

САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ УСУЛЛАРИНИНГ ШАКЛЛАНИШИ ВА ЗАМОНАВИЙ ЁНДАШУВЛАР

Нилуфар Абдувахидовна ЮЛДАШЕВА

Доцент

иқтисодиёт фанлари бўйича (PhD) фалсафа доктори

Фарғона политехника институти

Фарғона, Ўзбекистон

Аннотация

Мақолада саноат корхоналарида инновацион жараёнларнинг шаклланишига доир услубий ёндашувлар, уларнинг моҳияти ва инновацион ривожланишда стратегик бошқарувни амалга оширишнинг асосий жиҳатлари кўриб чиқилган. Корхонанинг инновацион фаолиятини баҳолашда стратегик таҳлил усулларида самарали фойдаланиш йўналишлари бўйича таклиф ва тавсиялар келтирилган.

Таянч сўзлар: инновациялар, корхона, инновацион жараён, стратегия, стратегик бошқарув, таҳлил усуллари, элементлар, самарадорлик.

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ РАЗВИТИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ

Нилуфар Абдувахидовна ЮЛДАШЕВА

Доцент

доктор философии по (PhD) экономическим наукам

Ферганский политехнический институт

Фергана, Узбекистан

Аннотация

В статье рассмотрены методологические подходы к формированию инновационных процессов на промышленных предприятиях, их сущность и основные аспекты реализации стратегического управления в инновационном развитии. Представлены предложения и рекомендации по эффективному использованию методов стратегического анализа при оценке инновационной деятельности предприятия.

Ключевые слова: инновации, предприятие, инновационный процесс, стратегия, стратегическое управление, методы анализа, элементы, эффективность.

Корхонада инновацияларни ишлаб чиқиш ва амалга оширишнинг хронологик хусусиятларини бизнесни юритиш шароитида қандай ва қандай ўзгаришлар содир бўлганлиги билан боғлиқ ҳолда, шунингдек, ташқи муҳитнинг ўзгаришига таъсирини ҳисобга олган ҳолда кўриб чиқиш тавсия этилади.

Йирик саноат корхоналарида инновацияларни ишлаб чиқариш ва кўпайтиришга қаратилган биринчи экспериментал ва илмий тадқиқот лабораториялари (R&D бўлинмалари) XIX аср охири ва XX аср бошларида Германия ва АҚШда пайдо бўлган. Шундай қилиб, 1867 йилда Германиянинг БАСФ компаниясида бўйаш технологиясини такомиллаштириш бўйича дунёдаги биринчи саноат лабораторияси очилди. Бироз вақт ўтгач, 1876 йилда Т.Эдисон Нью-Жерси (АҚШ) Менло Паркда илмий тадқиқот лабораториясини яратди, у саноат даврининг корпоратив илмий тадқиқот ишларини бошқариш прототипи ҳисобланади [7]. Шундан сўнг бундай лабораториялар дунёнинг кўпгина корпорацияларида, жумладан 1900 йилда General Electric, 1911 йилда Bell Telephone, 1913 йилда Kodak ва бошқаларда яратила бошланди.

1920 йилга келиб дунёнинг кимё ва электротехника саноатининг деярли барча етакчи концернлари ўзларининг илмий тадқиқот бўлинмаларига эга эдилар (масалан, 1898 йилда Америка саноатида бор-йўғи 139 та тадқиқот лабораториялари фаолият кўрсатган, кейинги 20 йилда 553 та янги лабораториялар қўшилган) [5]. Экстенсив ўсиш омилларидан интенсив ўсиш омилларига эътибор қаратилди, бу эса корхоналарнинг рақобатбардошлиги ва рентабеллигини ошириш имконини берди. Йирик корпорациялар техник ва технологик инновациялар марказларига айланди.

Корхоналарда инновацион ривожланиш усулларининг шаклланиши инновацион жараёнларнинг ривожланиши билан узвий боғлиқдир. Моделларининг мураккаблигига қараб, уларни бошқаришга ёндашувлар ҳам ўзгарди.

В.Миллер ва Л.Морис корхонада илмий тадқиқот ва ишланмалар ривожланишининг тўрт босқичини аниқлайдилар [10]. Улар инновацион жараёнларни амалга ошириш техникаси ва усулларининг мураккаблигига қараб гуруҳланган (1-жадвал).

Корхонада инновацион жараённинг шаклланиш эволюцияси

Давр	ИТТКИ авлод бошқаруви	Инновацион жараёнлар иштирокчилари	Қисқача моҳияти
1900-1950 йиллар	биринчи	Олимлар ва тадқиқотчилар	Илмий тадқиқот ишларини бошқариш, инновацион лойиҳаларни танлаш ва амалга ошириш олимлар томонидан амалга оширилди
1950-1970 йиллар	иккинчи	Олимлар ва тадқиқотчилар ишлаб чиқарувчилар	Корхоналар раҳбариятининг инновацияларнинг ривожланиши учун аҳамияти ҳақида хабардорлиги. Энди компаниялар асосий эътиборни ўзларининг бизнес мақсадларига хизмат қиладиган технологик лойиҳаларга қаратишди.
1970-1990 йиллар	учинчи	Олимлар ва тадқиқотчилар ишлаб чиқарувчилар маркетинглар	Саноат илмий тадқиқот ишларининг ўсиши. Тадқиқот лойиҳалари портфел матрицалари, рақобатдош устунликларни баҳолаш ва ҳаёт айланиши асосида танлана бошлади. Асосий эътибор мижозлар эҳтиёжини қондиришга қаратилган
1990-йиллардан ҳозиргача	тўртинчи	Олимлар ва тадқиқотчилар ишлаб чиқарувчилар, маркетинглар, ҳамкорлар ва харидорлар	Мижозларнинг эҳтиёжлари ва техник имкониятлари бир вақтда ривожланмоқда. Бу ҳамкорликдаги ва ўзаро боғлиқ бўлган таълим жараёни бўлиб, унда реал эҳтиёжлар технологик жиҳатдан мумкин бўлган тушунчалар ва имкониятларни ҳисобга олган ҳолда таҳлил қилинади ва ҳал қилинади.

Нелсон ва Винтер [11] томонидан ишлаб чиқилган фирманинг эволюцион назариясида, шунингдек, таркибий-институционал ёндашув доирасида микро даражада инновацияларни бошқариш фирмаларнинг инновацион стратегияларига, инвестицияларни тадқиқот ва ишланмаларга, инсон капиталини инновацион товарлар ва хизматларга айлантириш қобилиятига боғлиқлиги кўрсатилган.

Инновацион ривожланишни самарали бошқариш учун оқилона ҳаракатлар мажмуасини яратиш, яъни корхона учун инновацион стратегияни ишлаб чиқиш керак. Ҳар бир аниқ корхонанинг индивидуал хусусиятларидан

келиб чиққан ҳолда, барча корхоналар учун стратегик умумий бошқарувга оид инновацион стратегиянинг ягона универсал модели мавжуд эмас.

Инновацион ривожланишни стратегик бошқариш мазмуни ҳам ҳар бир корхонада ўзига хос ифодага эга. Инновацион стратегияни танлаш кўплаб омилларга боғлиқ. Буларга корхонанинг бозордаги ўрни ва унинг ўзгариш динамикаси, ишлаб чиқариш ва технологик салоҳияти ва бошқа бир қатор омиллар киради. Шу билан бирга, инновацион стратегияни ишлаб чиқиш жараёнида риск омилларини ҳам эътибордан четда қолдирмаслик керак.

Корхонанинг инновацион ривожланиш имкониятлари биринчи навбатда корхонанинг инновацион салоҳиятига боғлиқ.

“Инновацион салоҳият” деганда корхонанинг хўжалик фаолиятига янги технологияларни самарали жалб қилиш учун иқтисодий имкониятлари тушунилади. Ушбу имкониятлар инновацион фаолиятни самарали амалга ошириш учун зарур бўлган қуйидаги ресурслар мажмуасини ўз ичига олади: интеллектуал; моддий; молиявий; ходимлар тизими; инфратузилмавий; инновацион фаолият натижаларини яхшилашнинг қўшимча манбалари [2].

Бизнинг ҳолатимизда инновацион салоҳиятни ошириш тенденцияси мавжуд бўлганлиги сабабли, корхонани стратегик бошқариш ўзининг инновацион ривожланиш стратегиясига асосланиши керак.

Стратегик ва рақобатбардош таҳлилни ўтказишнинг энг тўлиқ схемаси К.Фляйшнер ва Б.Бенсуссан томонидан таклиф қилинган [8]. Улар FAROUT тизимини ишлаб чиққанлар. FAROUT таҳлил усуллариининг қисқача мазмуни 2-жадвалда келтирилган (Қаранг 2-жадвал).

Бугунги глобал рақобат иқлими тез ривожланмоқда. Корхоналар доимо олдинда бўлиш ёки рақобат учун асос яратиш учун ўзларини ўзгартиришга мажбур. Бунда улар стратегик ва рақобатбардош таҳлил учун энг яхши воситаларга эга бўлиши керак.

FAROUT бўйича стратегик таҳлил усулларининг самарадорлигини баҳолаш

№	Таҳлил усули	Келажакга йўналтириш	аниқлик	Ресурс самарадорлиги	объективлик	фойдалилик	ўз вақтида бўлиш
1. Стратегик таҳлил усуллари							
1	БКГ матрицаси	3	2	4	3	3	4
2	GE матрицаси	2	3	3	3	3	4
3	Соҳа таҳлили	3	3	4	3	4	3
4	Стратегик гуруҳлар таҳлили	5	2	3	3	5	3
5	SWOT таҳлили	2	3	4	3	4	4
6	Қийматлар занжири таҳлили	2	3	2	4	5	1
2. Рақобат таҳлили ва истеъмолчи таҳлили усуллари							
1	Хатолик нуқталари таҳлили	3	4	5	3	5	5
2	Рақобат таҳлили	4	4	1	5	5	2
3	Истеъмолчи сегментацияси таҳлили	2	3	2	3	5	1
4	Харид қиймати таҳлили	5	3	1	5	5	1
5	Функционал имкониятлар ва ресурслар таҳлили	4	2	5	5	4	5
6	Шахсий имкониятларни ва рақобатчиларни баҳолаш	4	2	5	3	5	2
3. Ташқи муҳитни таҳлил қилиш усуллари							
1	Муаммони таҳлил қилиш	4	3	2	3	4	2
2	STEP таҳлили	4	2	3	2	3	2
3	Сценарий таҳлили	5	4	2	3	4	2
4	Воситачилик таҳлили	4	2	5	3	5	2
4. Ривожланишни таҳлил қилиш усуллари							
1	Таҷриба эгри чизиғини таҳлил қилиш	3	1	3	3	4	3
2	Ўсиш вектори таҳлили	3	3	3	3	4	3
3	Патент таҳлили	5	4	2	4	5	1
4	Маҳсулотнинг ҳаётий цикли таҳлили	2	2	3	3	3	4
5	S-эгри чизиғи таҳлили	5	3	1	2	5	1
5. Молиявий таҳлил усуллари							
1	Молиявий ҳолат таҳлили	1	3	5	5	2	5
2	Стратегик фондларни дастурлаш	5	3	3	3	4	2
3	Ўсиш барқарорлиги таҳлили	4	4	5	4	4	5

FAROUT тизими таҳлил натижалари ҳақиқий бўлиши ва шунинг учун бизнес қарорларини қабул қилувчилар учун қимматли бўлиши керак, улар бир нечта умумий хусусиятларга эга бўлиши керак деган асосга асосланади: келажакка йўналтирилганлик, аниқлик, ресурслар самарадорлиги, объективлик, фойдалилик ва ўз вақтидалик. Ушбу мезонларнинг барчасига

жавоб бермаслик таҳлил натижалари бизнес қарорларини қабул қилувчилар учун аҳамиятсиз бўлишига олиб келади. Ушбу олтита элементнинг ҳар бирини қисқача тавсифлаймиз: future orientation (келажакка йўналтириш); resource efficiency (ресурслар самарадорлиги); objectivity (объективлик); usefulness (фойдалилик); timeliness (ўз вақтида бўлиш).

Future orientation (келажакга йўналтириш). Ўтмиш келажакнинг хавfli ва нотўғри башоратчиси бўлиши мумкин. Бу, айниқса, ҳозирги ёки келажакнинг бугунги бозорда тобора кўпроқ содир бўлаётган ўтмишга деярли алоқаси бўлмаса, жуда муҳимдир. Ахборот истиқболли, ноаниқ келажакка чуқур ва кенг йўналтирилган, хавф-хатарга дош бера оладиган бўлиши керак.

Accuracy (аниқлик). Таҳлилчи юқори аниқликдаги таҳлил натижаларини олиши керак.

Мутлақ аниқликка эришиш назарий жиҳатдан мақсадга мувофиқ бўлсада, амалда кўпинча таҳлилчидан бошқа концептуал ва прагматик тахминлар, шу жумладан FAROUT нинг бошқа беш элементи ўрнига мақбул қарорларини қабул қилишни талаб қилади.

Resource efficiency (ресурслар самарадорлиги). Таҳлил самарали бўлиши учун маълумотлар фақат натижалар қийматидан арзонроқ бўлмаган манбалардан олиниши керак, лекин тўплаш учун жуда кўп вақт талаб қилинмаслиги керак, қарор қабул қилиш талаб қилинганидан ортиқ бўлмаслиги керак.

Objectivity (объективлик). Таҳлилчи ёки ташкилот томонидан келиб чиқадиган нотўғри қарашлар мавжудлигига ишора қилади. Ушбу кенг тарқалган нотўғри қарашларнинг потенциал ҳалокатли характерини минималлаштириш учун маълумотлар оқилона ва тизимли равишда кўриб чиқирилиши ва таҳлил қилиниши керак.

Usefulness (фойдалилик). Номидан кўриниб турибдики, қимматли натижалар қарорнинг муайян контекстида қарор қабул қилувчининг асосий ахборот эҳтиёжларига жавоб бериши керак.

Timeliness (ўз вақтида). Таҳлилчи қанча вақт таҳлил қилиши ташкилотнинг ахборотдан фойдаланишига тўсқинлик қилади ёки ёрдам беради.

Ушбу хусусиятлардан келиб чиқиб, замонавий шароитда стратегик таҳлил механизмларининг самарадорлигини баҳолаш схемасини таклиф қилишган. Шу билан бирга, баҳолаш усуллариининг беш балли тизими жорий этилиб, бунда бир балл энг паст натижага, беш балл эса энг юқори натижага тўғри келади.

Корхонанинг стратегик ҳолатини таҳлил қилиш бўйича кўплаб усуллар мезонлар асосида улардан энг самаралисини танлаш имконини яратади. Шунингдек, амалиётда таҳлилнинг аниқ хулосалар чиқаришга доир мутлақо самарали механизми мавжуд эмас, ушбу ҳолат барча усуллар ва моделлардан биргаликда фойдаланишни тақозо этади.

Ташкилотни режалаштириш босқичи белгиланган ривожланиш мақсадларига эришишга қаратилган чора-тадбирларни белгилаш билан тавсифланган босқичларни ўз ичига олади. Ушбу босқичларда саноат корхоналарини инновацион ривожлантириш стратегиясини шакллантириш жараёнининг асосий босқичлари келтирилган (Қаранг: 1-расм).

Саноат корхоналарини инновацион ривожлантиришнинг мувозанатли стратегиясини шакллантиришнинг асосий босқичларини қуйидагича тавсифлаш мумкин.

1-босқич. Саноат корхонасининг стратегик ривожланишининг мақсадли кўрсаткичларини аниқлаш. Саноат корхонасини ривожлантиришнинг мувозанатли стратегиясини шакллантиришнинг дастлабки босқичи уни ривожлантиришнинг мақсадли йўналишини аниқлашдир. И.М.Ансофф [1], С.Вутон [12], М.Мескон [4], А.А.Томпсон ва А.Ж.Стрикленд [6], В.Д.Маркова ва С.А.Кузнецова [3] каби тадқиқотчиларнинг илмий ишлари таҳлиллари асосида корхоналарнинг стратегик ривожланиши умумий назарий режа мавжуд бўлганда, корхонани

стратегик ривожлантириш жараёнининг бошланишига асос ҳақида аниқ фикр йўқ, деган хулосага келиш мумкин.



1-расм. Саноат корхоналарини инновацион ривожлантиришнинг стратегиясини шакллантиришнинг асосий босқичлари (муаллиф ишланмаси).

2-босқич. Ташқи ва ички муҳитни таҳлил қилиш. Корхона инновацион ривожлантириш бўйича мақсадларни амалга ошириш фақат корхонанинг ташқи ва ички муҳитида зарур ресурслар ва қулай шароитлар мавжуд бўлганда амалга оширилади. Шунга қўра, ташқи ва ички муҳитни таҳлил қилиш вазифаси нафақат ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш вақтида корхонанинг ўрнини белгилаш, балки корхона ва унинг атроф-

муҳитидаги мавжуд имкониятларни ҳисобга олган ҳолда ривожланиш истиқболларини аниқлашдир.

3-босқич. Стратегик инновацион ривожланиш йўналишини аниқлаш ва мувозанатли стратегияни шакллантириш. Саноат корхонасининг ташқи ва ички муҳитини таҳлил қилиш натижасида олинган натижаларга кўра, техник, технологик, ташкилий соҳаларда инновацион ривожланиш талабларидан келиб чиққан ҳолда мақсад ва кўрсаткичларга эришиш учун инновацияларга асосланган ривожланишнинг истиқболли йўналиши ва бошқарув соҳаси белгиланади.

4-босқич. Инновацион лойиҳалар рўйхатини аниқлаш. Ушбу босқичда кўрсатилган стратегик йўналишларнинг ҳар бири (маҳсулот, технологик, ташкилий ва бошқарув стратегияси) доирасида инновацион ривожланиш стратегияси мақсадларига эришиш бўйича чора-тадбирларни амалга оширишга қаратилган инновацион лойиҳалар рўйхати шакллантирилади.

5-босқич. Инновацион лойиҳалар муқобил вариантларни таҳлил қилиш ва мувозанатли ривожланиш стратегиясининг инновацион лойиҳалари портфелини шакллантириш жараёнлари билан боғлиқ.

Ушбу босқичда корхонанинг маълум бир давр учун инновацион ривожланишининг мувозанатини таъминлайдиган шаклланган инновацион лойиҳалар тўпламидан ташкилий-бошқарув, техник ва технологик соҳадаги ривожланиш лойиҳалари ва стратегик ривожланишни бошқариш тизими эҳтиёжларига мувофиқлиги нуқтаи назаридан танлов амалга оширилади.

6-босқич. Инновацион ривожланишнинг бизнес жараёнларини моделлаштириш. Шаклланган инновацион лойиҳалар портфели асосида уларни амалга ошириш босқичлари ва кетма-кетлиги мантиқийлик ва изчиллик, вақт ва ресурсларнинг мавжудлиги бўйича тақсимлаш, синхронлик, динамизм, ишлаб чиқаришдаги ўзгаришларнинг мақбуллиги шартларини бажариш, бошқарув соҳаси, белгиланган ривожланиш мақсадига эришишга ҳисса қўшиш нуқтаи назаридан белгиланади.

7-босқич. Мувозанатли стратегияни ишга тушириш ва амалга ошириш учун ташкилий чора-тадбирларни режалаштириш. Ўзининг табиати ва мазмунига кўра, корхонанинг инновацион ривожланишининг мувозанатли стратегиясини ташкилий ва бошқарув инновациясига киритиш мумкин, чунки у ривожланиш стратегиясини шакллантириш ва амалга оширишда янги ёндашувга асосланиб, мезон ва тамойиллар билан белгиланади. Шунга кўра, стратегияни амалга ошириш ташкилий ва бошқарув инновацияларини амалга ошириш тамойиллари ва қоидаларига, уларнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилиши керак.

8-босқич. Корхонани ривожлантириш стратегиясини амалга ошириш учун назорат занжирини шакллантириш. Ушбу босқич корхона фаолияти соҳаларида Концепцияга мувофиқ корхонанинг инновацион стратегиясига оид инновацион лойиҳалар иштирокчилари ва менежерларининг функциялари ва ваколатларини тақсимлаш, ривожланиш жараёнларини амалга оширишни бошқаришда ролларни белгилаш, иерархияни аниқлаш ва инновацион лойиҳаларни амалга оширишни бошқариш тузилмасини шакллантириш бўйича фаолиятни ўз ичига олади.

9-босқич. Корхонанинг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш ва уни ички ҳужжат айланиши регламентида бирлаштириш. Ушбу босқич ички ҳужжат айланиши тизимида корхонани ривожлантиришнинг шаклланган стратегиясини белгилашга қаратилган.

Ривожланиш стратегияси учун ички меъёрий ҳужжатлар тўпламининг асосий таркибий қисмлари сифатида қуйидагилар тақлиф этилади (Қаранг: 2-расм).



2-расм. Саноат корхоналарини ривожлантириш стратегияси меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг таркиби (муаллиф ишланмаси).

Корхонанинг инновацион ривожланиш стратегиясини шакллантириш жараёнининг босқичларини амалга ошириш кенг қўламли усуллар, технологиялар ва воситаларни қўллаш билан бирга бажарилади. Шу билан бирга, илмий-амалий ишлар таҳлили шуни кўрсатадики, ҳозирги вақтда инновацион ривожланиш стратегиясини шакллантириш ва амалга ошириш билан боғлиқ масалалар ҳам, техник-технологик соҳадаги нисбатан инновацион лойиҳалар ҳам чуқур ўрганилмоқда. Шунга қарамай, ташкилий-бошқарув инновацияларига асосланган стратегик ривожланиш алгоритми етарли даражада ишлаб чиқилмаган. Саноат корхонасининг техник, технологик, ташкилий ва бошқарув соҳасидаги оптимал, мувозанат ва самарадорлик нуқтаи назаридан инновацион лойиҳалар тўпламини аниқлаш услубий воситалар мажмуасини тегишли равишда ишлаб чиқишни талаб қилади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Ансофф И.М. Новая корпоративная стратегия / И.М. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Баранчеев В.П. Управление инновациями [Текст]: учебник / В. П. Баранчеев. – Москва: Юрайт, 2011. – 711 с.
3. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций / В.Д.Маркова, С.А. Кузнецова. – Москва: Инфра-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000. – 288 с.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Москва: Дело, 1997. – 704 с.
5. Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет [Текст] / Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН ; Ред. И. С. Королев. – Москва: Экономистъ, 2003. – 603 с.
6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – Москва: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
7. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия [Текст] / А.А. Трифилова. – Москва: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
8. Фляйшнер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан. – Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – С. 44–50.
9. Coriat, B., Weinstein, O. (2002). Organizations, firms and institutions in the generation of innovation. Research Policy. – №31. P.p. 273-290.
10. Miller, W. Forth Generation R&D. Managing Knowledge, Technology and Innovation [Text] / W. Miller, M. Langdon. – John Wiley & Sons, Inc., 1999. – 335 p.
11. Nelson, R.R., Winter, S.G. An Evolutionary Theory of Economic Change. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1982. – 454 p.

12. Wootton, S. Strategic Planning: The Nine Step Piosramme / S. Wootton. T.
Home. – Kogan Page, 1997