



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 09 | pp. 196-203 | ISSN: 2181-1865

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

### SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION STRATEGIYALAR SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR



**Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna**

Farg'ona politexnika instituti

Menejment kafedrası dotsenti, iqtisodiyot fanlari doktori

E-mail: nilush1986@bk.ru

**Annotatsiya:** 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 rivojlantirish zarur. Shu bilan birga, innovatsion va sanoat rivojlanishining qonuniyatlarini tushunish uchun muayyan korxonalar va tarmoqlarning innovatsion faoliyatidagi omillarni tahlil qilish juda muhimdir. Shu jihatdan maqolada korxonalarda innovatsion jarayonlar tadqiq etilgan. Sanoat korxonalarida innovatsion strategiyalar samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar tasnifi keltirilgan.

**Kalit so'zlar:** sanoat korxonasi, raqobatbardoshlik, strategiya, innovatsion strategiya, rivojlanish, omillar, korxonalar, innovatsion faoliyat.

#### **Kirish**

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 korxonalariga 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, xavfli bozor pozitsiyasi, raqobatchilarning bosimi, tashqi muhit o'zgaruvchanligi, integratsiya hamda globallashtirish 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.

#### **Mavzuga oid adabiyotlar sharhi**

Korxonalarining innovatsion strategiyasini ishlab chiqishning nazariy va amaliy masalalari ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan ko'rib chiqiladi. Biroq, bozorning dinamikligi va ekzogen omillarning korxonalar rivojlanishiga ta'siri, biznes-jarayonlarning raqamli transformatsiyasining tez o'sishi, shuningdek, milliy iqtisodiyotda innovatsion rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish asosida korxonalarining innovatsion

rivojlanishini ta'minlaydigan uslubiy vositalarni shakllantirish bilan bog'liq fundamental tadqiqotlar hozirda yetarli emas.

Innovatsion faoliyat va uni baholashning nazariy-uslubiy masalalari ko'plab olimlarning ishlarida yoritilgan, jumladan: G.Mensh, E.A.German, V.S.Vinnikov, P.N.Zaxarov, T.P.Levchenko, E.V.Onishchenko, B.Twiss, G.M.Romanova, I.V.Rijov, B.Santo, N.A.Serdyukova, R.A.Fatxutdinov, P.F.Druker, F.Nixon, V.A.Bondarenko, Yu.I.Treshchevskiyalar bu borada izlanishlar olib borishgan.

### **Tadqiqot metodologiyasi**

Ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda induksiya va deduksiya, tahlil va sintez, tarkibiy tahlil, statistik tahlil, abstrakt-mantiqiy fikrlash kabi usullar qo'llanilgan. Maqolaning uslubiy asosi sifatida xorijiy va milliy iqtisodchi olimlarning adabiyot va maqolalari tahlil qilingan.

### **Tahlil va natijalar**

Innovatsion strategiyaning holati va shakllanishiga ko'plab tashqi va ichki omillar ta'sir ko'rsatadi: innovatsion boshqaruv holati, innovatsiyalarni boshqarish tizimi, fundamental va amaliy tadqiqotlar, natijalarni baholash, kashfiyotlar, patentlar, investitsiyalar, korxonaning innovatsion salohiyati.

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 [4].

Hozirgi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida sanoat korxonalari innovatsion rivojlanishining uchta asosiy usuli mavjud:

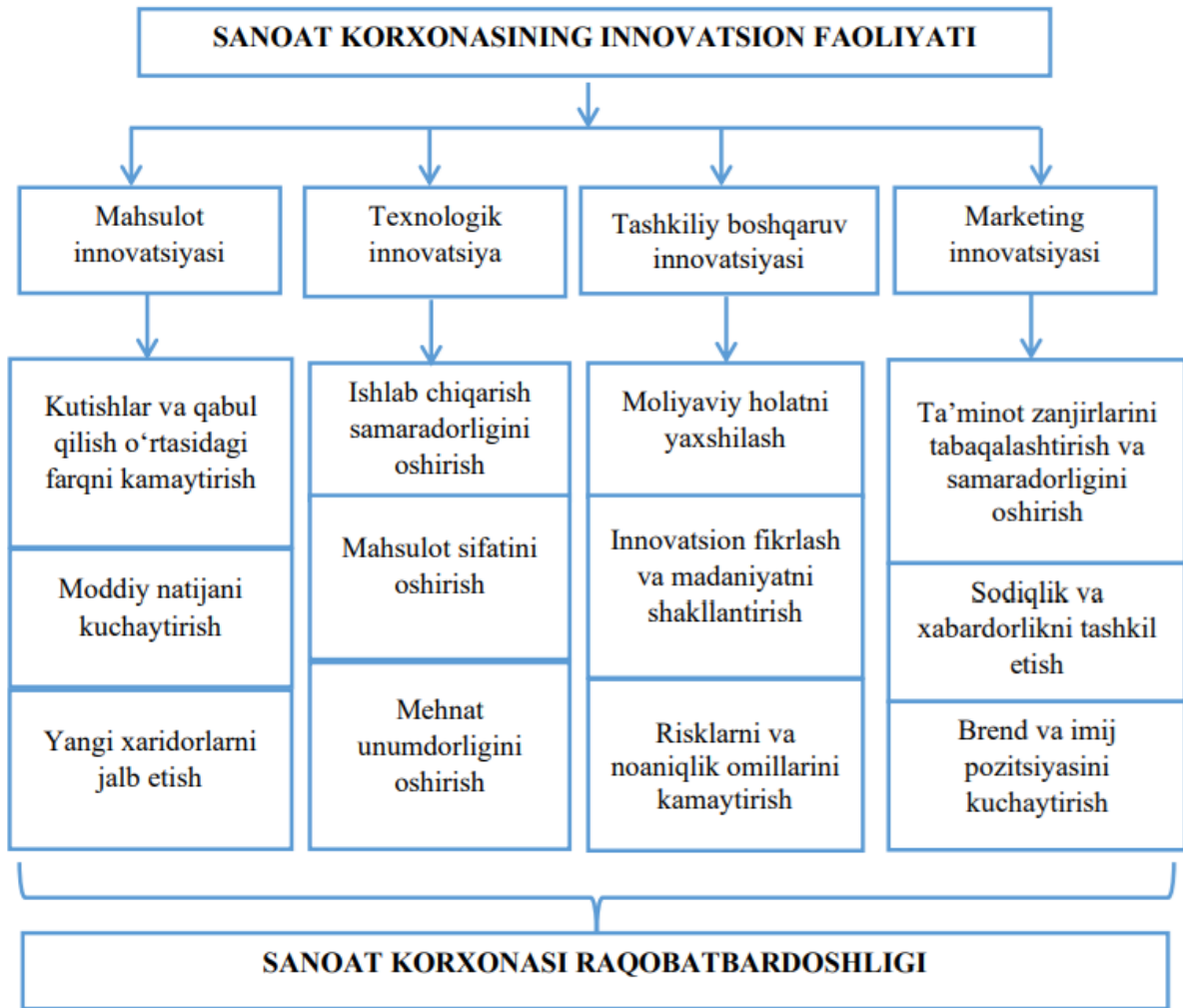
1) sotish kanallarini kengaytirish, bu esa o'z navbatida yangi bozor ulushlarini egallashni, aholini yangi ish o'rinlari bilan ta'minlashni, mijozlar bazasini kengaytirishni o'z ichiga oladi va bularning barchasi birgalikda korxonada daromadlarining oshishiga olib keladi;

2) texnologik rivojlanish, korxonaning ishlab chiqarish sohasidagi salohiyatini yangilash jarayonini ta'minlashga, pirovard natijada mehnat unumdorligini oshirishga, shuningdek, xom ashyo tannarxining pasayishiga olib keladi. Natijada korxonada daromadi oshadi, atrof-muhitga ekologik yuk kamayadi, korxonada ichida innovatsiyalarni joriy etish samaradorligi oshadi;

3) ijtimoiy rivojlanish, shu jumladan ijtimoiy muhitning sifat xususiyatlarining oshishi, bu xodimlar mehnatini tashkil etishning yaxshilanishiga, shuningdek, ushbu sohadagi majburiyatlarga ishonchning ortishiga olib keladi [5].

Sanoat korxonalarining innovatsion rivojlanishining murakkab xususiyati ularning innovatsion faoliyati bilan tavsiflanadi. Innovatsion faoliyat holatning va raqobatbardoshlikning moslashuvchan ko'rsatkichi sanaladi [3].

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]

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 korxonalarining 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) [2].

Sanoat korxonalarining innovatsion strategiyasini shakllantirishning muhim elementi bu jarayonni qo'llab-quvvatlovchi va cheklovchi omillardir. O'z navbatida, omillar prognoz va tahliliy ishlarni amalga oshirish uchun axborot bazasi bo'lib, bu korxonalarining innovatsion rivojlanishi uchun chora-tadbirlarni ishlab chiqish borasida zaruriy shart sanaladi. Omillarni tahlil qilishning strategik yondashuvi ularni innovatsion rivojlanish natijalariga ta'sir qilish darajasiga mos ravishda tuzilishini taqozo qiladi.

Strategik rivojlanish maqsadlariga erishish bo'yicha barcha omillar to'plami bir nechta guruhlariga bo'linadi, ularning ro'yxati va xususiyatlari 1-jadvalda keltirilgan.

### 1-jadval

Innovatsion strategiyalar samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar guruhi va ularning salmoq ulushlari [muallif ishlanmasi]

1		Tashqi muhit omillari, Ai		2		
Iqtisodiy omillar				Siyosiy va huquqiy omillar		
A1	Iqtisodiyotni bozor tomonidan tartibga solinishiga yo'naltirilganlik	0,376		A11	Inflyatsiya darajasi	0,318
A2	Hukumatda lobbilarning namoyon bo'lishi	0,087		A12	Soliq (imtiyozlarning mavjudligi)	0,256
A3	Huquqiy baza	0,250		A13	Iste'molchilarning daromadlari	0,267
A4	Sohani davlat tomonidan tartibga solish (davlat dasturlari)	0,287		A14	Foiz stavkalari (kredit mavjudligi)	0,159
Ijtimoiy omillar				Tabiiy omillar		
A5	Iste'molchilarning ehtiyoji	0,788		A15	Tabiiy resurslarning mavjudligi	0,823
A6	Mahalliy aholi madaniyati	0,212		A16	Logistika tizimi	0,177
Texnologik omillar						
A7	Ilg'or texnologiyalarning mavjudligi	0,378		A9	Mahsulotning yangilanish tezligi	0,156
A8	Ilmiy-texnik infratuzilmaning mavjudligi	0,322		A10	Ilmiy-texnika taraqqiyoti sohasidagi davlat siyosati	0,144
Ichki muhit omillari Bi				Jarayon omillari		
Kadrlar						
B1	Korxonaning ijtimoiy muhiti	0,318		B17	Tashkil etish jarayonlari	0,745
B2	Kadrlar salohiyati	0,408		B18	Ergonomik muhit	0,255
B3	Motivatsiya	0,274				
Infratuzilma omillari				Marketing omillari		
B4	Infratuzilma holati	0,660		B19	Brend imij	0,376
B5	Transport tizimi	0,340		B20	Bozor ulushi	0,256
				B21	Marketing xarajatlari	0,368
Tashkiliy boshqaruv omillari				Raqobatbardoshlik omillari		
B6	Vakolatlarni taqsimlash	0,120		B22	Xom ashyo sifati	0,168
B7	Klasterlarda ishtirok etish	0,340		B23	Jarayonlar sifati	0,351
B8	Sohani davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash	0,360		B24	Mahsulot sifati	0,364

B9	dasturlarida ishtirok etish Korxonani rivojlantirish strategiyasining mavjudligi	0,18	B25	Sifat/narx mutanosibligi	0,117
Samaradorlik omillari			Biznes jarayonlarni raqamlashtirish		
B10	Sotish rentabelligi	0,500	B26	Jarayonlarni raqamlashtirish	0,323
B11	Ishlab chiqarish samaradorligi	0,310	B27	CRM-mijozlar munosabatlarni boshqarish tizimi bilan	0,329
B12	Fond qaytimi	0,190	B28	Ma'lumotlar tahlilini raqamlashtirish	0,348
Moliya ko'rsatkichlari			Innovatsion ko'rsatkichlar		
B13	Avtonomlik darajasi	0,290	B29	Jarayondagi innovatsiyalar	0,356
B14	To'lovga qobiliyatlilik	0,200	B30	Texnik texnologik innovatsiyalar	0,198
B15	Likvidlilik	0,360	B31	Marketing innovatsiyalari	0,265
B16	Aylanma mablag'lar aylanuvchanligi	0,150	B32	Tashkiliy innovatsiyalar	0,297
Investitsion risk omillari					
B33	Ishlab chiqarishni kengaytirish xarajatlari	0,470	B35	ITTKIga xarajatlar	0,150
B34	Loyihani amalga oshirish vaqti	0,124	B36	Zararlar riski	0,256

Ekspert xulosalari umumlashtirilgan holda strategik muqobillarni baholash modeli formulalari shakllantiriladi.

Yakuniy baholash quyidagi formula bo'yicha amalga oshiriladi:

$$S_i = W_{ij}A_i + W_{ij}V_i + W_{ij}K_i + W_{ij}I_i \quad (1)$$

bu yerda:  $S_i$  – innovatsion strategiya varianti;

$W_{ij}$  – omillar guruhi yuki;

$A_i$  – tashqi muhit omillarining kompleks ko'rsatkichi;

$V_i$  – ichki muhit omillarining kompleks ko'rsatkichi;

$K_i$  – raqobatbardoshlik omillarining kompleks ko'rsatkichi;

$I_i$  – 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.

Yangi strategiyani shakllantirishda zaruriy element sifatida xodimlar xizmat qiladi, binobarin, korxonaga jamoasi va xodimlari innovatsiyalarni tatbiq etishda asosiy turtki

bo'ladi 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 korxonasi 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.

Raqobatbardoshlik – bu mavjud raqobatbardosh ustunliklarni rivojlantirish yoki yangi yaratishga qaratilgan o'zaro bog'liq elementlarning yig'indisidir. Raqobatbardoshlik omillari - bu korxonaning bozordagi mavqeini saqlab qolish yoki kengaytirishga imkon beruvchi tarkibiy qismlar. Biznes jarayonlarni raqamlashtirish xaridorlar bilan aloqani yaxshilashga, mahsulot sifatini yanada oshirishga xizmat qiladi, katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash va saqlash, tarqatish imkonini yaratib beradi. Mazkur omillarni boshqarilish nuqtai nazaridan 3 toifadagi guruhga bo'lib ko'rsatish mumkin: boshqarilmaydigan; bilvosita boshqariladigan; bevosita boshqariladigan.

Sanoat korxonasining innovatsion rivojlanish strategiyasiga ta'sir etuvchi omillarni tahlil qilish asosida quyidagi tasniflar shakllandi:

1. Innovatsion rivojlanish strategiyasiga ta'sir etuvchi omillarni tashkil topishiga ko'ra ichki, tashqi qisqa va tashqi uzoq muhit omillariga bo'lish mumkin. Ichki muhit omillariga korxonaning maqsadi, tuzilmasi, xodimlari, texnika-texnologiya kabi mexanizmlar kiradi. Tashqi qisqa muhit omillariga, mol yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, xamkorlar va boshqalar, tashqi uzoq muhit omillariga davlat siyosati, jahon tendensiyalari, raqobatchilarning harakati va boshqalar ta'sir ko'rsatadi.

2. Boshqarilish darajasi bo'yicha esa boshqarilmaydigan, bilvosita boshqariladigan va bevosita boshqariladigan turlariga bo'linadi. Boshqarilmaydigan omillar korxonasi innovatsion rivojlanish strategiyasiga hamda boshqaruv qarorlarini qabul qilinishiga ta'sir o'tkazmaydigan omillar sanaladi. Bilvosita boshqariladigan omillar tashqi omillar ta'siri bilan bog'liq bo'lgan omillar bo'lib, korxonasi innovatsion rivojlanish strategiyasiga ta'siri natijalari boshqaruv qarorlarining qabul qilinishida aks etadi. Bevosita boshqariladigan omillar guruhiga korxonasi innovatsion rivojlanish strategiyasiga ta'sir ko'rsatish natijalari boshqaruv qarorlarining qabul qilinishi bilan bog'liq bo'lgan omillar kiritiladi.

3. Harakat yo'nalishi bo'yicha shartli ijobiy va shartli salbiy yoki qisqa va uzoq muddatli salbiy, qisqa va uzoq muddatli ijobiy omillarga bo'lish mumkin.

4. Boshqaruv predmetiga bog'liqlik darajasi bo'yicha subyektiv va obyektiv omillarga ajratish mumkin.

5. Belgilari bo'yicha: moliyaviy va iqtisodiy omillar, boshqaruv va tashkiliy omillar, marketing omillari, ijtimoiy – siyosiy omillar, xodimlar boshqaruvi omillari, texnologik, intellektual, infrastruktura salohiyatini rivojlantirish omillari, investitsion va innovatsion siyosat, texnik va texnologik omillar, ijtimoiy – psixologik omillar, mahsulot sifati va raqobatbardoshligi omillari kiradi. Bundan tashqari, innovatsion strategiyaning har bir turi strategiyani shakllantirish, boshqarishga ta'sir etuvchi xususiyatlar va omillarga ega.

Bundan tashqari, innovatsion strategiyaning har bir turi strategiyani shakllantirish, boshqarishga ta'sir etuvchi xususiyatlar va omillarga ega.

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 korxonalar rivojlanishining asosiy bosqichlarini belgilashga, tadbirkorlik subyektlari o'rtasidagi munosabatlarni muvozanatda tutishga ko'maklashadi.

Shuningdek, innovatsion faoliyat tahlili korxonada boshqaruv bo'yicha qarorlar qabul qilishda muhim ahamiyatga ega sanaladi.

Innovatsion faoliyat tahlili korxonalar miqyosida tahlil qilish obyekti hisoblansa-da, biroq uning faoliyat doirasi tashqi va ichki omillarga, davlat ahamiyatiga molik investitsiya dasturlarining qabul qilinishiga bog'liq.

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: korxonalar 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).

### **Xulosa va takliflar**

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. 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 shakllantirish va boshqarish jarayoni korxonani strategik boshqarishning an'anaviy modelidan biroz farq qiladi. Birinchidan, innovatsion strategiya korxonaning innovatsion faoliyatiga asoslanadi, bu butun korxonaning optimal ishlashi va rivojlanishi uchun vosita sifatida qaraladi. Ikkinchidan, korxonani strategik tahlil qilishda asosiy e'tibor korxonaning innovatsion salohiyati, innovatsion faollik darajasini baholashga qaratiladi. Uchinchidan, innovatsiyaga yo'naltirilgan korxonaning missiyasi, albatta, innovatsiyalarga sodiqlikni, korxonaning barcha sohalarida innovatsiyalarni joriy etishga yo'naltiriladi. To'rtinchidan, innovatsion strategiyani amalga oshirish

samaradorligi bevosita innovatsion faoliyat bilan bog'liq bo'lgan korxonona faoliyati koeffitsiyentlarini kompleks baholash orqali amalga oshiriladi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar:

Galicia, I. O. What is innovative development? [Text] / I.O.Galicia // Economist that Power. 2003. № 10. p. 32–33.

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.

Головачев В.И. Инновационная сфера как определяющий фактор качества экономического развития / В.И.Головачев В.Н.Рябых С.А.Форофонов // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т. 10. – № 7. – С. 22-31. – EDN UMCJYH.

Морозов Д.И. Принципы инновационного развития предприятия / Д.И.Морозов // Актуальные вопросы экономических наук. – 2010. – № 15 (1). – С. 181–185.

Павлова Е.Г. Инновационный потенциал организации малого и среднего бизнеса / Е.Г.Павлова // Проблемы управления. – 2007. – № 1. – С. 81–88

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

