

Innovatsiya sohasida statistika ko'rsatkichlarini shakllantirish bo'yicha uslubiy nizom

Innovatsiya sohasida statistika ko'rsatkichlarini shakllantirish bo'yicha uslubiy nizom (keyingi o'rinlarda-Uslubiy nizom) innovatsion faoliyatga to'sqinlik qiluvchi omillarni o'rganish, shuningdek, tashkilotlar tomonidan tadbqiq etilgan innovatsiyalarning iqtisodiy samarasini aniqlash maqsadida, tashkilotlarning innovatsion faolligi hamda joriy qilingan innovatsiyalar natijalarining ta'siri kuzatuvlarini (keyingi o'rinlarda – kuzatuv) tashkil etish va o'tkazish orqali innovatsiya sohasida statistika ko'rsatkichlarini shakllantirish mexanizmlarini belgilaydi.

Shuningdek, innovatsiyalarga oid ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish bo'yicha tavsiyalarga (Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT), Yevropa hamjamiyati statistika byurosining uchinchi tahriri (Yevrostat), "Oslo qo'llanmasi-2018") asoslangan.

Uslubiy nizom O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020- yil 3- avgustdagi PQ-4796-son "O'zbekiston Respublikasining milliy statistika tizimini yanada takomillashtirish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori ijrosini ta'minlash maqsadida, shuningdek, Statistik ma'lumotlarni ishlab chiqarish jarayonlarining namunaviy modeli (Generic Statistical Business Process Model-GSBPM) talablari asosida, statistika ma'lumotlarining sifati va ishonchliligini oshirish borasida tizimli ishlar amalga oshirish doirasida joriy etilgan.

1-bob. Umumiy qoidalar

1. Ushbu uslubiy nizomda quyidagi asosiy tushunchalardan foydalaniladi.

Innovatsiyalar statistikasining asosiy vazifalaridan biri innovatsion faoliyat hajmi, tuzilishi, dinamikasi va uning mamlakat iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri to'g'risida aniq va ishonchli statistika ma'lumotlarini taqdim etishdan iborat.

Innovatsiyalar statistikasining predmeti, korxonalarning texnologik rivojlanishini va ular tomonidan yangi turdagi tovarlar va xizmatlarni, marketing usullari va biznes yuritish metodlarini o'zlashtirilishini tavsiflovchi ko'rsatkichlarni to'plash va qayta ishlashdan iborat. **Innovatsiya** - yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot, xizmat, texnologiya yoki tashkiliy yechimning paydo bo'lishi va bozorda ilgari surilishiga olib keladigan ilmiy-texnik faoliyat natijasi xisoblanadi.

Innovatsiya ta'rifi bo'yicha:

- tashkilot uchun yangi;
- ichki bozor uchun yangi;
- butun dunyo uchun yangi bo'lishi mumkin.

Innovatsiyaning minimal belgisi bu – korxona amaliyotida mahsulot, jarayon, marketing hamda tashkiliy usullar yangi yoki qisman takomillashtirilgan bo'lishi, ya'ni boshqa korxonalarda aniq bu innovatsiyani ishlatish mumkinligi, lekin ushbu korxona uchun u yangi bo'lishi lozim.

Shu bilan birga, **innovatsiyalarning umumiy xususiyati shundaki, u joriy qilingan bo'lishi kerak.** Yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot bozorga chiqarilgandagina joriy qilingan deb hisoblanadi. Yangi texnologiyalar, marketing va ishlab chiqarishni tashkil etish usullari, ishlab chiqarish jarayonida, mahsulotni tashish va bozorlarga olib chiqishda qo'llanilsa, joriy qilingan hisoblanadi.

Ishlab chiqarilgan mahsulotlar va xizmatlar, ularning xususiyatlari yoki foydalanish sohalarida korxona tomonidan ilgari ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlardan sezilarli darajada farq qilsa, yangidan joriy qilingan hisoblanadi. Agar korxonada yangi texnologiyalar, marketing va ishlab chiqarishni tashkil etish usullari ilgari qo'llanilmagan bo'lsa, ular yangi joriy qilingan deb hisoblanadi.

Mahsulotlar, texnologiyalar, marketing va ishlab chiqarishni tashkil etish usullari **joriy qilingandan boshlab, uch yil davomida innovatsiya hisoblanadi.** Muayyan innovatsiya allaqachon boshqa korxonalarda qo'llanilayotgan bo'lishi mumkin, ammo agar u ushbu korxona uchun yangi bo'lsa, bunday o'zgarish innovatsiya sifatida qabul qilinadi.

Agar korxona:

- mamlakat ichki bozorida birinchi bo'lib innovatsiya joriy qilgan bo'lsa, **“ichki bozor uchun yangi”** hisoblanadi;
- agar korxona jahon bozorida birinchi bo'lib innovatsiya joriy qilgan bo'lsa, **“butun dunyo uchun yangi”** hisoblanadi.

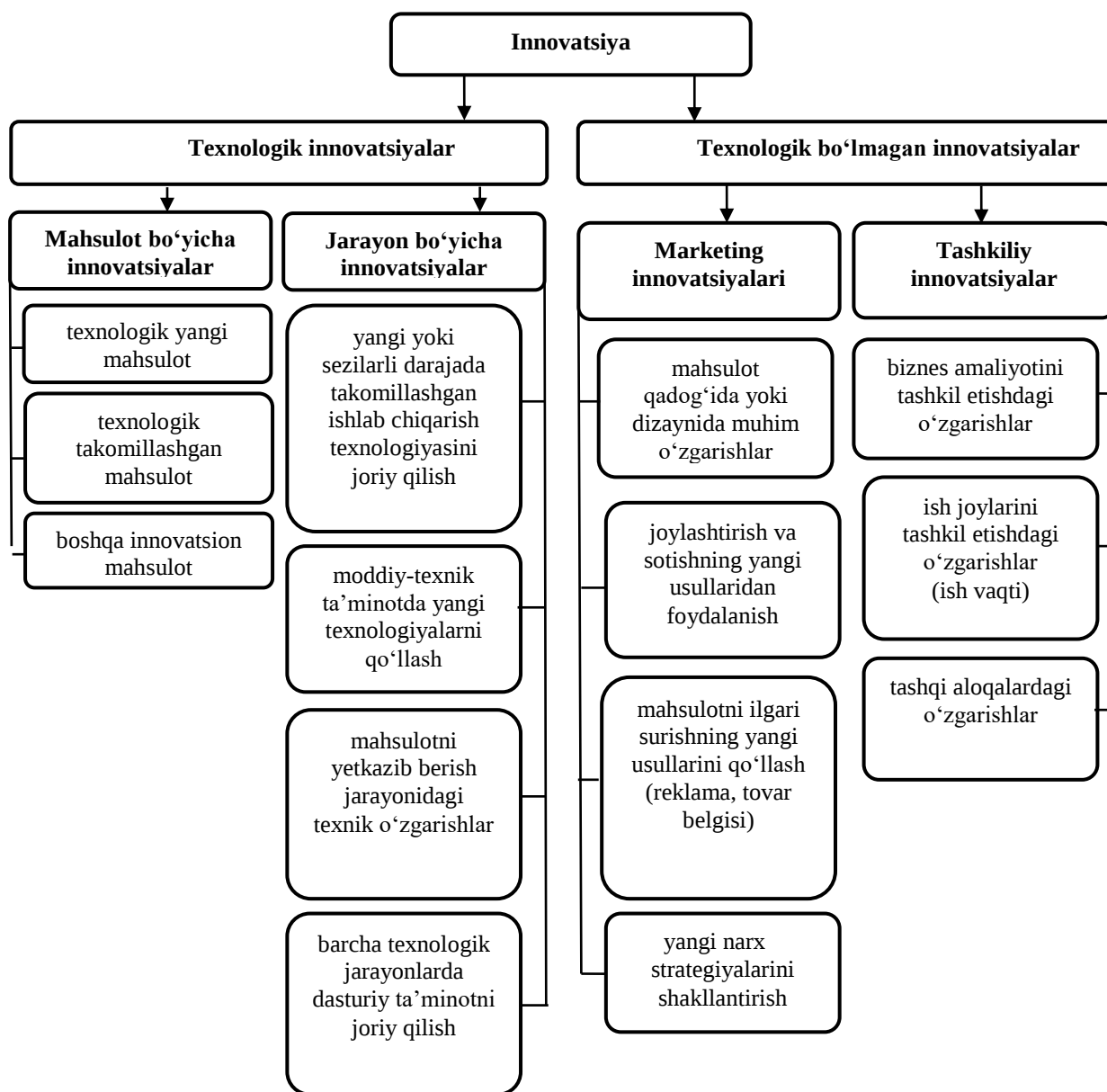
Statistik hisobot bilan belgilangan vaqt oralig'ida muayyan innovatsiyalarni joriy etgan korxona **innovatsion korxona xisoblanadi.** Korxonaning innovatsion maqomi – korxona qanday turdagi va qancha miqdordagi innovatsiyalarni joriy qilganiga bog'liq emas.

Innovatsiya holati bo'yicha tasniflash to'rt turdagi (mahsulot, jarayon, marketing, tashkiliy) har biri bo'yicha innovatsiyalarini amalga oshirgan korxonalar ulushini yoki birlashtirilgan innovatsiyalarni amalga oshirgan korxonalar ulushini aniqlash uchun ishlatilishi mumkin, masalan, mahsulot va marketing yoki jarayon va tashkiliy innovatsiyalar. Texnologik innovatsiyani joriy etgan innovatsion korxonalar toifasiga mahsulot yoki jarayon innovatsiyasini joriy qilgan korxonalar kiradi.

Xalqaro tavsiyalarga muvofiq innovatsiyalarning to'rt turi mavjud:

- a) mahsulot;
- b) jarayon;
- d) marketing;
- e) tashkiliy.

Innovatsiyalarni turlari bo'yicha taqsimlanish sxemasi



Mahsulot va jarayon innovatsiyalari **texnologik innovatsiyalar** hisoblanadi.

Marketing va tashkiliy innovatsiyalar **texnologik bo'lmagan innovatsiyalar** hisoblanadi.

Mahsulot innovatsiyalari bu – ma'lum bir korxonada ishlab chiqarishga kiritilgan xususiyatlari yoki foydalanish usullari bo'yicha yangi yoki sezilarli darajada yaxshilangan mahsulotlar (tovarlar yoki xizmatlar).

Mahsulot innovatsiyalari texnik xususiyatlar, butlovchi qismlar va materiallar, o'rnatilgan dasturiy ta'minot yoki mahsulotning iste'mol xususiyatlarini yaxshilaydigan boshqa funksional o'zgarishlarda sezilarli yaxshilanishlarni o'z ichiga oladi.

Xizmatlarni taqdim etishda mahsulot innovatsiyalari sezilarli darajada yaxshilashni (masalan, samaradorlik va tezlikni), mavjud xizmatlarga yangi

funksiyalar yoki xususiyatlar qo'shishni yoki butunlay yangi xizmatlarni joriy qilishni o'z ichiga oladi.

Innovatsion mahsulotlarga, masalan, yaxshilangan xususiyatlarga ega yangi materiallardan foydalanadigan mahsulotlar, yangi tarkibga ega oziq-ovqat mahsulotlari, energiya iste'moli sezilarli darajada kamaygan maishiy texnika, yaxshilangan ta'sirga ega yangi dorilar kiradi.

Jarayon innovatsiyalari – ishlab chiqarish, logistika va mahsulotni yetkazib berishda texnologik jihatdan yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan usullarni ishlab chiqish va joriy etishni, shu jumladan barcha texnologik jarayonlarga dasturiy ta'minotni joriy etishni o'z ichiga oladi.

Ushbu turdagi innovatsiyalar yangi ishlab chiqarish uskunolari va/yoki dasturiy ta'minot, yangi texnologiyalar, ishlab chiqarish jarayonidagi sezilarli o'zgarishlarga asoslangan bo'lishi mumkin.

Bunday innovatsiyalar, qoida tariqasida, ishlab chiqarish xarajatlarini yoki mahsulot yetkazib berish bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirishga, mahsulotlar (xizmatlar) sifatini va ishlab chiqarish yoki tashish samaradorligini oshirishga qaratilgan.

Ular, shuningdek, an'anaviy ishlab chiqarish usullari yordamida ishlab chiqarilmaydigan yoki yetkazib berilmaydigan texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotlarni ishlab chiqarish va yetkazib berish uchun ishlatilishi mumkin.

Marketing innovatsiyasi – yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan marketing usullarini amalga oshirish, tovarlar va xizmatlarni yaratishni boshqarishni va ularni yagona integratsiyalashgan jarayon sifatida amalga oshirish mexanizmlarini ta'minlash marketing innovatsiyasi hisoblanadi.

Marketing innovatsiyalari mahsulot dizayni va qadoqlashdagi sezilarli o'zgarishlarni, yangi narx strategiyasini shakllantirishni, mahsulotni joylashtirish va sotishning yangi usullarini qo'llashni, mahsulotlarni bozorga olib chiqishning yangi usullarini qo'llashni qamrab oladi. Marketing innovatsiyalarining maqsadi mahsulot iste'molchilarining ehtiyojlarini to'liq qondirish, yangi savdo bozorlarini ochish, sotish hajmini oshirish uchun tovar va xizmatlar iste'molchilari tarkibini kengaytirishdan iborat.

Tashkiliy innovatsiyalar – biznes yuritishda, ish joylarini tashkil qilishda yoki tashqi aloqalarda yangi usullarni joriy etishga qaratilgan. Ushbu innovatsiyalar ma'muriy xarajatlarni va ta'minot narxini pasaytirish orqali korxona samaradorligini oshirishga, xodimlarning ish joylarini (ish vaqtini) tashkil etishdan qoniqish darajasini oshirishga qaratilgan bo'lib, mehnat unumdorligining o'sishiga yordam beradi.

Mahsulot innovatsiyasini marketing innovatsiyasidan ajratib turadigan asosiy xususiyat, mahsulot funksiyasi yoki ishlatilishida sezilarli o'zgarishlarning mavjudligi. Mavjud mahsulot va xizmatlarga nisbatan funksional yoki iste'mol xususiyatlari sezilarli darajada yaxshilangan mahsulot va xizmatlar – mahsulot innovatsiyasi hisoblanadi. Mahsulotning funksional yoki iste'mol xususiyatlari sezilarli darajada o'zgarmasa mahsulot innovatsiyasi hisoblanmaydi

Jarayon va marketing innovatsiyalari mahsulotlarni bozorga chiqarishning yangi usullarini o'z ichiga olishi mumkin, ammo ularning maqsadlari boshqacha. Jarayon innovatsiyalari mahsulotni ishlab chiqarish va yetkazish usullarini o'z ichiga oladi, ularning yakuniy maqsadi mahsulot birligi xarajatlarini kamaytirish va/yoki mahsulot sifatini yaxshilashdir. Marketing innovatsiyalarining maqsadi mahsulotning joylashuvi yoki obro'sidagi o'zgarishlar tufayli mahsulotni sotish hajmini yoki bozordagi ulushini oshirishdir.

Jarayon innovatsiyalarini tashkiliy innovatsiyalardan ajratib turadigan asosiy xususiyat shundaki, jarayon innovatsiyalari asosan yangi uskunalar, dasturiy ta'minot, texnologiyalar yoki jarayonlarni joriy etish bilan bog'liq. Tashkiliy innovatsiyalar birinchi navbatda, xodimlar va ishni tashkil etish bilan bog'liq. Agar innovatsiya ishlab chiqarish yoki ta'minot bo'yicha yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan usullarni o'z ichiga olsa, xarajatlarni kamaytirish yoki mahsulot sifatini yaxshilashga qaratilgan bo'lsa, u holda bu innovatsiya texnologik innovatsiyalar deb tasniflanadi. Agar innovatsiya korxonaning biznes amaliyotini tashkil etishda yangi usullardan foydalanishni yoki tashqi aloqalarni o'zgartirishni nazarda tutsa, bunday innovatsiya tashkiliy hisoblanadi.

Shuni ta'kidlash kerakki, ba'zi innovatsiyalar bir vaqtning o'zida ikki yoki undan ortiq turdagi innovatsiyalarga xos xususiyatlarga ega bo'lishi mumkin. Misol uchun, korxona yangi mahsulot ishlab chiqarsa, bu ham yangi ishlab chiqarish jarayonini ishlab chiqishni talab qiladi, shunday qilib ushbu holatda, ham mahsulot ham jarayon sohalarida innovatsiyalar mavjud.

Ba'zi hollarda innovatsiyalar ham mahsulot, ham marketing hisoblanishi mumkin, agar mavjud mahsulotlarga yangi elementlar kiritilsa, ularning funksiyalari va foydalanish usullari sezilarli darajada o'zgartirilsa va shu bilan birga mahsulotning shakli, turi yoki qadoqlanishi o'zgartirilsa, bu yangi marketing konsepsiyasining bir qismi bo'lib hisoblanadi.

Amalga oshirishning yangi usulini o'rnatishni o'z ichiga olgan innovatsiyalar (masalan, tovarlarni sotish va iste'molchilarga xizmatlar ko'rsatishning yangi usuli) logistikaning yangi usullarini (masalan, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlash) joriy etishni ham o'z ichiga olishi mumkin. Agar bu innovatsiyalar ham sotish hajmini oshirishga, ham xarajatlarini kamaytirishga qaratilgan bo'lsa, ularni jarayon va marketing innovatsiyalari sifatida hisobga olish kerak.

Yangi jarayonlarni joriy etish, shuningdek, ishlab chiqarishni tashkil etishda yangi usullardan birinchi foydalanishni o'z ichiga olishi mumkin, masalan, jamoaviy usuli. Sifat menejmenti tizimini birinchi marta joriy etish bilan bog'liq tashkiliy innovatsiyalar ishlab chiqarish usullarini sezilarli darajada takomillashtirishni o'z ichiga olishi mumkin, misol uchun, ayrim turdagi nuqsonlarni bartaraf etish uchun ishlab chiqarish logistika tizimlari yoki yangi dasturiy ta'minot va yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan yangi va samaraliroq axborot tizimlari. Bunday hollarda ham jarayon ham tashkiliy innovatsiyalarga aloqadorligini ko'rish mumkin.

Innovatsion faoliyatning umumiy xarajatlari - innovatsiyalarning ayrim turlarini amalga oshirish jarayonida sarflangan kapital va joriy xarajatlar kiradi.

Kapital xarajatlar bu – ular uzoq muddatli investitsiyalar bo‘lib, innovatsion faoliyatda foydalanish uchun zarur bo‘lgan mashinalar, uskunalar va boshqa asosiy vositalarni sotib olish, innovatsion faoliyat uchun inshootlar, yer uchastkalari va atrof-muhitni boshqarish ob’ektlarini sotib olish xarajatlaridan iboratdir.

Joriy xarajatlar bu – asosan ishlab chiqarish (mahsulot va xizmatlar) tannarxi hisobiga qoplanadi. Ularga innovatsiyalarni ishlab chiqish va joriy etishda ishtirok etuvchi xodimlarning mehnat xarajatlari, ijtimoiy ehtiyojlarga to‘lovlar, shuningdek, kapital xarajatlar bilan bog‘liq bo‘lmagan boshqa xarajatlar kiradi: korxona tomonidan yil davomida amalga oshiriladigan innovatsion faoliyatni ta‘minlash uchun zarur bo‘lgan xomashyo, materiallar va uskunalarni sotib olish xarajatlari.

Innovatsiyada kapital va joriy xarajatlarni bir toifaga kiritib bo‘lmaydi. Shu bilan birga, kapital va joriy xarajatlarni ajratish respondentlarning hisobot yukini sezilarli darajada oshiradi, shuning uchun korxonalarning innovatsiya kuzatuvlarini o‘tkazishda ularni ikkiga ajratish tavsiya etilmaydi. (Oslo Yo‘riqnomasi, 2005, 3-nashr).

Innovatsiya xarajatlarining moliyalashtirish manbasi:

- a) o‘z mablag‘lari;
- b) xorijiy investitsiyalar;
- d) tijorat banklari kreditlari va boshqa tashkilotlarning qarz mablag‘lari;
- e) budjet mablag‘lari;
- f) maqsadli budjetdan tashqari jamg‘armalar mablag‘lari;
- g) boshqa mablag‘lar.

Eksportga yetkazib beriladigan mahsulotlar – soliqlarsiz, aksizlarsiz, eksport bojlarisiz va shunga o‘xshash majburiy to‘lovlarsiz markaziy bank tomonidan mahsulotlar jo‘natilgan sanadagi milliy valyuta kursi bo‘yicha qayta hisoblangan shartnoma narxlarida hisobga olinadi. Innovatsion mahsulotlar eksporti to‘g‘risidagi ma‘lumotlar sotilgan (jo‘natilgan) mahsulot hajmi bilan bir xil bo‘ladi. Shu bilan birga, MDH mamlakatlari va dunyoning boshqa mamlakatlariga qilingan eksport hajmi alohida ko‘rsatilishi kerak.

Qishloq xo‘jaligi sohasidagi innovatsiya bu – mahsulot yetishtirishda suv tejoychi texnologiyalarni joriy etish, chorvachilikda go‘sht, sut va boshqa mahsulotlarni yetishtirishda yangi texnologiyalarni joriy etish.

Mahsulot yetishtirishda misol uchun, meva yetishtirishdan sabzavot ekinlarini yetishtirishga o‘tish yoki dehqon xo‘jaligidan chorvachilik faoliyatiga o‘tish innovatsiya hisoblanmaydi. Balki dehqon xo‘jaligi sohasida faoliyat yuritish bilan birga yangi chorvachilik faoliyatini ham ishga tushirish innovatsiya hisoblanadi.

2-bob. Innovatsiya sohasida statistika ko'rsatkichlarini shakllantirish manbai va uning statistik hisobi

2. Innovatsiya sohasida statistik ko'rsatkichlarni shakllantirishda yalpi statistik kuzatuv usulidan foydalaniladi.

Innovatsiyaga oid quyidagi statistik hisobot shakllaridan foydalaniladi:

1 innovatsiya shakli "Innovatsiya faoliyati to'g'risida", ushbu statistika hisobotini yirik tijorat tashkilotlari taqdim etadi;

1 kb shakli "Mikrofirma va kichik korxonaning hisoboti", ushbu statistika hisobotini mikrofirma va kichik korxonalar taqdim etadi;

1 fx shakli "Fermer xo'jaligi faoliyati to'g'risida hisobot" ushbu statistika hisobotini fermer xo'jaligi bilan shug'ullanuvchi sub'ektlar taqdim etadi.

3. Innovatsion faoliyat natijalari ko'rsatkichlari so'nggi 3- yil davomida innovatsion ishlarni amalga oshirgan tashkilotlardan shakllantiriladi.

Innovatsion ishlarni amalga oshirgan korxonalar ro'yxati yilning 1- yanvar holatiga bo'lgan KTYaDR (korxona va tashkilotlarning yagona davlat registri) ma'lumotlari asosida shakllantiriladi.

4. Hududiy statistika boshqarmalari tomonidan qabul qilingan hisobot natijalari Statistika agentligining tegishli boshqarmasi tomonidan tahlil qilinadi va umumlashtiriladi.

5. Shakllantirilgan ma'lumotlar yillik statistika byulleteniga jamlanadi hamda vazirlik va idoralarga yuboriladi.

1-§. Innovatsion faoliyat darajasini hisoblash usuli

6. Innovatsiyaga oid asosiy ko'rsatkichlar quyidagi formulalar orqali hisoblanadi:

Innovatsiya sohasida faollik darajasi ko'rsatkichi bir yilda bir marta respublika bo'yicha va hududlar kesimida, shuningdek tarmoqlar bo'yicha korxonalarning innovatsion faoliyatini o'rganish asosida shakllantiriladi. Ushbu ko'rsatkich innovatsion faol korxonalar sonining, ya'ni har qanday innovatsion faoliyat bilan shug'ullanadigan korxonalar sonining amaldagi korxonalarning umumiy soniga nisbati (%) da belgilanadi.

$$L_{act} = \frac{N_{hi}}{N_{tre}} * 100\%,$$

bu yerda,

L_{act} – innovatsion faoliyat darajasi;

N_{hi} – innovatsiyaga ega korxonalar soni;

N_{tre} – faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarning umumiy soni.

Misol uchun, faoliyat ko'rsatayotgan yirik korxonalar soni 3895 ta bo'lsa, ulardan innovatsiyalarni amalga oshirgan korxonalar 137 tani tashkil etgan. Formulaning namunaviy ko'rinishi quyidagicha:

$$\frac{137_{ta}}{3895_{ta}} * 100\% = 3,5\%$$

Ushbu misoldan kelib chiqib, innovatsion faoliyat darajasi 3,5 % ni tashkil etgan.

2- §. Innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlarning yalpi ichki mahsulotga nisbati

$$I_y = \frac{I_x}{Y} * 100\%,$$

bu yerda,

I_y – innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlarning yalpi ichki mahsulotga nisbati;

I_x – innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlar;

Y – yalpi ichki mahsulot hajmi.

Misol uchun, innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlar 19,1 trln. so'm bo'lsa, yalpi ichki mahsulot hajmi 888,3 trln. so'mni tashkil etgan. Formulaning namunaviy ko'rinishi quyidagicha:

$$\frac{19,1_{trln.so'm}}{888,3_{trln.so'm}} * 100\% = 2,2\%$$

Ushbu misoldan kelib chiqib, innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlarning yalpi ichki mahsulotga nisbati 2,2 % ni tashkil etgan.

3- §. Innovatsion ishlarni bajargan tashkilotlarda sanoat tashkilotlarining ulushi

$$I_u = \frac{I_t}{I_s} * 100\%,$$

bu yerda,

I_u – innovatsion ishlarni bajargan tashkilotlarda sanoat tashkilotlarining ulushi;

I_t – innovatsion ishlarni bajargan jami tashkilotlar;

I_s – innovatsion ishlarni bajargan sanoat tashkilotlari.

Misol uchun, innovatsion ishlarni bajargan jami tashkilotlar soni 4955 ta bo'lsa, innovatsion ishlarni bajargan sanoat tashkilotlari soni 1824 tani tashkil etgan. Formulaning namunaviy ko'rinishi quyidagicha:

$$\frac{1824_{ta}}{4955_{ta}} * 100\% = 36,8\%$$

Ushbu misoldan kelib chiqib, innovatsion ishlarni bajargan tashkilotlarda sanoat tashkilotlarining ulushi 36,8 % ni tashkil etgan.

4- §. Tashkilotlar bo'yicha innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlarda ta'lim bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning ulushi

$$I_t = \frac{I_x}{T_x} * 100\%,$$

bu yerda,

I_t – tashkilotlar bo'yicha innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlarda ta'lim bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning ulushi;

I_x – innovatsiyalarga ajratilgan jami xarajatlar;

T_x – ta'lim bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning innovatsiyalarga ajratgan xarajatlari.

Misol uchun, innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlar 19,1 trln. so'm bo'lsa, ta'lim bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning innovatsiyalarga ajratgan xarajatlari 0,4 trln. so'mni tashkil etgan. Formulaning namunaviy ko'rinishi quyidagicha:

$$\frac{0,4_{trln.so'm}}{19,1_{trln.so'm}} * 100\% = 2,1\%$$

Ushbu misoldan kelib chiqib, tashkilotlar bo'yicha innovatsiyalarga ajratilgan xarajatlarda ta'lim bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning ulushi 2,1 % ni tashkil etgan.

5-§. Nanotexnologiya

7. Sotilgan (jo‘natilgan) innovatsion mahsulotlarning umumiy hajmidan nanotexnologiya bilan bog‘liq mahsulotlar hajmi alohida o‘rin tutadi.

Nanotexnologiya bu – fundamental va amaliy fan va texnika sohasi bo‘lib, nazariy asoslash, tadqiqot, tahlil va sintezning amaliy usullari, shuningdek, alohida atomlar va molekulalarni boshqariladigan manipulyatsiya yo‘li bilan berilgan atom tuzilishiga ega mahsulotlarni ishlab chiqarish va ulardan foydalanish usullarini o‘z ichiga oladi.

Nanometr (lot. nanos — mitti va boshqa yunoncha μέτρον — o‘lchov; belgilanishi: nm; xalqaro: nm) — Xalqaro birliklar tizimidagi (SI) uzunlik birligi bo‘lib, metrning milliarddan biriga teng (ya‘ni 10⁻⁹ metr), 1 nm = 10 Å = 1000 pm = 0,001 mkm, 1000 nm = 1 mkm.

Nanotexnologiya bilan bog‘liq innovatsion mahsulotlar deganda quyidagilar nazarda tutiladi:

a) o‘zining nanomahsuloti (masalan, uglerod nanotrubalar, nanokristallar, ultrayupqa kukunlar va boshqalar);

b) nanomateriallar/nanomoddalarni o‘z ichiga olgan mahsulot (masalan, nano-qo‘shimchalar bilan bo‘yoqlar; nanoelementlar asosidagi quyosh batareyalari; ishqalanishni kamaytiradigan nano-qoplama komponentlarini o‘z ichiga olgan dvigatellar va boshqalar);

d) nanotexnologiyaga asoslangan texnologik jarayonlar yordamida ishlab chiqarilgan mahsulotlar (masalan, nanomembranalar yordamida ishlab chiqarilgan farmatsevtika dorilar; nanokatalizatorlar yordamida ishlab chiqarilgan kimyoviy mahsulotlar va boshqalar).

6-§. Innovatsion faoliyat natijalari

8. Innovatsion faol korxona toifasiga, kuzatuv o‘tkazilgan davrda, innovatsiyani yaratish bilan bog‘liq biron bir faoliyat bilan shug‘ullangan va ushbu faoliyat innovatsiya yaratilishi yoki yaratilmasligidan qat’iy nazar innovatsion faol korxona deb tan olinadi.

So‘nggi uch yil davomida tashkilot tomonidan amalga oshirilgan innovatsiyalar ta’sirida erishilgan natija **innovatsion faoliyat natijasi hisoblanadi**.

G‘oyalar transformatsiyasi bilan bog‘liq yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotni bozor uchun joriy etish bilan bog‘liq, amalda qo‘llaniladigan yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon bo‘lib, ilmiy, texnik, tashkiliy, moliyaviy va tijorat faoliyatini qamrab olgan ijtimoiy xizmatlarga yangicha yondashuv orqali innovatsiyalarga olib keluvchi faoliyat turi **innovatsion faoliyat hisoblanadi**.

7-§. Innovatsion faoliyatga to'sqinlik qiluvchi omillar

9. Innovatsion faoliyatga to'sqinlik qiluvchi omillar bu – ham tashkilotning umumiy innovatsion faoliyatsizligi, ham aniq innovatsion loyihalarni to'xtatib turish yoki muddatidan ilgari tugallash kabi omillardir.

Bunga, iqtisodiy omillar (moliyaviy mablag'larning yetishmasligi, mahsulotga bo'lgan talabning pastligi, innovatsiyalarning yuqori tannarxga egaligi, iqtisodiy tavakkalning yuqoriligi va sh.o'.), firmaning ichki omillari (yuqori malakali xodimlarning yetishmasligi, texnologik ma'lumotlarning yetarli emasligi, bozor haqidagi ma'lumotlarning yetarli emasligi va sh.o'.) va boshqa omillar (innovatsiyalarga ehtiyojning yo'qligi, infratuzilma kamchiliklari va sh.o'.) kiritilgan.

3-bob. Yakuniy qoidalar

10. Uslubiy nizom statistika kuzatuvlarini tashkil etish va o'tkazishning asosiy bosqichlariga mos keluvchi ketma-ketlikda ifoda etilgan bo'lib, respublikada, xususan, hududlarda ishlab chiqarishni modernizatsiyalashni chuqurlashtirish, texnik va texnologik qayta jihozlash jarayonlari va natijalari to'g'risida ilmiy asoslangan xulosalar chiqarishga imkon beruvchi ishonchli statistika ma'lumotlarini shakllantirish maqsadida, statistika organlari tomonidan foydalanish uchun mo'ljallangan.

11. Mazkur uslubiy hujjatni ishlab chiqish, kelishish, tasdiqlash va amaliyotga joriy qilish bosqichlari "Statistik ma'lumotlarni taqdim etishning universal modeli" (GSIM – Generic Statistical Information Model) talablari asosida ishlab chiqilgan "Statistika sohasida tasniflar, metodologiyalar va kuzatuv shakllarini ishlab chiqish va tasdiqlash bo'yicha namunaviy uslubiy qo'llanma"ga muvofiq amalga oshirilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasining "Innovatsion faoliyat to'g'risida"gi Qonuni O'RQ-630 24- iyul. 2020- y.
2. O'zbekiston Respublikasining "Rasmiy statistika to'g'risida"gi Qonuni O'RQ-707 11 avg. 2021- y.
3. Innovatsion ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish bo'yicha "Oslo-2018 qo'llanmasi", IHRT va Yevrostat 2005 tavsiyalari.
4. Korxonalarning statistik so'rovlarini rejalashtirish va o'tkazish bo'yicha ko'rsatmalar, Yevrostat, 1999.
5. MDH statistika qo'mitasining "Innovatsiyalar statistikasi bo'yicha 5-savolnomaga uslubiy tushuntirishlar".