



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 03 | pp. 468-476 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ В РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ



Дониерова Зухрабону Алишер кизи  
к.э.н. (PhD) ТГЭУ

**Аннотация:** Данная статья рассматривает ключевые факторы, оказывающие влияние на формирование инновационной стратегии в контексте развития промышленных предприятий. Путем изучения этих факторов авторы приходят к выводу, что успешное формирование инновационной стратегии требует комплексного подхода, учитывающего взаимосвязь различных аспектов внешней и внутренней среды предприятия. Эта статья предоставляет полезные рекомендации для менеджеров и руководителей, стремящихся разработать эффективную стратегию инноваций для своих предприятий.

**Ключевые слова:** инновационный подход, инновационная активность, экономика, конкурентоспособность, промышленные предприятия, инновационная модель.

### FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF INNOVATION STRATEGY IN INDUSTRIAL ENTERPRISES DEVELOPMENT

Doniyorova Zukhrabonu Alisher qizi  
(PhD) of the Tashkent State University of Economics

**Abstract:** This paper explores the primary factors influencing the formation of innovation strategy within the context of industrial enterprises development. By examining these factors, the authors conclude that successful innovation strategy formation requires a comprehensive approach that considers the interplay of various aspects of both the external and internal environment of the enterprise. This paper provides valuable recommendations for managers and executives seeking to develop an effective innovation strategy for their enterprises.

**Key words:** innovative approach, innovative activity, economics, competitiveness, industrial enterprises, innovative model.

## SANOAT KORXONALARI RIVOJLANISHIDA INNOVATSIYA STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIR QILADIGAN ASOSIY OMILLAR

Doniyorova Zuhrajonu Alisher qizi  
i.f.n. (PhD) TDIU

**Annotatsiya:** Bu maqola sanoat korxonalarini rivojlanishida innovatsiya strategiyasini shakllantirishga ta'sir qiladigan asosiy omillarni o'rganadi. Ushbu maqola, korxonalar rahbarlari va boshqaruvchilari uchun maqbul tavsiyalarni taklif qiladi, ularning korxonalar uchun samarali innovatsiya strategiyasini rivojlantirishni qidirib topishlariga yordam beradi.

**Kalit so'zlar:** innovatsion yondashuv, innovatsion faoliyat, iqtisodiyot, raqobatbardoshlik, sanoat korxonalarini, innovatsion model.

Инновационная стратегия является ключевым инструментом для успешного развития промышленных предприятий в современном мире. В условиях быстрого технологического прогресса и усиления конкуренции необходимо постоянное развитие и внедрение новых подходов, продуктов и услуг.

Тактика развития и введение новшеств оказывает значительный эффект на производительность современных компаний.

Развитие научно-технической отрасли на сегодняшний день занимает высокую степень значимости, результаты которого оказывают эффект на компании и как итог влияют на образования нового метода управления, направленного главным образом на развитие нововведений в предприятии.<sup>1</sup>

Исходя из задач исследования, важно разработать эффективные методы оценки инновационной деятельности предприятий фармацевтической отрасли и классифицировать факторы, влияющие на этот процесс. На рис. 1 показаны выявленные 3 группы факторов.

---

<sup>1</sup> Галимджанов Р. Ш. Факторы инновационного развития современного промышленного предприятия в условиях глобализации // Концепт. 2014. №4.



**Рисунок 1. Критерии и показатели, отражающие инновационный потенциал предприятий фармацевтической отрасли<sup>6</sup>**

Стоит отметить, что новшества имеют в своем составе такие компоненты как: активный прогресс с использованием самых современных или инновационных методов и продуктов, а также достижение высокого экономического роста и роста конкурентоспособности и результативности<sup>2</sup>

В процессе инновационной деятельности сформировалось множество видов стратегий инновационного развития (рис. 1.2).

<sup>6</sup> Разработка автора.

<sup>2</sup> Надтока Т.Б., Матвеев Н.В. Трансформация маркетинговой деятельности предприятий в условиях цифровой экономики // Вестник института экономических исследований. № 4(8), 2017. – С. 70-77.



**Рисунок 1.2. Стратегии инновационного развития предприятий<sup>3</sup>**

Имеется множество способов организации методов освоения новшеств, развитие компании в новом инновационном направлении (см.рисунок) (революционный и совершенствующийся подход). В процессе использования совершенствующегося метода новейшего прогресса новшества осуществляется введение в пределах улучшения тактики создания продукции, либо технологии создания.

Использование модернизированных методов включают в себя применение новых методов и технологий, которые ранее не были применены, что повышает итоговую эффективность предприятия<sup>4</sup>.

На сегодняшний день для работы компании в нынешних условиях зависит от многих факторов, имеющих прямое воздействие на поставленный новый путь прогресса компании.

В научных трудах имеет множество интерпретаций термина «инновация». Интерпретация новшества может быть, как итог научно-технической работы в той или иной сфере деятельности которых оказывает эффект на повышение продуктивности процесса и его итогов.<sup>5</sup> Стоит отметить, что следует сделать акцент

<sup>3</sup> Разработано автором.

<sup>4</sup> Gary Herzberg. The imperatives for automation success. - <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Operations>

<sup>5</sup> Управление инновационными проектами: учеб. пособие / под ред. проф. В. Л. Попова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 336 с.

на некоторые базовые моменты, которые помогают интерпретировать данное понятие.

Критериями новшества являются<sup>6</sup>:

1. Новшество является улучшением имеющейся технологии или продукта, а также введение абсолютно нового метода либо продукта.

2. Инновация — это поэтапный переход старого к новому (к более результативному и много обещающему).

3. Новшества обязаны обеспечить материальную выгоду и иметь практическое использование.

4. В период инновации социум должен нуждаться в новшествах (необходимость спроса). Таким образом, инновации являются следствием разработки множества изобретений, которые нужны потребителям и которые являются более сложными, чем те, которые доступны сейчас. В результате их применения получение прибыли упрощается.

Наибольшей преградой государства для развития экономики при наличии интеллектуальных ресурсов, достаточного капитала и образованной рабочей силы является несбалансированность в экономике.

*Растущие показатели конкуренции.* Процесс расширения рынков увеличивает степень конкуренции между компаниями. Стоит отметить, что в настоящее время конкуренция на рынке не ограничивается лишь одной страной. Конкуренция за потребителей протекает как внутри страны, так и на мировых рынках, так как в современной реалии для потребителей не играет большой роли страна производителя какого-либо товара<sup>7</sup>. Так, например, товары из Китая могут с уверенностью конкурировать с товарами со стран как Евросоюза, так и Соединённых Штатов Америки.<sup>8</sup>

На сегодняшний день главными критериями для товара являются:

- Грамотное сопоставления цены продукта с его качеством;
- Обслуга грамотного сбыта товара на рынки;
- Гарантия качества и надежности товара;
- Повышенные значения спроса на товар;
- Продукты, являющиеся новшеством на текущем рынке.

Манифестное уменьшение ЖЦ продукта. Стоит отметить, что на сегодняшний день ЖЦ товаров на современном этапе развития науки и техники является очень коротким. Сильнее всего данный факт отмечается в сфере современных технологий, технологий научной деятельности, вычислительные машины и смартфоны производственные базы которых имеют геометрический рост. На сегодняшний день для оптимальной конкуренции компаниям приходится производить и пускать на рынок минимум 3 модели товаров, в то время как в прошлые десятилетия одной

<sup>6</sup> Напфельбаум Э., Бейли Т., Берг П., Кельберг А. (Преимущество производства: почему высокопроизводительные рабочие системы окупаются. – Итака: издательство Корнельского университета, 2000.

<sup>7</sup> Галимджанов Р. Ш. Факторы инновационного развития современного промышленного предприятия в условиях глобализации // Концепт. – 2014. – №4.

<sup>8</sup> Якушев А.А., Дубынина А.В. Инновационная экономика. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 264 с.

модели в год было достаточно. По таким же правилам протекает жизненный цикл различного рода бизнеса.

Уменьшение ЖЦ продуктов для представителя рынка имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Хорошей стороной данного явления является повышенный спрос на новые виды товара, что гарантирует высокие продажи, в то время как негативная сторона заключается в том, что необходимо больше вложений для осуществления качественного анализа рынка и для нахождения оптимального рынка сбыта. Так же стоит отметить вероятность снижения успешности того или иного проекта<sup>9</sup>.

*Увеличение предъявляемых критериев к продукции.* В силу быстрого роста рынка и широкого ассортимента товаров потребители получили возможность выбора между тем или иным товаром. Данное явление стало основой для направления производства на конкретные нужды потребителей, то есть индивидуальные характеристики для того или иного товара осуществляется в массовом производстве без потери качества. В силу широкого влияния интернета на рынки у потребителей появилась возможность производить анализ имеющихся товаров на том или ином рынке, что придает маркетингу изучения рынка более высокое значение<sup>10</sup>.

*Образование сетевых структур с новыми свойствами.* Современная торговля является переходом от вертикальных структур иерархического порядка к сетевой иерархии горизонтального положения.

Самым простым и многообещающим методов конкуренции на рынке является формирование альянсов и соглашений. Простыми словами, это альянс более двух предприятий, осуществляющих свою деятельность на обоюдовыгодных условиях. Петров А.Н. описывает альянсы в современном мировом рынке (см. табл.1)<sup>11</sup>.

Само собой разумеется, что компании нужны веские причины для вступления в альянс. Отсутствие альтернатив обычно является ключевым мотиватором. Простыми словами, для достижения цели необходимы союзники<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> Якушев А.А., Дубынина А.В. Инновационная экономика. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 264 с.

<sup>10</sup> Gary Herzberg. The imperatives for automation success.- <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Operations>

<sup>11</sup> Петров А. Н. Стратегический менеджмент. – СПб: Питер, 2008. – С. 464.

<sup>12</sup> Техов А. В. Факторы развития промышленных предприятий // Вестник ВУиТ. – 2013. – №1 (27).

Таблица 1

Типы альянсов<sup>13</sup>

Типы альянсов	Примеры стратегических альянсов предприятий
Совместное ведение рекламной компании	American Express и ToyR'US (совместные действия в области телевизионной рекламы и продвижения товаров)
Партнерство в области научно-исследовательских разработок	Cytel и Sumiton o Chemicals (альянс с целью разработки следующего поколения биотехнологических препаратов)
Соглашение о передаче в пользование системы сервиса	Cigna и United Motor Works (соглашение об оказании финансовой помощи)
Совместное использование системы распределения продукции	Nissan и Volkswagen (Nissan продает продукцию Volkswagen в Японии, последний – продукцию партнера в Европе)
Передача технологий	IBM и Apple Computers (соглашение о разработке операционных систем)
Совместное участие в тендерах	Boeing, General Dynamics и Lockheed (совместные действия, приведшие к победе в конкурсе на производство модернизированного тактического истребителя)
Совместное производство	Ford и Mazda (разработка и производство аналогичных машин на одних и тех же производственных и сборочных линиях)
Совместная разработка естественных ресурсов	Swott Chemical Co, Texasgult, RTZ и US BORAX (совместное предприятие по добыче ископаемых в Канаде)
Внутрикорпоративное отделение (создание дочерней компании)	Cummins Engine и Toshiba Corporation (создание новой компании для разработки и маркетинга продукции из нитрида кремния)
Обмен лицензиями	Hottman-Laroche и Glaxo (заключение соглашения о продаже на территории США производственного препарата "Zantac")

Для формирования альянса имеется ряд причин таких как:

- Гарантия приобретения технологии и/или преимуществ производства;
- Возможность торговли на новый в том числе и на закрытых рынках;
- Уменьшение угрозы политического и финансового характера;
- Увеличение конкурентоспособности выпускаемого товара.

Увеличивается вероятность того, что продукты будут скопированы и имитированы. Более чем когда-либо современные предприятия располагают техническими средствами для копирования и изменения характеристик и преимуществ товаров своих успешных конкурентов.

Подорожание товаров на рынке неизбежно в силу наличия таких проблем как: сложность рынка, необходимость в найме третьих лиц, расширение информационной сети и создание новых конкурентов через спиноффов. Для обеспечения защиты товара со стороны государств встает необходимость производства товаров на основании шаблонов, информация о которых имеет в свободном доступе.

Новые компании оказывают равную конкурентоспособность на рынке наравне с основателями того или иного товара, так как производимое качество товаров не уступает качеству товара первоначального создателя данного продукта.

<sup>13</sup> Наппельбаум Э., Бейли Т., Берг П., Кельберг А. Преимущество производства: почему высокопроизводительные рабочие системы окупаются. Итака: издательство Корнельского университета, (2000).

*Учет экологических требований.* В силу наличия быстрого роста промышленности отмечается ухудшение экологического статуса планеты. Нынешняя стадия основывается на повышении осознанности потребителей о необходимости защиты экологии. В силу наличия данных обстоятельств государства вводят ряд критериев для промышленников для соответствия с нормами безопасности как потребителей, так и окружающей среды. Стоит отметить, что несоблюдение данных параметров приводит к ограничениям продукта на рынке сбыта.

*Информационно-коммуникационная среда.* Большое разнообразие актуальной информации, которая может быть полезна при решении той или иной проблемы является главным параметром современного бизнеса. На сегодняшний день Информационно-коммуникационные возможности играют все большую роль для обеспечения стойкой конкурентоспособности компаний.

*Использование инновационных информационно-измерительных систем контроля производственными процессами.* Для производства и освоения новых способов производства, инновационных товаров и услуг критерии которых являются на более высоком уровне необходимо применение систем с квалифицированным контролем, которые дают возможность увеличить точность и достоверность собранных данных измерений имеет решающее значение.

Применение основ и способов управления, предоставленных в данной статье, имеет наибольшую эффективность при разработке стратегического контроля промышленности с инновационным путем развития.

Для начала инновационного развития предприятия необходимо перейти на совершенно иной путь развития во всех отраслях деятельности. Стоит отметить, что само предприятие должно иметь четкое понимание новшества для достижения максимальной результативности.

### **Заключение**

Заключение данного исследования охватывает несколько ключевых аспектов, определяющих важность инновационной стратегии и тактики в современном бизнесе, особенно в промышленных предприятиях, в частности, в фармацевтической отрасли. Первоначально, подчеркивается, что быстрый технологический прогресс и усиление конкуренции требуют постоянного развития и внедрения новых подходов, продуктов и услуг. Инновации играют решающую роль в повышении производительности компаний и их конкурентоспособности. Важно отметить, что разработка эффективных методов оценки инновационной деятельности и классификация факторов, влияющих на этот процесс, являются критическими задачами для успешной реализации инновационной стратегии. Критерии новшества, такие как улучшение существующей технологии, практическое применение и социальная необходимость, определяют успешность инноваций и их влияние на экономику и общество.

В целом, инновационная стратегия и тактика играют определяющую роль в успехе компаний в современном мире, и эффективное их применение является



необходимым условием для развития и выживания в условиях быстро меняющегося бизнес-окружения.

### Список использованной литературы

#### Нормативно-правовые документы

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы» // Национальная база данных законодательства, 29.01.2022 г., № 06/22/60/0082 // <https://lex.uz/>

#### Монографии, статьи в научных сборниках и журналах

2. Акофф Л.Р. Акофф о менеджменте: Пер. с англ. /Л.Р. Акофф. ПИТЕР, 2012. 448 с.
3. Кадыров А. Информационно-инновационное развитие экономики Узбекистана. Академия наук РУз. Т.: Иктисодиёт, 2011.
4. Турсунходжаев М.Л. Разработка механизмов реструктуризации промышленных предприятий. Т.: Фан ва технология, 2012
5. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Пб.: Питер, 2002. 400 с.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер; пер. с нем. В.С.Автономова, М.С.Любского, А.Ю.Чепуренко. М.: Прогресс, 1982. 456 с.
7. Базарова Н.Р. Особенности привлечения инвестиций в регионы Узбекистана.- <https://e-journal.uz/>
8. Карабаева Г.Ш. Перспективы развития инновационных процессов в промышленности Узбекистана // BIZNES-ЭКСПЕРТ. 2020. №5. С.133-136.

Copyright © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

