

KORXONANING INNOVATSION RIVOJLANISHI: SHARTLARI, TARKIBIY QISMLARI VA MAZMUNI

Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna

Fargʻona Davlat texnika universiteti, Menejment kafedrasi dotsenti

Iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Annotatsiya. Innovatsiya har qanday jamiyat va iqtisodiyotning rivojlanishida asosiy rol oʻynaydi. Korxonalar uchun innovatsion rivojlanish nafaqat raqobatbardoshlikni oshirish, balki bozorni yanada kengaytirish, yangi mahsulotlar va xizmatlar yaratish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va iqtisodiy oʻsish uchun zarur omil hisoblanadi. Innovatsiyaning amalga oshirilishi korxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyatiga bevosita taʼsir koʻrsatadi. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda innovatsion rivojlanish korxonalarning raqobatbardoshligini saqlab qolish va bozor ulushini oshirish uchun asosiy omillardan biridir. Innovatsion faoliyat korxonalariga yangi mahsulotlar, texnologiyalar va biznes modellarini ishlab chiqish imkoniyatini beradi. Ushbu maqolada korxonaning innovatsion rivojlanishining shartlari, tarkibiy qismlari va mazmuni tahlil qilinadi.

Kalit soʻzlar. Innovatsion rivojlanish, korxonalar, innovatsion strategiya, raqobatbardoshlik, davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlash, samaradorlikni baholash, innovatsion loyihalar, asosiy tarkibiy qismlari

I. KIRISH

Zamonaviy iqtisodiy sharoit har bir korxonani ishlab chiqarish jarayoniga koʻplab yangiliklarni joriy etishga majbur qiladi, bu esa ularni innovatsion rivojlanishni amalga oshirishga undaydi. Bu talablar nafaqat tashqi muhitdagi oʻzgarishlar, balki mavjud mahsulotlarning eskirishi bilan ham chambarchas bogʻliqdir. Jamiyatda rivojlanayotgan texnologik bozorning zamonaviy sharoitida yangi bilimlar va ularni qoʻllash usullariga boʻlgan ehtiyoj ortib bormoqda. Oʻzgaruvchan texnologiyalar, xaridorlarning oʻzgaruvchan talablari va natijada shiddatli raqobatning kuchayishi tez surʼatlar bilan davom etmoqda. Oʻz ishlab chiqarish jarayonlarini moslashtira olmaydigan va kengaytira olmaydigan korxonalar ertami-kechmi oʻz pozitsiyalarini yanada progressiv va innovatsion yoʻnalishdagi tashkilotlarga boy berishadi.

Korxonaning innovatsion rivojlanishga boʻlgan zaruratini aniqlash mumkin boʻlgan sabablarning maʼlum roʻyxati mavjud: hayot aylanishining qisqarishi, texnologik jarayonlarning ahamiyatining ortishi, qadimgi xom ashyo turlaridan foydalanishning imkonsizligi; xavfli bozor holati, raqobatchilarning tazyiqi, tashqi muhitning tez oʻzgarishi, iqtisodiyotning jahon miqyosidagi integratsiyasi. Bundan tashqari, yildan-yilga ushbu omillarning korxonalar rivojiga taʼsiri bir necha baravar kuchaymoqda, ularning taʼsir chastotasi oʻzgarib bormoqda: raqobatchilarning hujumi keskinlashmoqda, hayot sikli sezilarli darajada qisqarmoqda, tashqi muhit korxonalar faoliyatiga tobora koʻproq taʼsir koʻrsatmoqda.

Ushbu omillarning oʻzgaruvchan taʼsiri korxonalarning sanoat faoliyati uchun yangi mezonlarni belgilashga yordam beradi va uning tuzilmasini oʻzgartirish innovatsion iqtisodiy rivojlanishning global talablariga mos kelishi zarur.

Shunday qilib, har qanday ishlab chiqarish tizimi jamiyat hayotida va sanoat sohasida ro‘y berayotgan o‘zgarishlar bilan uzviy bog‘liq bo‘lishi, innovatsion iqtisodiyotning talablariga moslashuvi shart.

II. ADABIYOTLAR SHARHI

Innovatsion rivojlanish muammolarini o‘rganishga Yu.Bajal, S.Valdaysyev, S.Ilyenkova, P.Zavlin, M.Kaleskiy, N.Kondratyev, A.Korennoy, A.Lapko, L.Neykova, B.Santo, R.Solou, B.Tviss, D.Chervanev, I.Shumpeter va boshqalar kabi xorijiy olimlar katta hissa qo‘shganlar. Innovatsiyalar, Innovatsion faoliyatga bag‘ishlangan ko‘plab ishlarning mavjudligiga qaramay, korxonaning Innovatsion rivojlanish strategiyasini shakllantirishda munozarali holatlar mavjud.

Ko‘plab mualliflar innovatsion rivojlanish strategiyalarining turli tasniflarini ajratib ko‘rsatganlar. B.E.Fishman innovatsion rivojlanish strategiyalarining to‘rt turini taklif qiladi: innovatsiyalarni mustaqil ishlab chiqarish, “tezkor ikkinchi”, “minimal xarajatlar bilan orqada qolish”, “bo‘shliqlarni to‘ldirish” [9].

B.Santo innovatsion strategiyalarni boshqaruv darajalari bo‘yicha institutsional innovatsiya strategiyalari doirasida passiv, hujumkor va turg‘un turlarini ajratib ko‘rsatadi [3].

V.O.Vasilenko innovatsion strategiyalarni tashqi muhit sharoitlari va kompaniyaning ichki mavqeiga qarab hujumkor, mudofaa, avangard, imitasion turlarga ajratadi [1].

R.A.Fatxutdinov innovatsion strategiyalarni violent, patiyent, kommutant va eksplerent turlarga bo‘lib ko‘rsatgan, shuningdek, ularning har biri uchun har xil turdagi Innovatsiyalarni taklif qilgan [8].

Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida G.T.Pyatniskaya strategiyalarning quyidagi asosiy guruhlarini belgilab ko‘rsatgan [2]: an’anaviy, opportunistik, imitasion, mudofaa, singdiruvchi, hujumkor, avangard, faol harakatlar.

Shuni ta’kidlash kerakki, K.P.Yankovskiy va I.F.Muxarramlar tajovuzkor va mo‘tadil innovatsion strategiyalarni hujum strategiyalariga, qoldiq va adaptiv strategiyalarni esa mudofaa strategiyalari sifatida tasniflaganlar [1].

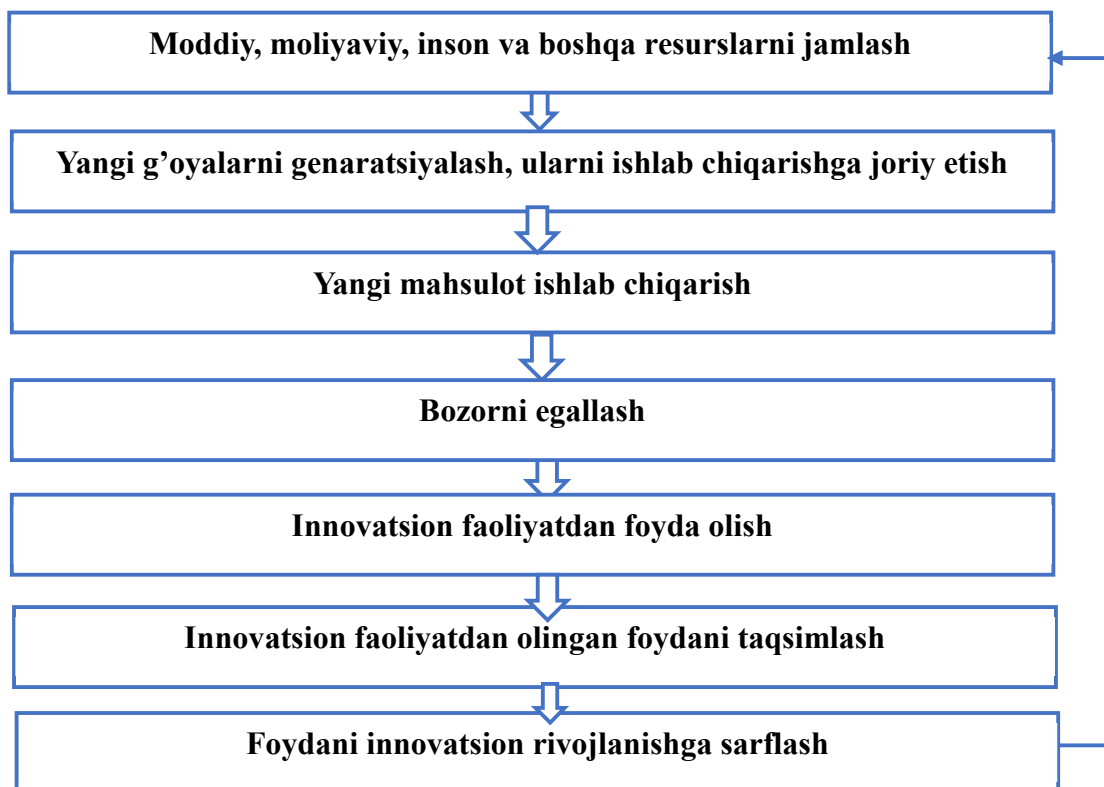
Ko‘rib chiqilgan tasniflarni tahlil qilish, turli mualliflar tomonidan aniqlangan innovatsion strategiyalarning turlari bir xil xususiyatlarga, tanlash shartlariga ega, mazmunini takrorlamasdan o‘xshash nomlarga ega yoki o‘xshash turlar turli nomlarga ega degan xulosaga kelishga imkon beradi. Masalan, X.Frimanning faol hujumkor innovatsion strategiya va keskin hujumkor innovatsion strategiya xususiyatlarini o‘zida mujassam etgan, o‘zining mazmuniy xususiyatlariga ko‘ra “innovatsiyalarni mustaqil ishlab chiqarish” strategiyasiga yaqin bo‘lgan hujumkor innovatsion strategiyasi bunga misol bo‘la oladi. Shunga o‘xshash vaziyatni imitasion, mudofaa va passiv innovatsiya strategiyalari, qoldiq va bo‘shliqni to‘ldirish strategiyalarida kuzatish mumkin.

III. NATIJALAR

Korxonaning innovatsion rivojlanishining asosiy maqsadi – joriy etilayotgan texnologik yechimlar, boshqaruvning yangicha usullari, yangi mahsulot yoki xizmat

ishlab chiqarishdagi o‘zgarishlar orqali ichki omillarni maqsadli ravishda o‘zgartirish orqali raqobatbardosh afzalliklarni kuchaytirish va uning iqtisodiy samaradorligini saqlab qolishdir. [5].

Innovatsion rivojlanish — bu kompaniya faoliyatining barcha sohalarini o‘z ichiga oladigan va yangi texnologiyalar, mahsulotlar yoki xizmatlar yaratish jarayonini ta’minlaydigan iqtisodiy jarayon sifatida ta’riflanadi. Korxonaning innovatsion rivojlanish jarayonining algoritmi sxematik tarzda tasvirlanishi mumkin. (1-rasm).



1-rasm. Korxonaning innovatsion rivojlanish jarayoni

Korxonaning to‘g‘ri yo‘nalishda innovatsion rivojlanishi, zarur iqtisodiy o‘shishga erishishga imkon yaratadi. U har bir sohani, umumiy natijaga ta’sir ko‘rsatuvchi va uning alohida tarkibiy qismlarini – boshqaruv, ishlab chiqarish, moliya, kadrlar tayyorlash va boshqa sohalarni ta’minlaydi.

Ilmiy manbalarda korxonaning innovatsion rivojlanishining uchta asosiy usuli mavjud:

1) sotish salohiyatini yangilash jarayonini ta’minlovchi mahsulot, bu esa o‘z navbatida bozorning yangi ulushlarini egallashni, aholini yangi ish o‘rinlari bilan ta’minlashni, mijozlar bazasini kengaytirishni o‘z ichiga oladi va bularning barchasi birgalikda korxonaning daromadlarining oshishiga olib keladi;

2) texnologik, korxonaning ishlab chiqarish sohasidagi salohiyatini yangilash jarayonini ta’minlovchi, bu esa pirovard natijada mehnat unumdorligini oshirishga, shuningdek, xom ashyo tannarxining pasayishiga olib keladi. Bu, o‘z navbatida, korxonaning daromadining oshishiga olib keladi, atrof-muhitga yukni kamaytiradi, korxonaning ichida innovatsion innovatsiyalarni qo‘llash samaradorligini oshiradi;

3) ijtimoiy, shu jumladan ijtimoiy sohaning sifat xususiyatlarining oshishi, bu xodimlarni tashkil etishning yaxshilanishiga, shuningdek, ushbu sohadagi majburiyatlarga ishonchning oshishiga olib keladi [6].

M.E.Kass ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishning turli usullariga asoslangan korxonaning innovatsion rivojlanishining uchta modelini ajratadi:

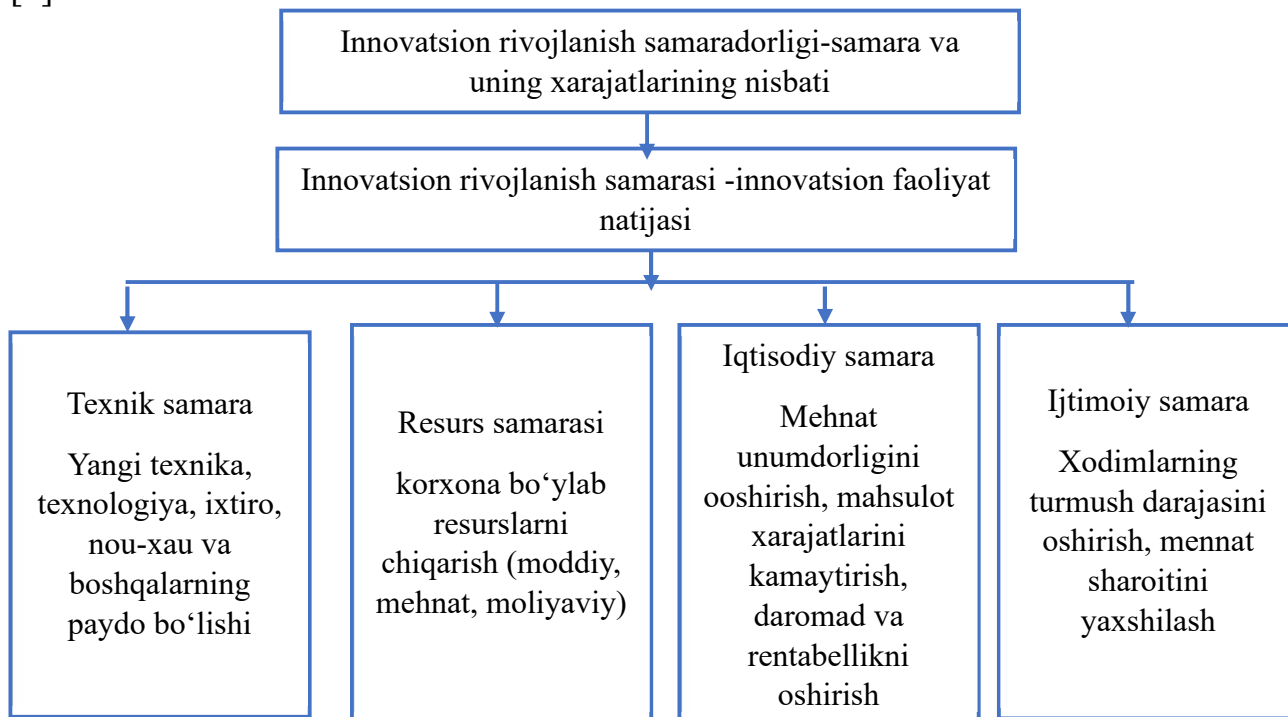
1) uchinchi tomon firmalari bilan innovatsiyalarni yaratish va joriy etish bo'yicha shartnomalar tuzishga asoslanadi;

2) innovatsion loyihani amalga oshirish bilan bog'liq holda, yangi g'oya tug'ilganda va tashkilot ichida o'zgarishlar sodir bo'lganda, korxonaning ichki jarayonlarini rivojlantirishdan iborat;

3) qo'shimcha moliyaviy resurslarni jalb qilish vazifasi bo'lgan sho'ba venchur korxonalarni tashkil etish orqali korxonani innovatsion loyihalarni amalga oshirish tomondan rivojlantirishni nazarda tutadi.

Hozirgi kunda eng keng tarqalgan innovatsion rivojlanishning birinchi modeli bo'lib, unga ko'ra korxonani innovatsion loyihani ishlab chiqish uchun buyurtma beradi, ammo korxonani o'zi uni ishlab chiqish bilan shug'ullanadi. Tashkilotning innovatsion rivojlanishidan olingan samaradorlik qiymati – bu natija va uni amalga oshirish uchun sarflangan xarajatlar orasidagi nisbatga tengdir. Samaradorlikning asosiy mezon – minimal resurslar bilan maksimal foyda olishdir.

Korxonaning innovatsion rivojlanishining samaradorligi 2-rasmda ko'rsatilgan [4].



2-rasm. Korxonaning innovatsion rivojlanish samarasi turlari

Innovatsion korxonani rivojlantirishning uslubiy asoslari asosiy iqtisodiy tushunchalar, xususiyatlar, subyektlar, obyektlar, tashkiliy tuzilmalar, jarayonlar, omillar, shart-sharoitlar va natijalarni ifodalaydi. Korxonaning innovatsion rivojlanishini taqdim etilgan metodologiya korxonada ro'y berayotgan innovatsion

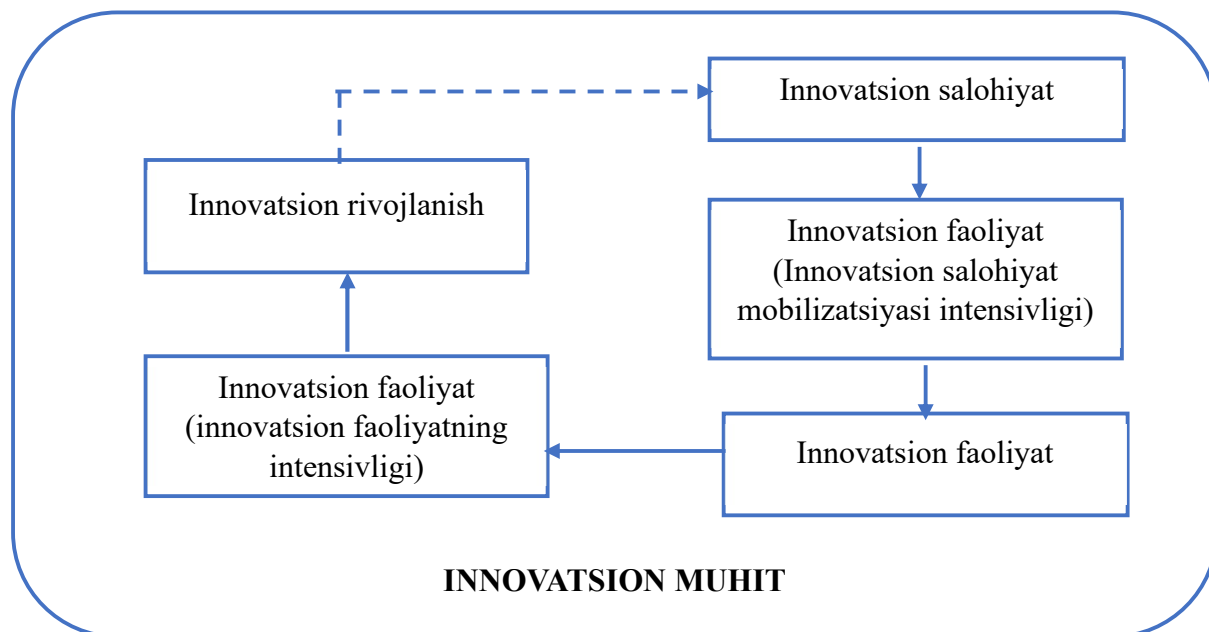
jarayonlarni chuqurroq tizimli ravishda tahlil qilish va o‘rganish uchun asosiy yo‘l ko‘rsatadi.

Korxonaning innovatsion rivojlanishiga ta‘sir ko‘rsatuvchi jarayonlarni o‘rganish korxonaning innovatsion faoliyati haqidagi ma‘lumotlarni umumlashtirish imkonini beradi. Bu jarayon o‘z yo‘nalishlari, ta‘sir ko‘rsatish usullari, aniq maqsadlari, moliyaviy xususiyatlariga ega bo‘lgan murakkab va ko‘p jihatli o‘zgarishlar jarayonidir. Biroq, har qanday innovatsion rivojlanishni tegishli innovatsion muhit, bozorda ushbu innovatsiyaga bo‘lgan talab, rivojlangan infratuzilma va malakali kadrlar bo‘lmasa amalga oshirish mumkin emas [7].

Korxonaning muvaffaqiyatli innovatsion rivojlanishining asosiy jihatlari strategik maqsadlarni aniq belgilash, ularni amalga oshirish samaradorligini baholash, shuningdek, innovatsion strategiyani o‘zgartirishga olib keladigan risklarni prognoz qilish bilan belgilanadi.

Bugungi kunga kelib, korxonaning innovatsion rivojlanishi uchun asos ishlab chiqarishga to‘g‘ri kiritilgan, eng yuqori qiymatga ega bo‘lgan innovatsiya hisoblanadi. Innovatsiyalarning iqtisodiy samaradorligini muvaffaqiyatli baholash korxonada daromadlarini ko‘paytirish, raqobatdosh ustunliklarni qo‘lga kiritish, iste‘molchi qiziqishlari va kapitalga investitsiyalarni jalb qilish uchun asosdir.

Innovatsion rivojlanishning asosi, albatta, innovatsion faoliyatni rivojlantirish, innovatsion faollikni oshirish va qulay investitsiya muhitini yaratishga qaratilgan zamonaviy boshqaruv tizimi asosida shakllanadigan innovatsion strategiyadir. Shunday qilib, marketing faoliyati bilan qo‘llab-quvvatlanadigan innovatsion strategiya, shuningdek, innovatsiyalar samaradorligini baholash uchun tanlangan tizimli yondashuvning ilmiy asoslanishi davlatning innovatsion siyosatini shakllantirish uchun xizmat qiladi.



3-rasm. Korxonaning innovatsion rivojlanishining asosiy tarkibiy qismlari o‘rtasidagi munosabatlar

Ushbu tarkibiy qismlarning o‘zaro bog‘liqligi innovatsiyalar sohasida korxonaning muvaffaqiyatli rivojlanishini ta‘minlaydi, ammo ma‘lum shart-sharoitlar bajarilishi zarur: mos innovatsion muhitni shakllantirish; innovatsion salohiyatning mavjudligi, buning asosida korxonada innovatsiyalarni rivojlantirish uchun texnologik, iqtisodiy va resurs imkoniyatlariga ega bo‘lishi kerak; korxonaning innovatsion faoliyatining mavjudligi, bu korxonaning innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun innovatsion salohiyatni to‘g‘ri yo‘naltirish qobiliyatida namoyon bo‘ladi. Intensiv innovatsion faoliyat natijasida korxonaning innovatsion rivojlanishi amalga oshiriladi, bu esa innovatsion salohiyatning oshishiga hissa qo‘shadi. Shundan so‘ng innovatsion rivojlanishning yangi bosqichi boshlanadi. Innovatsion rivojlanishning har bir tarkibiy qismi diqqat bilan o‘rganish va tahlil qilishni talab qiladi.

V. XULOSALAR

Hozirgi vaqtda mamlakat iqtisodiyotidagi o‘zgarishlar tufayli korxonalarga mustaqil boshqaruv faoliyatini olib borish imkoniyati yaratilmoqda. Bu korxonalarning o‘z faoliyatini rejalashtirishlari, yaxshiroq daromad olishlari, shu orqali aholi farovonligini oshirish imkoniyati alohida ahamiyatga ega. Korxonalarning turli xil xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, turli yondashuvlar umumiy strategik boshqaruv tizimini va xususan strategik rejalashtirishni tashkil etish masalalari dolzarb ahamiyatga ega bo‘lmoqda. Shu sababli korxonani innovatsion rivojlantirish strategiyasini oqilona tanlash zarur bo‘lib, bu uni shakllantirishning turli yondashuvlari va modellarini ko‘rib chiqishni talab qiladi.

Biroq, bunday tasniflar faol yoki passiv innovatsion siyosat nuqtai nazaridan korxonaning innovatsion faoliyatidagi farqlarni, radikal innovatsiyalarni, xususan, ilmiy-tadqiqot va o‘zgartirishlar sohasida, mavjud resurslarni, xavf-xatarlarga munosabatni va kompaniyaning mavjud strategik holatini tavsiflaydi. Himoya innovatsion strategiyalari ma‘lum bir bozor yoki uning segmentida konsentratsiya, tor bozor yo‘nalishi yoki bozor ulushini himoya qilish, strategik mavqeni saqlab qolishga e‘tibor qaratish, innovatorlar orasida qolish istagi va tajovuzkor innovatsion strategiyalar – faoliyatni doimiy ravishda kengaytirish, yangi mahsulotlarni ishlab chiqish, raqobatdosh ustunliklarni izlash kabi holatlarni tashkil etadi.

Tahlil qilingan yondashuvlar asosida shuni aytish mumkinki, korxonaning innovatsion rivojlanishini boshqarish faqat innovatsion strategiyaning maqsadlarini belgilash bilan cheklanib qolmaydi, balki ularni amalga oshirish jarayonida korxonaning imkoniyatlarini baholashni ham talab etadi. Shundan kelib chiqadiki, innovatsion maqsadlar belgilangan maqsadlarga erishish uchun zarur bo‘lgan rivojlanish yo‘nalishini belgilaydi, ammo korxonada eng yaxshi natijalarga faqat uning maqsadlari rivojlanayotgan innovatsion salohiyatga mos kelgan taqdirdagina erishishi mumkin. Shuning uchun, innovatsion strategiyani tanlash va amalga oshirish, innovatsion salohiyatning holatiga bog‘liq bo‘lib, uning shakllanishi korxonada ichki muhitning tarkibiy qismlari va elementlari orqali amalga oshirilishi mumkin. Korxonada mavjud bo‘lgan resurslar (moliyaviy, moddiy, axborot, ijtimoiy va boshqalar) majmuasi, uning innovatsion salohiyatini shakllantirib, innovatsion strategiyaning

tuzilishini va yo‘nalishlarini ta’sir etuvchi tizimli innovatsion rivojlanishga tayyorligini ifodalaydi.

Korxonaning innovatsion rivojlanishi uning uzoq muddatli muvaffaqiyatiga asos bo‘ladi. Buning uchun kompaniya texnologik, moliyaviy, boshqaruv va kadrlar salohiyatini mustahkamlashi, shuningdek, ijtimoiy va iqtisodiy muhitni hisobga olgan holda innovatsiyalarni amalga oshirishi zarur. Innovatsion rivojlanish, korxonaning raqobatbardoshligini oshiradi, yangi bozorlarga kirish imkoniyatlarini yaratadi va iqtisodiy o‘sishni ta’minlaydi.

VI. FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Vasilenko, V.O. Innovation management: textbook for students of higher education. [Text] / V. O. Vasilenko, V. G. Shmatko. – K.: CUL, 2003. – 439 p
2. Борисенко, И.А. Инновационный менеджмент: управление интеллектуальной собственностью: учеб. пособие [Текст] / И. А. Борисенко. Воронеж: Воронежский гос. унт, 2003. – 63 с
3. Бурков, В. Н. Теория графов в управлении организационными системами [Текст] / В. Н. Бурков, А. Ю. Заложнев, Д. А. Новиков. – М.: Синтег, 2001. – 124 с.
4. Лапаев, П.А. Методические основы инновационного развития предприятия / П. А. Лапаев // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – № 6. – С. 36–41.
5. Морозов, Д. И. Принципы инновационного развития предприятия / Д. И. Морозов // Актуальные вопросы экономических наук. – 2010. – № 15 (1). – С. 181–185.
6. Павлова, Е.Г. Инновационный потенциал организации малого и среднего бизнеса / Е. Г. Павлова // Проблемы управления. – 2007. – № 1. – С. 81–88
7. Плотников, А.П. Инновационное развитие и экономика предприятия / А. П. Плотников // Инновационная деятельность. – 2014. – № 1 (28). –С. 47–53.
8. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – 2е изд. – М. : ЗАО «Бизнесшкола»; «ИнтелСинтез», 2000. – 624 с
9. Фишман, Б.Е. Инновационный менеджмент: метод. пособие Ч. I [Текст] / рук. Б. Е. Шишман; ред. М. Н. Скотникова. – К.: РАМО, 1991. 112 с.