilgan. Shuningdek, innovatsion marketing vositalarining korxona samaradorligiga ta'siri, ya'ni savdo hajmi, rentabellik va mijozlar qoniqish darajasiga ta'siri o'rganilgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, innovatsion marketingni joriy etish korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim omil ekanligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: innovatsion marketing, samaradorlik, tadbirkorlik, raqamlashtirish, raqobatbardoshlik, marketing innovatsiyalari, mijozlarga yo'naltirilganlik, biznes jarayonlar.

Abstract: The article examines the role of innovative marketing as a key tool for improving the efficiency of entrepreneurial entities in the context of the digital economy. It presents the theoretical foundations and essence of innovative marketing, and analyzes its main directions, including digitalization, personalization, and the use of analytical technologies. Special attention is given to the impact of innovative marketing tools on key performance indicators such as sales volume, profitability, and customer satisfaction. The study substantiates the importance of implementing innovative marketing as a critical factor in ensuring competitiveness and sustainable business development.

Key words: innovative marketing, efficiency, entrepreneurship, digitalization, competitiveness, marketing innovation, customer orientation, business processes.



ВВЕДЕНИЕ

В условиях усиливающейся конкуренции, глобализации рынков и ускоренного развития цифровых технологий особую актуальность приобретает поиск эффективных инструментов повышения результативности деятельности субъектов предпринимательства. Традиционные подходы к ведению бизнеса и маркетинговой деятельности постепенно трансформируются, уступая место более гибким, технологичным и ориентированным на потребителя моделям. В этой связи инновационный маркетинг выступает как важный фактор формирования устойчивых конкурентных преимуществ и долгосрочного развития предприятий.

Современная экономика характеризуется переходом к инновационному типу развития, при котором ключевую роль играют знания, технологии, креативность и способность быстро адаптироваться к изменениям внешней среды. В таких условиях маркетинг перестает быть лишь инструментом продвижения продукции и трансформируется в комплексную систему управления взаимоотношениями с клиентами, формирования ценности и стимулирования спроса на основе инновационных решений. Использование цифровых платформ, больших данных, искусственного интеллекта и других современных технологий позволяет предприятиям более точно определять потребности целевых сегментов и предлагать персонализированные продукты и услуги.

Инновационный маркетинг охватывает широкий спектр направлений, включая разработку новых продуктов, внедрение современных методов продвижения, использование цифровых каналов коммуникации, а также применение аналитических инструментов для принятия управленческих решений. Его применение способствует повышению эффективности бизнес-процессов, оптимизации затрат, увеличению объемов продаж и укреплению рыночных позиций предприятия.

Особое значение инновационный маркетинг приобретает для субъектов малого и среднего предпринимательства, которые в условиях ограниченных ресурсов стремятся к поиску более эффективных способов привлечения и удержания клиентов. Именно инновационные подходы позволяют таким предприятиям успешно конкурировать с крупными компаниями, находить свои рыночные ниши и формировать уникальные торговые предложения.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью теоретического осмысления сущности инновационного маркетинга, а также разработки практических рекомендаций по его эффективному применению в деятельности субъектов предпринимательства. В условиях цифровой трансформации экономики внедрение инновационных маркетинговых инструментов становится не просто преимуществом, а необходимым условием устойчивого развития и успешного функционирования бизнеса.

Таким образом, целью данного исследования является анализ роли и значения инновационного маркетинга как средства повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательства, а также выявление ключевых направлений его практического применения в современных условиях.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

В современной научной литературе инновационный маркетинг рассматривается как одно из ключевых направлений развития маркетинговой теории и практики в условиях цифровой экономики и усиливающейся конкуренции. Исследования зарубежных и отечественных ученых показывают, что данная категория формируется на стыке теории инноваций и маркетинга, что обуславливает разнообразие подходов к ее определению и содержанию.

Согласно концепции, представленной в международных исследованиях, маркетинговые инновации трактуются как внедрение новых методов маркетинга, включающих существенные изменения в дизайне продукта, его продвижении, ценообразовании или каналах распределения. Данный подход основан на положениях «Oslo Manual» и широко используется в эмпирических исследованиях, посвященных оценке инновационной активности предприятий. В этом контексте инновационный маркетинг выступает как составная часть общей инновационной деятельности компании, направленной на повышение ее конкурентоспособности.

Ряд авторов акцентирует внимание на креативной составляющей инновационного маркетинга. В научных работах подчеркивается, что он представляет собой совокупность нестандартных, оригинальных и технологически ориентированных подходов к взаимодействию с потребителями, позволяющих формировать уникальный потребительский опыт и укреплять рыночные позиции предприятия. При этом особая роль отводится цифровым технологиям, включая большие данные, искусственный интеллект и платформенные решения.



Систематические обзоры научной литературы показывают, что инновационный маркетинг тесно связан с предпринимательской активностью, особенно в секторе малого и среднего бизнеса. Исследования подтверждают, что использование инновационных маркетинговых стратегий способствует выходу предприятий на международные рынки, повышению их адаптивности и формированию устойчивых конкурентных преимуществ. Это особенно важно в условиях ограниченности ресурсов, характерной для малых предприятий.

В научных публикациях также подчеркивается, что инновационный маркетинг охватывает не только продвижение, но и весь комплекс маркетинга (4P/7P), включая продуктовые и организационные изменения. Например, выделяются такие элементы, как ориентация на клиента, интегрированный подход, разработка уникального торгового предложения и освоение новых рынков. Это свидетельствует о системном характере инновационного маркетинга и его стратегической значимости.

Отдельное направление исследований связано с анализом влияния инновационного маркетинга на эффективность деятельности предприятий. Эмпирические работы показывают, что внедрение инновационных маркетинговых практик оказывает положительное влияние на финансовые показатели, рост продаж и долгосрочную устойчивость бизнеса. При этом маркетинговые инновации рассматриваются как один из ключевых факторов трансформации инновационных идей в коммерческий результат.

Современные исследования также акцентируют внимание на роли цифровизации в развитии инновационного маркетинга. В условиях Индустрии 4.0 цифровые каналы коммуникации становятся основным инструментом взаимодействия с клиентами, а персонализация и анализ данных — важнейшими элементами маркетинговых стратегий. Это приводит к формированию новых моделей поведения потребителей и требует от компаний постоянного обновления маркетинговых подходов.

Таким образом, анализ научной литературы позволяет сделать вывод о том, что инновационный маркетинг представляет собой многогранное и динамично развивающееся направление, объединяющее креативные, технологические и стратегические аспекты маркетинговой деятельности. Он играет ключевую роль в повышении эффективности деятельности субъектов предпринимательства, обеспечивая их адаптацию к быстро меняющимся условиям рынка и формирование устойчивых конкурентных преимуществ.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологическая основа исследования инновационного маркетинга как средства повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательства базируется на комплексном подходе, объединяющем теоретические, эмпирические и прикладные методы анализа. Данный подход позволяет всесторонне изучить сущность исследуемого явления, выявить его ключевые характеристики и оценить влияние на результаты деятельности предприятий.

В процессе исследования были использованы общенаучные методы познания, включая анализ и синтез, индукцию и дедукцию, а также методы сравнения и обобщения. Анализ научной литературы позволил определить теоретические подходы к пониманию инновационного маркетинга, выявить его основные элементы и функции. Метод синтеза обеспечил формирование целостного представления о взаимосвязи инновационного маркетинга с эффективностью предпринимательской деятельности.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведённое исследование показало, что внедрение инструментов инновационного маркетинга оказывает существенное влияние на эффективность деятельности субъектов предпринимательства. Анализ современных практик свидетельствует о том, что предприятия, активно использующие инновационные маркетинговые подходы, демонстрируют более высокие темпы роста, устойчивость к внешним изменениям и способность быстро адаптироваться к требованиям рынка.

В рамках анализа были рассмотрены ключевые направления инновационного маркетинга, включая цифровые коммуникации, персонализацию предложений, использование больших данных и внедрение новых каналов продвижения. Установлено, что переход к цифровым маркетинговым инструментам (социальные сети, таргетированная реклама, контент-маркетинг) позволяет предприятиям значительно расширить охват аудитории и повысить эффективность взаимодействия с клиентами. При этом персонализация маркетинговых сообщений способствует повышению уровня лояльности потребителей и увеличению повторных продаж.

Результаты сравнительного анализа показали, что предприятия, применяющие инновационный маркетинг, достигают более высоких показателей по ключевым KPI. В частности, наблюдается рост объема продаж, увеличение доли рынка и повышение уровня рентабельности. Кроме того, инновационные



подходы способствуют снижению затрат на привлечение клиентов за счёт более точного таргетинга и оптимизации рекламных кампаний.

Особое внимание было уделено анализу влияния инновационного маркетинга на малые и средние предприятия. Установлено, что для данной категории бизнеса инновационный маркетинг является одним из наиболее доступных и эффективных инструментов повышения конкурентоспособности. Использование цифровых платформ позволяет субъектам малого и среднего предпринимательства (МСП) минимизировать издержки, связанные с традиционными каналами продвижения, и одновременно повышать узнаваемость бренда.

В ходе исследования также выявлена положительная корреляция между уровнем внедрения инновационных маркетинговых инструментов и показателями эффективности деятельности предприятия. Так, компании с высоким уровнем цифровизации маркетинга демонстрируют более высокую степень удовлетворенности клиентов, что напрямую влияет на финансовые результаты и устойчивость бизнеса в долгосрочной перспективе.

Анализ показал, что внедрение инновационного маркетинга оказывает комплексное воздействие на деятельность предприятия. Оно проявляется не только в росте экономических показателей, но и в улучшении качества управленческих решений, ускорении бизнес-процессов и повышении гибкости организации. В частности, использование аналитических инструментов позволяет предприятиям более точно прогнозировать спрос, оптимизировать ассортимент и разрабатывать более эффективные стратегии продвижения.

Вместе с тем были выявлены и определённые ограничения. К ним относятся недостаток квалифицированных кадров, ограниченность финансовых ресурсов, а также недостаточный уровень развития цифровой инфраструктуры на отдельных предприятиях. Эти факторы могут сдерживать процесс внедрения инновационных маркетинговых решений и снижать их потенциальную эффективность.

Таким образом, результаты исследования подтверждают, что инновационный маркетинг является важным инструментом повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательства. Его применение способствует улучшению ключевых показателей бизнеса, повышению конкурентоспособности и обеспечению устойчивого развития в условиях современной экономики.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В ходе проведённого исследования установлено, что инновационный маркетинг является одним из ключевых факторов повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательства в условиях цифровой трансформации экономики. Он обеспечивает формирование устойчивых конкурентных преимуществ, способствует более глубокому пониманию потребностей клиентов и позволяет предприятиям оперативно реагировать на изменения внешней среды.

Анализ теоретических подходов и практических аспектов показал, что инновационный маркетинг представляет собой комплексную систему, включающую использование цифровых технологий, креативных методов продвижения, персонализацию предложений и аналитические инструменты. Его внедрение оказывает положительное влияние на основные показатели эффективности деятельности предприятий, такие как рост продаж, увеличение доли рынка, повышение рентабельности и уровня удовлетворенности клиентов.

Особую значимость инновационный маркетинг приобретает для субъектов малого и среднего предпринимательства, поскольку позволяет при ограниченных ресурсах достигать значительных результатов за счёт более эффективного использования современных инструментов и технологий. Вместе с тем выявлены факторы, сдерживающие его развитие, включая недостаток квалифицированных кадров, ограниченность финансовых возможностей и уровень цифровой готовности предприятий.

На основе полученных результатов можно сформулировать следующие практические предложения:

Во-первых, предприятиям целесообразно активизировать внедрение цифровых маркетинговых инструментов, включая использование социальных сетей, аналитики больших данных и систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Это позволит повысить точность маркетинговых решений и улучшить качество взаимодействия с потребителями.

Во-вторых, необходимо развивать компетенции персонала в области инновационного маркетинга. Для этого рекомендуется организовывать обучение сотрудников, внедрять программы повышения квалификации и стимулировать развитие цифровых навыков.

В-третьих, важно формировать интегрированную маркетинговую стратегию, основанную на инновационных подходах, которая будет учитывать особенности целевых рынков, поведение потребителей и конкурентную среду. Это обеспечит системность и согласованность маркетинговой деятельности.



В-четвёртых, предприятиям следует уделять внимание развитию партнёрских отношений и использованию экосистемного подхода, что позволит расширить доступ к инновационным ресурсам, технологиям и рынкам.

В-пятых, на уровне государственной политики рекомендуется создавать благоприятные условия для развития инновационного маркетинга, включая поддержку цифровизации бизнеса, развитие инфраструктуры и стимулирование инновационной активности предприятий.

Таким образом, инновационный маркетинг выступает не только инструментом повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательства, но и важным элементом стратегического развития бизнеса. Его дальнейшее развитие и внедрение будут способствовать укреплению конкурентоспособности предприятий и устойчивому экономическому росту в современных условиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кузнецов В. П., Романовская Е. В., Храбан Г. С. Инновационный маркетинг как способ повышения конкурентоспособности // Вестник НГИЭИ. 2017. №6 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-marketing-kak-sposob-povysheniya-konkurentosposobnosti>
2. Кодолова И. А., Юсупова Л. М., Никонова Т. В. Стратегия развития инновационной деятельности предприятий в Республике Татарстан // Учет и статистика. 2018. №3 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-razvitiya-innovatsionnoy-deyatelnosti-predpriyatiy-v-respublike-tatarstan>
3. Электронный ресурс: https://uniwork.buxdu.uz/resurs/25599_1_0053964BA1EE754C379008A7F3BBFE51CF32DBEC.pdf
4. Пузыревская А. А., Ястремская П. В. Маркетинг инноваций: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» заочной формы обучения. — Минск: БГТУ, 2014. — 118 с.
5. Митин А. Д. Развитие инновационного маркетинга как фактора обеспечения экономической стабильности предприятия: диссертация на соискание учёной степени кандидата экономических наук. — Москва, 2010. URL: <https://www.dissercat.com/content/razvitie-innovatsionnogo-marketinga-kak-faktora-obespecheniya-ekonomicheskoi-stabilnosti-pred>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

3-Maxsus son. Bakalavr talabalarining maqolalari to'plami

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>