

KORXONA FAOLIYATIDA INNOVATSION STRATEGIYALARNING AHAMIYATI

Safina Nafisa Talgatovna

*Andijon Mashinasozlik instituti “Buxgalteriya hisobi va menejment” kafedrasida
katta o‘qituvchisi*

Odilova Zarnigor G‘ayratbek qizi

*Andijon Mashinasozlik instituti, “Iqtisodiyot” fakulteti,
“Menejment” yo‘nalishi 4-bosqich talabasi*

Annototsiya. *Ushbu maqolada korxonalarda innovatsion strategiyalar va ularning ahamiyati haqida so‘z yuritilgan.*

Tayanch iboralar. *Yangilik, yangi texnologiyalar, innovatsion faoliyat, innovatsion strategiyalar, innovatsion strategiyalar turlari, fan-texnika taraqqiyoti.*

ВАЖНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сафина Нафиса Талгатовна

Старший преподаватель кафедры «Бухгалтерский учёт и менеджмент» Андижанского машиностроительного института

Одилова Зарнигор Гайратбек кизи

Студенка 4 курса направления обучения «Менеджмент» экономического факультета Андижанского машиностроительного института

Аннотация. *В этой статье описывается важность инновационных стратегий в деятельности предприятий.*

Ключевые слова: *инновации, новые технологии, инновационная деятельность, инновационные стратегии, типы инновационных стратегий, развитие науки и техники.*

THE IMPORTANCE OF INNOVATIVE STRATEGIES IN THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Safina Nafisa Talgatovna

Senior teacher of department of Accounting and management of the Andijan machine-building institute



Odilova Zarnigor Gayratbek qizi

*The 4th year student of the direction of direction "Management"
of the Faculty of Economics of the Andijan Machine-Building Institute*

Annotation. *This article describes the importance of innovative strategies in the activities of enterprises.*

Key words: *innovations, new technologies, innovation activity, innovation strategies, types of innovation strategies, development of science and technology.*

Uzoq muddatda korxonani samarali faoliyat ko'rsatishi, uning raqobatbardoshligini oshirish va rivojlanishning yuqori darajalariga erishish korxonaning innovatsion faolligi darajasi va innovatsion faoliyat diapazoni kengligi bilan belgilanadi. Iqtisodiyotning yangilanishi innovatsiyalarga bog'liq ekan, ushbu masalaga jiddiy yondoshish talab etiladi. O'zbekiston Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev ham ushbu sohaga katta e'tibor berib, 2022 yilning 21-dekabridagi Oliy Majlisga va xalqqa qilgan Murojaatnomasida innovatsiya masallariga bir necha bor to'xtab o'tdi, va jumladan shunday dedi: "Bu yil ilm-fan va innovatsiyalarga 1,5 trillion so'm yo'naltirildi. Bu – 2017 yilga nisbatan qariyb 6 barobar ko'p, degani. Bularning barchasi hisobidan nano va biotexnologiyalar, raqamli geologiya kabi 18 ta yangi ilmiy yo'nalish tashkil etildi. Kelgusi yili ilm-fan va innovatsiyalarga 1,8 trillion so'm ajratiladi" [1.3].

"Innovatsiya" so'zi ingliz tilidan olingan bo'lib "yangilik va yangilik kiritish" deganini ma'nosi bildiradi. Bu yangilik zamirida yangi tartibni, yangi odatni, yangi uslubni, kashfiyotni tushunish lozim. Yangilikni bozorga kiritish jarayonini tijoratlashish jarayoni deb atash lozim. Yangilikning paydo bo'lishi va uni xayotga tatbiq etilishi oralig'idagi vaqt innovatsion loyixasi deb ataladi. Kunlik amaliyotda odatda, yangiliklar, yangilik kiritish, innovatsiya tushunchalarini o'xshatish ko'p uchraydi. Qachonki xar qanday kashfiyotlar, yangi voqealar xizmatlar va metodlar xillari tarqalishiga qabul qilinsa (tijoratlashish), o'shanda xalq ommasi tomonidan tan olinadi.

Innovatsion strategiya kutilayotgan natijalar, loyihalarning investitsiya xatarlari yuqori darajadagi noaniqlik sharoitida tashkilot maqsadlariga erishishning radikal vositalaridan biri sifatida tan olingan. Innovatsion strategiyalar bir nechta maxsus strategiyalarga bo'linadi: mahsulot, funktsional, resurs va tashkiliy - boshqaruv.

Asosiy yoki mos yozuvlar ishlab chiqish strategiyalari universaldir. Ular intensiv, integratsiya va diversifikatsiyani rivojlantirish strategiyalarini o'z ichiga oladi. Intensiv rivojlanish bilan, ichki va tashqi imkoniyatlardan yaxshiroq



foydalanish orqali tashkilotning potentsialining jadal o'sishi kuzatiladi. Integratsiyani rivojlantirish tashkiliy va boshqaruv innovatsiyalari bilan bog'liq bo'lib, tarkibiy o'zgarishlarga qaratilgan. Diversifikatsiyani rivojlantirish mavjud mahsulotlarga qo'shimcha ravishda yangi mahsulotlar va texnologiyalarni yaratishga qaratilgan.

Innovatsion strategiya - bu tashkilot (korporatsiya, firma) maqsadlariga erishish vositalaridan biri bo'lib, u o'zining yangiligi bilan boshqa vositalardan, birinchi navbatda, ushbu tashkilot va, ehtimol, sanoat, bozor va iste'molchilar uchun farq qiladi. Umuman olganda strategiyalar, xususan, innovatsion strategiyalar tashkilotning potentsialini rivojlantirish va undan foydalanishga qaratilgan bo'lib, ular tashqi muhitning o'zgarishiga reaksiya sifatida qaraladi. Shuning uchun innovatsion strategiyalarning xilma-xilligi korxonaning ichki muhiti tarkibiy qismlarining tarkibi bilan belgilanadi.

Innovatsion strategiyalar quyidagilar bo'lishi mumkin:


- tashkilotning yangi mahsulotlar, texnologiyalar va xizmatlarni olishga qaratilgan innovatsion faoliyati;
- tadqiqot va ishlanmalar, ishlab chiqarish, marketing va boshqaruvda yangi usullarni qo'llash;
- yangi tashkiliy tuzilmalarga o'tish;
- resurslarning yangi turlarini qo'llash va an'anaviy resurslardan foydalanishga yangi yondashuvlar.

Shunday qilib, ichki muhitga nisbatan innovatsion strategiyalar bir nechta katta guruhlariga bo'linadi: mahsulot (yangi mahsulotlar, texnologiyalar va xizmatlarni yaratish va amalga oshirishga qaratilgan portfel, tadbirkorlik yoki biznes strategiyalari); funktsional (ilmiy-texnik, ishlab chiqarish, marketing, xizmat ko'rsatish); resurs (moliyaviy, mehnat, axborot va moddiy-texnikaviy); tashkiliy va boshqaruv (texnologiyalar, tuzilmalar, usullar, boshqaruv tizimlari). Bu maxsus innovatsion strategiyalar.

Strategik va loyihalarni boshqarish nazariyasi va amaliyoti keng ommalashgan bir qator universal strategiyalarni ishlab chiqdi. Bunday strategiyalar odatda «asosiy» yoki «mos yozuvlar» deb ataladi. Ular kompaniyaning raqobatdosh ustunliklarini rivojlantirishga qaratilgan, shuning uchun ularni kompaniyaning «rivojlanish strategiyalari» yoki «o'sish strategiyalari» deb ham atashadi. Asosiy rivojlanish strategiyalari ko'pincha quyidagi guruhlariga bo'linadi:

- intensiv rivojlanish strategiyalari; integratsiyani rivojlantirish strategiyalari;
- diversifikatsiyani rivojlantirish strategiyalari;
- kamaytirish strategiyalari.





Ushbu guruhlarning har biri bevosita innovatsion strategiyalarga ega. Boshqa strategiyalar ba'zi innovatsion jihatlarga ega. Asosiy strategiyalar firmaning raqobatdosh ustunliklarini rivojlantirishning umumiy qabul qilingan yo'nalishlarini aks ettiradi. Ular muqobil strategiyalarni tanlashda standart kataloglar sifatida foydalaniladi.

Innovatsion strategiyalar loyiha, firma va korporativ boshqaruv uchun ayniqsa qiyin sharoitlarni yaratadi. Bu shartlarga quyidagilar kiradi:

- natijalarning noaniqlik darajasini oshirish. Juda murakkab strategik menejment vaqt, xarajatlar, sifat va samaradorlik nuqtai nazaridan natijalarning noaniqlik darajasining keskin oshishi bilan bog'liq qiyinchiliklar bilan to'ldiriladi, bu esa innovatsion risklarni boshqarish kabi o'ziga xos funktsiyani ishlab chiqish zarurligini keltirib chiqaradi;

- loyihalarning investitsiya xatarlarining oshishi. Investitsion risklar hal etilayotgan vazifalarning yangiligi, ya'ni innovatsion komponentning qo'shilishi tufayli ortadi. Loyihalarni boshqarishning murakkabligiga o'rta muddatli va ayniqsa uzoq muddatli loyihalar ustunlik qiladigan innovatsion loyihalar portfelining tuzilishi bilan bog'liq qiyinchiliklar qo'shiladi. Investitsiyalarni jalb qilish uchun yanada qiyinroq ish talab etiladi, chunki ko'proq xavfli investorlarni topish kerak. Shuningdek, innovatsiya va investitsiya jarayonlarini yanada moslashuvchan muvofiqlashtirish talab etiladi. Boshqacha aytganda, ushbu tashkilotning boshqaruv tizimi oldida boshqaruvning sifat jihatidan yangi ob'ekti - innovatsion-investitsiya loyihasi paydo bo'ladi;

- innovatsion qayta qurish tufayli tashkilotdagi o'zgarishlar oqimining ortishi. Har qanday innovatsion strategiyani amalga oshirish korxonani qayta qurish yoki ular aytganidek, uni qayta qurish muqarrarligi bilan bog'liq, chunki kamida bitta element holatining o'zgarishi barcha boshqa elementlarning holatini o'zgartirishga olib keladi. Ushbu strategik o'zgarishlar oqimlari barqaror davom etayotgan ishlab chiqarish jarayonlari bilan birlashtirilishi kerak. Innovatsion strategik o'zgarishlar oqimi, shuningdek, mahsulotlar, texnologiyalar, talab, tovarlar, tashkilotning turli xil hayot davrlarini hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak. Innovatsion strategik o'zgarishlar oqimlarini boshqarish, ya'ni logistika tamoyillarini qo'llash muammolari mavjud;

- tashkilot rahbariyatidagi qarama-qarshiliklarning kuchayishi. Innovatsion strategiyalarni tanlash va amalga oshirish muqarrar ravishda turli boshqaruv guruhlari va tashkilotning alohida rahbarlari o'rtasida manfaatlar va boshqaruvga yondashuvlar to'qnashuvini keltirib chiqaradi. Bu manfaatlar uyg'unligini va



strategik, ilmiy-texnikaviy, moliyaviy va ishlab chiqarishni boshqarish qarorlarini, shuningdek marketing qarorlarini muvofiqlashtirishni ta'minlash uchun talab qilinadi.

Strategiyani tanlashning ahamiyati shundagi, strategiyani tanlash innovatsiya muvaffaqiyatining kalitidir. Agar firma o'zgaruvchan vaziyatlarni oldindan ko'ra olmasa va ularga o'z vaqtida javob bermasa, inqirozga duch kelishi mumkin.

Strategiyani tanlash innovatsiyalarni boshqarish tsiklining eng muhim tarkibiy qismidir. Bozor iqtisodiyoti sharoitida menejerning yaxshi mahsulotga ega bo'lishining o'zi yetarli emas, u raqobatchilardan ortda qolish uchun yangi texnologiyalarning paydo bo'lishini diqqat bilan kuzatishi va o'z korxonasida joriy etishni rejalashtirishi kerak.

Strategiya qaror qabul qilish jarayoni bilan birlashtirilishi mumkin. Ikkala holatda ham maqsadlar (strategiya ob'ektlari) va maqsadlarga erishish vositalari (qarorlar qabul qilinadi) mavjud. Aniq ifodalangan strategiya innovatsiyalarni rag'batlantirish uchun muhimdir.

Strategiya deganda ma'lum bir korxonaning (firmaning) raqobatchilarga nisbatan hayotiyli va qudratini mustahkamlash yo'lidagi o'zaro bog'langan harakatlar majmui tushuniladi. Boshqacha qilib aytganda, strategiya - bu sizning maqsadlaringizga erishish uchun batafsil, keng qamrovli, keng qamrovli rejadir.

Xulosa qilib shuni mumkinki, fan-texnika taraqqiyotining asosiy tarkibiy qismlaridan biri innovatsion faoliyat bo'lib, iqtisodiy rivojlanishning mazkur yo'nalishida faollikni ta'minlovchi omillarni, shuningdek innovatsion strategiyani ishlab chiqarish uchun asos ishlab chiqarishning hayot nazariyasi, kompaniyaning bozordagi ilmiy-texnik siyosati va uning ilmiy-texnik siyosati o'ta muximdir.

Innovatsion strategiyalarni tanlashda korxonalar quyidagi turlariga e'tiborni qaratishi kerak:

1. Hujumkor - o'z rivojlanishi tadbirkorlik faoliyatiga asos soluvchi firmalar uchun xosdir. Bu kichik innovation firmalar uchun xosdir.

2. Himoyaviy - mavjud bozorlarda kompaniyaning boshqaruvbardosh mavqeini saqlab qolishga olish. Bunday strategiyani yaratishda yangilanish jarayonida foyda-xarajat nisbatini faoldan iborat.

3. Imitatsiya - kuchli bozor va texnologiya mavqega ega firmalar tomonidan ishlab chiqilgan.

4. Taqlid strategiyasi bozorga ma'lum innovatsiyalarni chiqarishda pioner bo'lmagan firmalar tomonidan ishlab chiqilgan. Shu bilan birga innovatsion firmalar yoki kichik ishlab chiqarish korxonalari bozorga innovatsiyalarning iqtisodiy iste'mol xususiyatlari yangilanadi.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi 21.12.2022 y. (www.turkiston.uz)
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. Учебное пособие. – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004. - 160с.
3. Губарев В.Г. Основы экономики и предпринимательства: Учеб. пособ. –Ростовна-Дону: Феникс, 2003. –287 с.
4. Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика F Серия «Учебники и учебное пособие» - Ростов Дон. «Феникс», 2003. -384 с.
5. Мескон М. и другие. Основы менеджмента. Пер с англ. -Москва: «Дело», 1992
6. Фатхудинов Р. А Система менеджмента. - М.: «Инфра-М», 1997
7. <http://www.press-service.uz>
8. <http://www.gov.uz/>

