

SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION STRATEGIYALARNI ISHLAB CHIQUISH VA JORIY ETISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI

Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna

Farg'ona davlat texnika universiteti, Menejment va marketing kafedrası dotsenti

Iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Annotatsiya. Mazkur maqolada sanoat korxonalarida innovatsion strategiyalarni ishlab chiqish va joriy etishning nazariy-uslubiy asoslari ilmiy jihatdan tadqiq etilgan. Tadqiqot jarayonida innovatsion rivojlanishni ta'minlashda strategik boshqaruvning o'rni, innovatsiyalarni rejalashtirish mexanizmlari hamda ularni amalga oshirishning institutsional omillari tahlil qilingan. Shuningdek, sanoat korxonalari faoliyatida innovatsion strategiyalarni samarali qo'llash orqali raqobatbardoshlikni oshirish, ishlab chiqarish samaradorligini yuksaltirish va bozorda barqaror pozitsiyani shakllantirish masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar. Innovatsion strategiya, sanoat korxonalari, strategik boshqaruv, innovatsion rivojlanish, raqobatbardoshlik, investitsiya siyosati, ishlab chiqarish samaradorligi, innovatsion infratuzilma, samaradorlik

I. KIRISH

Sanoat korxonalarida innovatsion strategiyalarni shakllantirish va joriy etish masalalari zamonaviy iqtisodiy nazariya va strategik boshqaruv sohasidagi asosiy tadqiqot yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ushbu sohada olib borilgan ilmiy tadqiqotlar innovatsiyalarni iqtisodiy o'sish va raqobatbardoshlikning muhim omili sifatida baholaydi.

Zamonaviy iqtisodiy sharoitda raqobatbardoshlikni ta'minlash va o'z o'rnini saqlab qolish uchun har bir korxonadan ishlab chiqarish jarayoniga ko'plab yangiliklarni joriy etish talab etiladi. Bu borada ularni innovatsion rivojlantirishni taqozo etadi. Bu ehtiyojlar nafaqat tashqi o'zgarishlar, balki vaqt o'tishi bilan mavjud mahsulotlarning eskirishi bilan ham bog'liq. Jamiyatda rivojlanayotgan texnologiya bozorining zamonaviy sharoitida yangi bilimlarga, ularni qondirish usullariga ehtiyoj paydo bo'ladi. Yangi texnologiyalarning shiddat bilan kirib kelishi, xaridorlar istaklarining o'zgarib turishi va iqtisodiy jarayonlarda raqobatning kuchayishiga olib kelmoqda. Ishlab chiqarish tarmoqlarini kengaytira olmayotgan korxonalar nisbatan ilg'or korxonalarga o'z o'rnilarini bo'shatib berishga majbur bo'ladi.

Sanoat korxonalarining innovatsion rivojlanishga bo'lgan ehtiyojini aniqlash borasida quyidagi omillarni tekshirish zarur: texnologik jarayon rolining oshishi, an'anaviy xomashyo turlaridan foydalanishning mumkin emasligi; xavfli bozor pozitsiyasi, raqobatchilarning bosimi, tashqi tez o'zgaruvchanlik, integratsiya hamda globallashuv jarayonlari. Keyingi yillarda mazkur omillarning rivojlanish holatiga

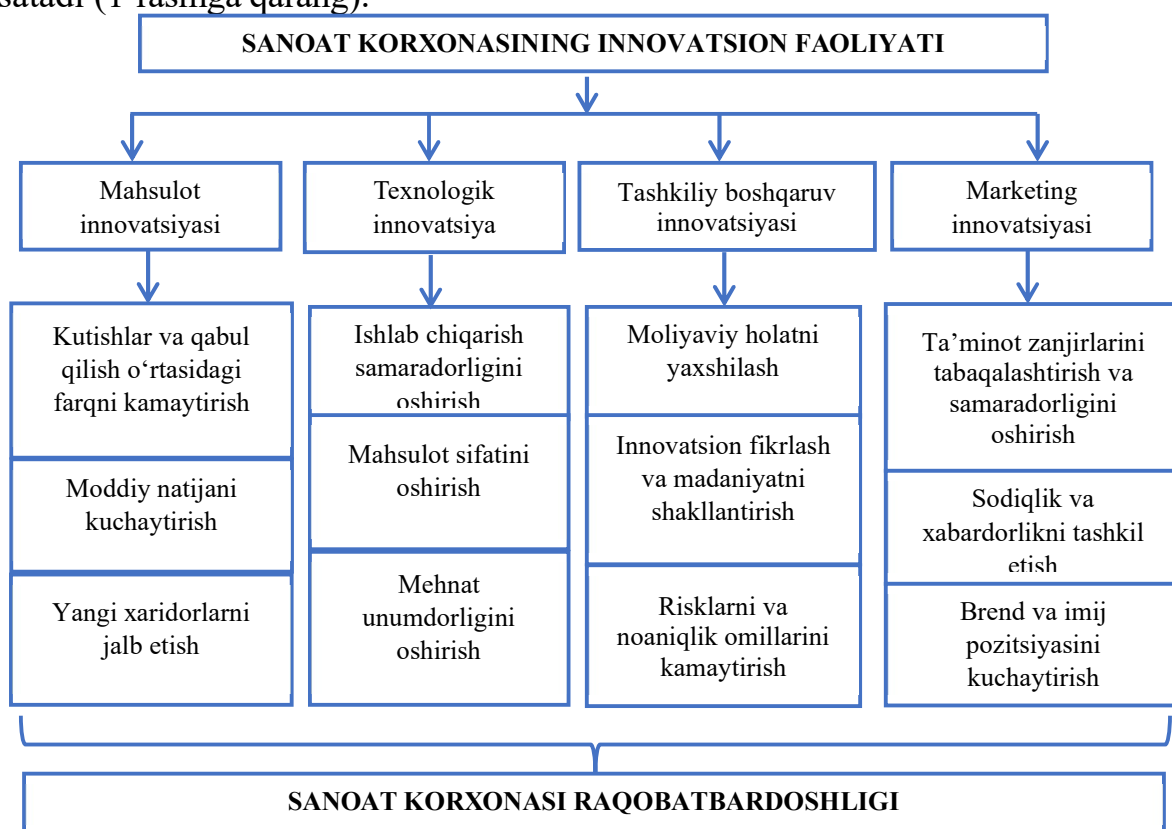
ta'sir doirasi kuchayib bormoqda, mahsulotning hayotiy sikli sezilarli darajada qisqarmoqda, tashqi muhit korxonalar faoliyatiga tobora ko'proq ta'sir qilmoqda.

II. ADABIYOTLAR SHARHI

Innovatsion rivojlanish nazariyasining asoschisi Y.Shumpeter innovatsiyalarni iqtisodiy taraqqiyotning harakatlantiruvchi kuchi sifatida talqin qilib, "yangi kombinatsiyalar" orqali bozorda yangi imkoniyatlar yaratilishini ta'kidlagan [1]. Uning fikricha, "iqtisodiy o'sish innovatsion tadbirkorlik faoliyati orqali ta'minlanadi". P. Druker esa innovatsiyalarni korxonalar uchun asosiy strategik vosita sifatida baholab, ularni tizimli boshqarish zarurligini asoslab bergan [2]. Uning ta'kidlashicha, "innovatsiya tasodifiy jarayon emas, balki rejalashtirilgan faoliyat natijasidir". M. Porter raqobat ustunligini shakllantirishda texnologik yangilanish va innovatsiyalarning rolini alohida ko'rsatib, innovatsion strategiyalarni qiymat zanjiri bilan bog'lash zarurligini ta'kidlagan [3]. A. Chesbro tomonidan ishlab chiqilgan "ochiq innovatsiyalar" konsepsiyasi korxonalarning tashqi bilim va texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirgan [4]. Muallifning ta'kidlashicha, "zamonaviy korxonalar innovatsiyani faqat ichki resurslar hisobidan amalga oshirishi samarasiz hisoblanadi". K. Friman va B. Lundvall milliy innovatsion tizim nazariyasi asosida davlat, biznes va ilm-fan integratsiyasining innovatsion strategiyalar samaradorligiga ta'sirini asoslab bergan [5].

III. NATIJALAR

Korxonalar innovatsion faoliyati ularning raqobatbardoshlik darajasiga ta'sir ko'rsatadi (1-rasmga qarang).



1-rasm. Sanoat korxonasi innovatsion faoliyati natijalari bilan uning raqobatbardoshligi o'rtasidagi bog'liqlik tuzilmasi [muallif ishlanmasi]

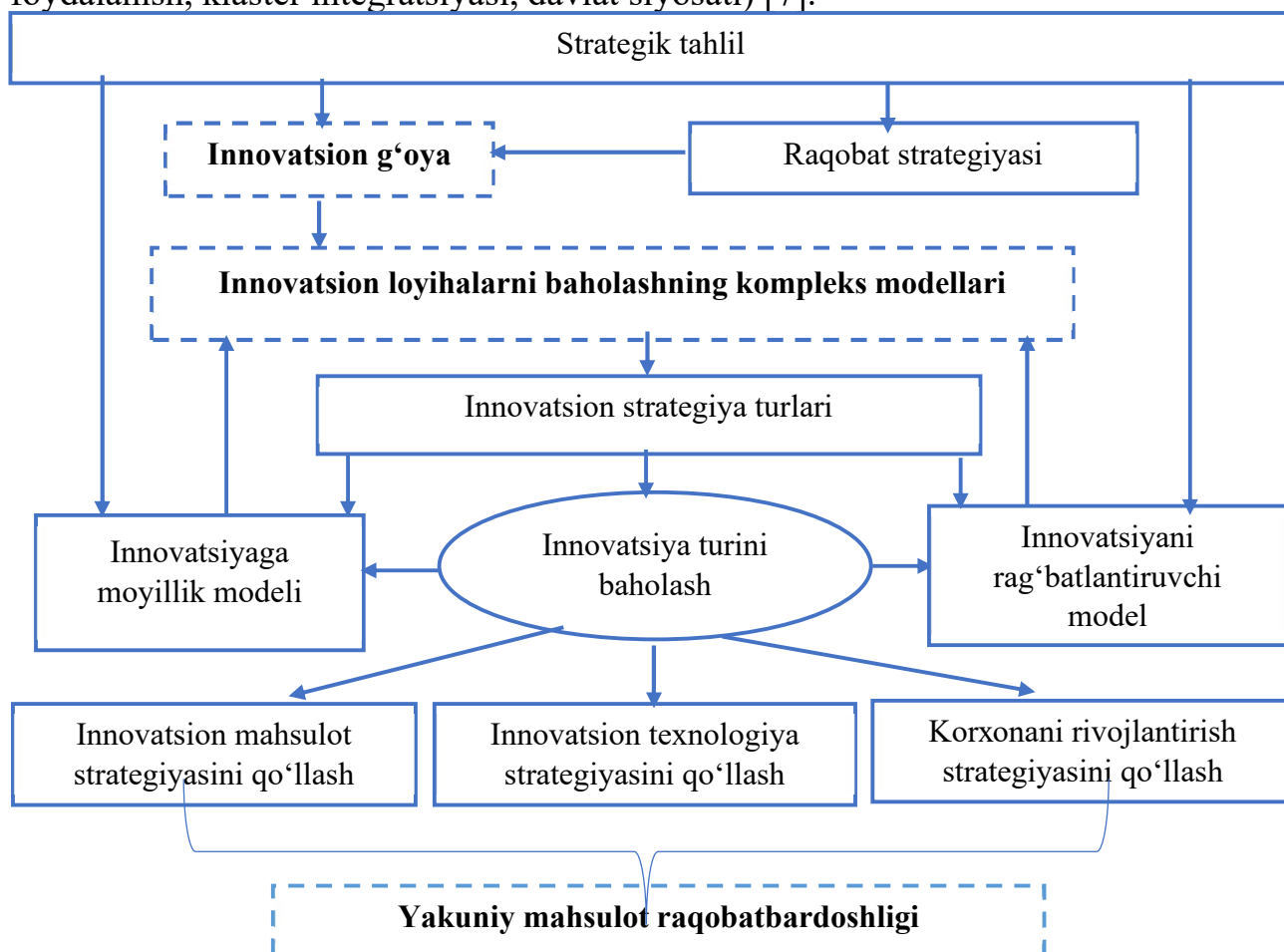
Sanoat korxonasi innovatsion rivojlanishining asosiy maqsadi - joriy etilayotgan texnologik yechimlar, boshqaruvning yangi usullari, yangi mahsulot yoki xizmat ishlab chiqarish tarkibidagi o'zgarishlar tufayli ichki omillarni maqsadli ravishda o'zgartirish orqali raqobatdosh ustunliklarni oshirish, uning iqtisodiy foydasini saqlab qolishdir [6].

Innovatsion rivojlanish modeli korxonaning innovatsion salohiyatini shakllantirish uchun mavjud sharoitlarni (ichki muhit omillari) va amalga oshirish shartlarini (tashqi muhit omillari) baholash majmuasi sifatida tushunishni keltirib chiqaradi.

Sanoat korxonalarining innovatsion rivojlanishi bir necha omillar bilan belgilanishi mumkin. Xususan, ular:

1. Ichki muhiti omillari. Ya'ni korxonalarning innovatsiyalarni joriy etish qobiliyati (texnologik, tashkiliy, moliyaviy va boshqa resurslarning mavjudligi), shuningdek mulkchilik tuzilmasi, tarmoqqa mansubligi kiradi.

2. Tashqi muhit omillari (bozorni monopollashtirish, eksklyuziv resurslardan foydalanish, klaster integratsiyasi, davlat siyosati) [7].



2-rasm. Sanoat korxonalarining innovatsion rivojlanish modeli [muallif ishlanmasi]

Ekspert xulosalari umumlashtirilgan holda strategik muqobillarni baholash modeli formulalari shakllantiriladi.

Yakuniy baholash quyidagi formula bo'yicha amalga oshiriladi:

$$Si = WijAi + WijVi + WijKi + WijLi \quad (1)$$

bu yerda: Si – innovatsion strategiya varianti;

Wij – omillar guruhi yuki;

Ai – tashqi muhit omillarining kompleks ko'rsatkichi;

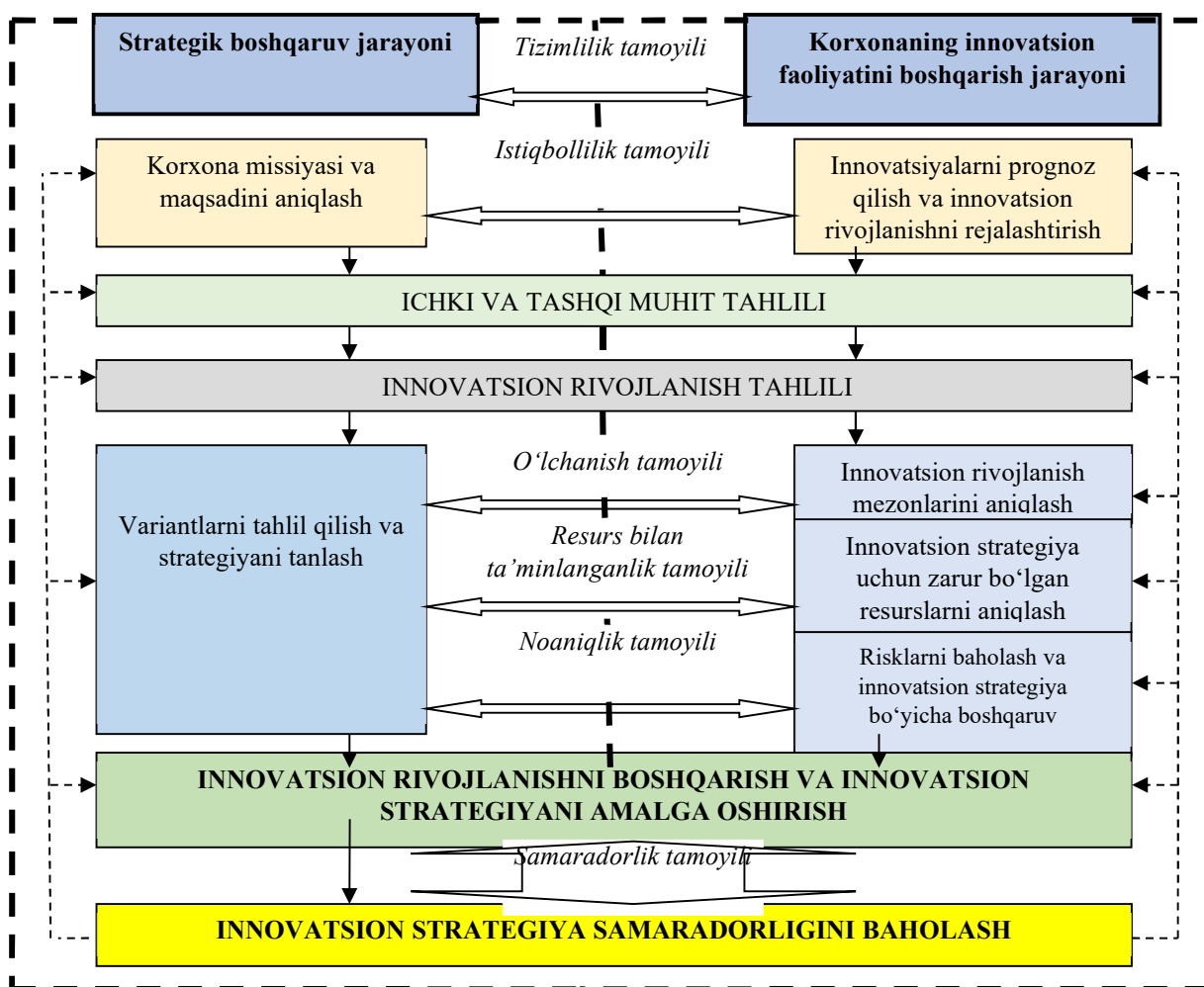
Vi – ichki muhit omillarining kompleks ko'rsatkichi;

Ki – raqobatbardoshlik omillarining kompleks ko'rsatkichi;

Li – strategiyalarni amalga oshirish uchun xarajatlarni qoplash omillarining kompleks ko'rsatkichi.

Innovatsion strategiyani shakllantirishning keyingi bosqichi strategiya elementlarini ishlab chiqish, global maqsadlarni, uni amalga oshirish muddatlarini aniqlash, innovatsion rivojlanishga mas'ul bo'lgan jamoani tashkil etish jarayonlarini qamraydi.

Bundan tashqari, innovatsion strategiyaning har bir turi strategiyani shakllantirish, boshqarishga ta'sir etuvchi xususiyatlar va omillarga ega. Korxonadagi strategik jarayonlar va ular uchun maqsadli funktsiya strategiyaning turini, uning tabiati va asosiy xususiyatlarini obyektiv ravishda aniqlashga xizmat qiladi. (3-rasmga qarang).



3-rasm. Sanoat korxonalarida innovatsion strategiyani amalga oshirish mexanizmi [muallif ishlanmasi]

Yangi strategiyani shakllantirishda zaruriy element sifatida xodimlar xizmat qiladi, binobarin, korxona jamoasi va xodimlari innovatsiyalarni tatbiq etishda asosiy turtki bo'лади yoki to'sqinlik qiladi. Shu sababli xodimlar uchun innovatsion marketing kompleksini shakllantirish va ularning o'zgarishlarga tayyorligini oshirish taklif etiladi. Innovatsion strategiyani rivojlantirish mexanizmining to'rtinchi bosqichi maqsad va vazifalarga erishishni ta'minlaydigan chora-tadbirlar majmuini amalga oshirishni, shu jumladan, innovatsion rivojlanishni resurs bilan ta'minlash, byudjet mablag'larini taqsimlash va loyiha boshqaruvi jamoasini shakllantirish kabi masalalarni hal qilishni o'z ichiga oladi.

Keyingi bosqichda innovatsion strategiyani amalga oshirish samaradorligini baholash va innovatsiyalar natijalarining ko'rib chiqilayotgan sohadagi raqobatbardoshligiga ta'sirini baholash kerak. Bu borada axborotni qo'llab-quvvatlash muhim jarayon bo'lib, uning davomida mijozlar korxona va u taqdim etayotgan xizmatlar to'g'risida barcha kerakli dolzarb ma'lumotlarni oladi. Barcha turdagi sodiqlik dasturlari iste'molchilarni keyingi xaridlarga rag'batlantirish uchun ishlaydi, shu jumladan, raqamlashtirish texnologiyasidan foydalanish esa mijozga shaxsiy murojaatni shakllantirishga qaratilgan.

Innovatsion strategiyaning maqsadi korxonaning umumiy strategiyasidan kelib chiqib, uning mazmuniga ta'sir qiladi va unga erishishga yordam beradi. Bu borada quyidagi vazifalar amalga oshiriladi: yangi mahsulot, samarali xizmat turlarini ishlab chiqish, raqobatbardoshlik darajasini oshirish, iqtisodiy o'sishning yuqori sur'atlarini ta'minlash, iqtisodiy vaziyatdagi global o'zgarishlarni prognozlash, mahsulotlarning bozordagi o'rnini mustahkamlash va barqaror rivojlanishga qaratilgan keng ko'lamli yechimlarni izlash [8]. Korxonaning umumiy rivojlanish strategiyasi innovatsion strategiya asosini tashkil qiladi, uning mohiyati va faoliyat yo'nalishlarini belgilaydi. Bu shuni anglatadiki, uning tadqiqoti va faoliyati tashkilot rivojlanishining umumiy yo'nalishlari bilan uzviy bog'liq, ammo sifat xususiyatlaridan farq qiladi.

Innovatsion strategiyani shakllantirishda korxonalar innovatsion siyosatining asosiy yo'nalishlarini to'g'ri hisobga olish va nazorat qilish muhim jarayon sanaladi. Tizimli innovatsiyalarga bo'lgan ehtiyoj va innovatsiyalarni strategik qo'llab-quvvatlash zarurati korxona rivojlanishining asosiy bosqichlarini belgilashga, tadbirkorlik subyektlari o'rtasidagi munosabatlarni muvozanatda tutishga ko'maklashadi.

Olib borilgan tadqiqotlar natijasida, korxonalarda innovatsion strategiyani amalga oshirish monitoringi bo'yicha konseptual sxema taklif etilib, amaliyotga joriy qilindi. Xususan, innovatsion strategiyani amalga oshirishda "monitoring" tushunchasini shakllantirish, ma'lum tizim asosida tizimlashtirish bo'yicha uning vazifalari, amalga oshirish bosqichlari va usullarini oydinlashtirish, shuningdek, mazkur jarayonlarni umumlashtiruvchi uslubiy ko'rsatmalar majmuasini shakllantirish muhim vazifalardan hisoblanadi.

V. XULOSALAR

Sanoat korxonalarining innovatsion strategiyasini boshqarishga atrof-muhitdagi o'zgarishlar ta'sir qiladi, shu bilan birga shuni ta'kidlash joizki, korxonaning ushbu

o'zgarishlarga munosabati umumiy strategik yo'nalishni ham tavsiflaydi: korxona preventiv, faol ta'sir orqali o'zgarishlarni mustaqil ravishda yaratadi (hujumkor innovatsion strategiyalar) yoki o'zgarishlar turli shakldagi reaksiyalar ko'rinishida sodir bo'ladi (mudofaa innovatsion strategiyalari).

Yuqoridagilardan xulosa qilib aytish mumkinki, sanot korxonasining istiqbolli yo'nalishlarini belgilashda va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda strategik rejalashtirish muhim ahamiyatga ega. Shu sababli, korxonaning innovatsion faoliyatini samarali boshqarishning asosi innovatsiyalar zanjiri, innovatsion strategiya bo'lib, uning tuzilmasida korxonani boshqarishning umumiy strategiyasiga e'tibor qaratilishi lozim. Shuningdek, innovatsion faoliyat tahlili korxonada boshqaruv bo'yicha qarorlar qabul qilishda muhim ahamiyatga ega sanaladi.

Innovatsion faoliyat tahlili korxona miqyosida tahlil qilish obyekti hisoblansada, biroq uning faoliyat doirasi tashqi va ichki omillarga, davlat ahamiyatiga molik investitsiya dasturlarining qabul qilinishiga bog'liq. Qator tashqi va ichki omillar innovatsion strategiyaning holati va shakllanishiga ta'sir ko'rsatadi: jumladan, innovatsion boshqaruv holati, innovatsiyalarni boshqarish tizimi, fundamental va amaliy tadqiqotlar, natijalarni baholash, kashfiyotlar, patentlar, investitsiyalar, korxonaning innovatsion salohiyati va boshqalarni bunga misol qilish mumkin.

Strategiyani ishlab chiqish bozorning strategik mezonlarini tahlil qilish va aniqlash jarayonini o'z ichiga oladi, ular turli strategik dasturlar va loyihalar shaklida aks ettiriladi. Muvaffaqiyatli innovatsion strategiyaga qo'yiladigan talablar quyidagilardan iborat: u aniq ko'rsatmalar va vaqt jadvallarini o'z ichiga olishi, moslashuvchan bo'lishi, tashkiliy jihatdan qo'llab-quvvatlanishi va umumiy korporativ strategiyaga mos kelishi kerak. Innovatsion strategiya muvaffaqiyatining kaliti uni doimiy ravishda takomillashtirishdir.

VI. FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.
2. Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Harper & Row.
3. Porter, M. E. (1998). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
4. Chesbrough, H. (2003). Open Innovation. Harvard Business School Press.
5. Freeman, C. (1987). Technology Policy and Economic Performance. Pinter.
6. Lundvall, B. Å. (1992). National Systems of Innovation. Pinter.
6. Морозов Д.И. Принципы инновационного развития предприятия / Д. И. Морозов // Актуальные вопросы экономических наук. – 2010. – № 15 (1). – С. 181–185.
7. Гарбар Т.В. Основные направления развития инновационно-инвестиционной деятельности на предприятии / Т.В.Гарбар, А.П.Соколов // Новые технологии в учебном процессе и производстве : Материалы XIII межвузовской научно-технической конференции, Рязань, 27–30 апреля 2015 года / Под редакцией Паршина А.Н.. – Рязань: Общество с ограниченной

ответственностью "Рязанский Издательско-Полиграфический Дом
ПервопечатникЪ, 2015. – С. 222-224. – EDN UIDJDB.

8. Волкова В. Н. Основы теории систем и системного анализа [Текст] / В. Н. Волкова, А. А. Денисов. – СПб.: СПбГТУ, 1999. – 512 с.