

11 Mavzu: Innovatsiya va innovatsion menejment

Reja:

- 1 Innovatsiya tushunchasi va unga berilgan ta'riflar
- 2 Korxonalarda innovatsiya jarayonini boshqarish
- 3 Innovatsion menejmentni boshqarish

Kalit so'zlar: Innovatsiya, Ilmiv (ilmiv-texnik) muammo, Ilmiv mavzu, Innovatsion dastur, Innovatsion faoliyat, Innovatsion infrastruktura, Innovatsion kontur, Innovatsion muhit, Innovatsion salohiyat, Innovatsion xavf-xatar

Foydalangan adabiyo'llar.

Asosiy adabiyo'llar

1. Samatov G'.A., Rustamova I.B., Sheripbayeva U.A. Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti va menejmenti. - T.: 2012. - 346 b.
2. Umrzoqov O'.P., Toshboyev A.J., Rashidov J., Toshboyev A.A. Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti va menejmenti: o'quv qo'llanma. - T.: Iqtisod - moliya, 2008. - 268 b.
3. Qosimova D.S. Menejment nazariyasi: o'quv qo'llanma. - T.: TDIU, 2009. - 208 b.

Xorijiy adabiyo'llar:

- 1 Charles W. L. Hill, Steven L. McShane. Principles of Management. 13th ed. ISBN 978-0-07-353012-3. -New York, 2008. -529 p.
- 2 Richard L.Daft. Management. 12th ed. ISBN 978-1-285-86198-2. - Boston, 2016. - 798 p.
- 3 Rickky W. Griffin. Fundamentals of Management. 8th ed. ISBN 978-1-285-84904-1. -Texas, 2016. - 547 p.
- 4 Ronald D. Kav, William M. Edwards, Patricia A.Duffv. Farm management. - 6th ed. ISBN 978-0-07-302829-3 - ISBN 0-07-302829-0. - New York, 2008. - 463 p.

Oo'shimcha adabiyo'llar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 vil 22 oktyabrdagi "O'zbekistonda fermerlik faolivatini tashkil qilishni vanada takomillashtirish va uni riojlantirish chora- tadbirlari to'g'risida"gi PF-4478- sonli Farmoni.
2. Nazimov S., Eshonxo'jayev D. Qishloq xo'jaligida menejment. Namangan, NamMPI, 2001.
3. Taraxtiyeva G.K. Innovatsion menejment. -T.: Fan va texnologiya, 2013. - 208 b.

Internet savtlari

- 1 www.samqxi.uz - Samarqand qishloq xo'jalik instituti veb-sahifasi
- 2 www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Oonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
- 3 www.uzreport.com - Axborot agentligi.
- 4 www.agro.uz - O'zbekiston Respublikasi Qishloq va suv xo'jaligi vazirligi.

1 Innovatsiya tushunchasi va unga berilgan ta'riflar

Innovatsiya nazariyasining rivojlanishiga asos solgan olim avstriyalik iqtisodchi Y.A.Shumpeter hisoblanadi. Mutaxassislar fikriga ko'ra aynan ushbu olim birinchi bor innovatsiya tushunchasini ilmiy asoslab bergan. Y.A.Shumpeter ilgari surgan g'oyaga ko'ra, joriy etilgan har qanday yangi texnik qaror, texnologiya, ishlab chiqarishni tashkil etish, yangi bozorlarning tarkib topishi, xomashyolar manbai innovatsiya hisoblanadi.

Y.A.Shumpeter o'zining konsepsiyasini «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi» nomli kitobida atroflicha yoritgan. Ushbu konsepsiya dinamik xarakterga ega bo'lib, doimiy tebranish xususiyatiga egadir. Shu bois ushbu tebranish ilgarilab boradigan rivojlanishni ta'minlaydi. Uning ta'kidlashicha kon'yunktura tebranish manbai, tadbirkorning innovatsion faolligi hisoblanadi.

Tebranish sababini tadqiqot etish asosida Y.A.Shumpeter birinchilardan bo'lib, iqtisodiy fanga ishlab chiqarish omillari sifatida «yangi kombinatsiya» tushunchasini kiritdi va uning tavsifnomasini berdi. Unga quyidagilar kiradi:

- iste'molchilarga ma'lum bo'lmagan moddiy ne'matni yaratish yoki yangi u yoki bu ne'matni ishlab chiqish;
- tegishli tarmoqqa yangi hali ma'lum bo'lmagan ishlab chiqarish usulini joriy etish (uning asosini ilmiy yangi kashfiyot usulidan foydalanib yaratilgan tovar tashkil etadi);
- bozorning avval mavjudligi va mavjud emasligidan qat'iy nazar tegishli tarmoqda mutlaqo yangi sotish bozorini o'zlashtirish;
- yangi xomashyo yoki yarim fabrikat manbalarini topish (ushbu manba oldin ma'lum bo'lishi yoki uni yaratish imkoni bo'lishidan qat'iy nazar);
- boshqa korxonalarining monopol holatiga qarshi kurashish uchun korxonani tarkibiy qayta tuzish.

Olim tomonidan taklif etilgan ushbu turkumlarning bosh mezoni yangilik hisoblanadi, ya'ni aniq yangilikning ahamiyatli darajasiga yoki uning umumiy holatiga xolisona baho berish, tebranish kon'yunkturasining o'zaro ta'siri, aloqasi, xizmat ko'rsatish muddati, amplitudasini aniqlab bermog'i lozim.

Ammo innovatsiya tushunchasi ilmiy bilimlarning boyishi va murakkablashuvi va hozirgi zamon ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyati sharoitida qator sifat o'zgarishlariga ega bo'ldi. Ushbu holat har bir sanoat tarmog'ining o'ziga xosligi bilan bevosita bog'liq bo'lgan innovatsiyaning betakrorligi bilan izohlanadi.

Xorijiy va mamlakatimiz olimlari olib borgan ilmiy ishlar shundan dalolat beradiki, iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchi ilmiy-texnik taraqqiyot

(ITT), ya'ni minimal xarajatlar qilib, ijtimoiy ehtiyojni qondirishning yangi manbalarini topishga yo'naltirilgan innovatsion to'xtovsiz jarayon hisoblanadi.

Korxonaning barqaror rivojlanishi va strategik faoliyati innovatsion siyaga qaratilmog'i lozim. Aks holda korxonada nafaqat tashqi bozorda balki ichki bozorda ham o'zining raqobatbardoshlik qobiliyatini saqlab qola olmaydi.

Istiqbolda korxonalarining innovatsion yo'nalishlari quyidagilar bo'lishi lozim:

- innovatsion jarayonlarni boshqarishning yangi usullari va yondoshuvlari asosida innovatsiyani joriy etish mexanizmlarini takomillashtirib borish;
- iqtisodiyotning muhim tarmoqlari va korxonalarini rivojlan-tirishning ustuvor yo'nalishlariga qaratilgan loyihalar uchun katta hajmdagi investitsiyalarni jalb qilish va yangi mahsulotlarni yaratish;
- innovatsiya davrining barcha bosqichlari bo'yicha ishlab chiqarish - tadbirkorlik faoliyatini jadallashtirish;
- korxonalarining barcha ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyati yo'nalishlarida axborot texnologiyalaridan keng miqyosda foydalanish.

Mamlakatimiz neft gaz sanoatini rivojlantirishda ularning innovatsion faoliyatiga xos jihatlarni quyidagilar bilan izohlash mumkin: yirik korxonalarining innovatsion ko'rsatkichlari kichik korxonalarinikiga nisbatan bir muncha yuqori. Buning asosiy sababi yirik korxonalarining texnologik bazasi, barcha yo'nalishlarda kadrlarning malakaviy va kasbiy tayyorgarligi yuqori, katta hajmda investitsiyalarni jalb qilish hamda yangi texnika va texnologiyalarni xarid qilish imkoni yuqori bo'ladi. Shu bilan birga faoliyati innovatsiyaga yo'naltirilgan xodimlarni rag'batlantirish uchun yetarli moliyaviy mablag'ga ega bo'ladi.

Rivojlangan mamlakatlarda innovatsiyadagi faol yo'nalish bo'yicha kichik firmalar, ya'ni venchur korxonalarini shug'ullanadi. Ular mustaqil ravishda yoki yirik kompaniyalar tarkibida faoliyati cheklangan korxonada ish olib boradi. Aksariyat kichik korxonalar moliyaviy, tashkiliy hamda kadrlar sohasida yirik kompaniyalarga yoki korxonalariga nisbatan imkoniyatlari cheklangan bo'lib, ularning asosiy vazifasi bozor infratuzilmasini ushlab turish hisoblanadi. Bu yerda innovatsion rivojlanishning umumiy qonuniyatlari quyidagilarda namoyon bo'ladi: innovatsiyani o'zlashtirish bo'yicha samara barcha korxonalarda deyarli bir xil bo'lishiga qaramasdan yirik korxonalarda innovatsion faoliyat faolligi uchun nisbatan yetarli resurs imkoniyatlarining mavjudligi.

Ammo ushbu nisbatni yirik korxonalar uchun ijobiy, kichik korxonalar uchun esa salbiy deb qarash ham noto'g'ri bo'lardi. To'g'ri mo'ljalni olish uchun dastlab quyidagi taqqoslama ma'lumotlarga e'tiborni qaratish maqsadga muvofiq:

- korxonaga joriy etiladigan innovatsion loyihaning xavf-xatar darajasiga;
- loyihani joriy etish muddati va yaqin kelajakda hamda uzoq muddatda

olinadigan foyda;

- boshqaruvning korporativ mintaqaviy va davlat darajasida innovatsion muammolarni echishning muhimligi va ahamiyatlilik darajasi.

Innovation so'zi inglizcha bo'lib, yangilikning kiritilishi degan ma'noni anglatadi. Iqtisodiy adabiyotlarda I.A.Shumpeter tomonidan berilgan konsepsiyasiga asoslanadi:

- innovatsiya - uning tadbirkorlik faoliyatida ilk bor qo'llanilish;

- diffuziya - innovatsiyaning keng tarqalishi.

Xalqaro amaliyotda innovatsiya:

- birinchidan ilmiy-texnik natijasi;

- ikkinchidan yangi usullar, tashkiliy-boshqaruv shakllari, texnologiya, texnikani yaratish va uni joriy etish;

- uchinchidan, ilmiy-tadqiqot va konstruktorlik ishlarini tashkil etish tushuniladi.

Korxonalarda innovatsion jarayonlarni boshqarish maqsadi va vazifalardan kelib chiqqan holda ushbu konsepsiyani quyidagi integratsion ko'rinishda izohlash mumkin:

- g'oyalarning integratsiyalashuvi + muammo yechimi + kashfiyot;

- kashfiyot + joriy etish -----► innovatsiya;

- innovatsiya + diffuziya -----► iqtisodiy foyda.

Shunday qilib, innovatsiya - yangi g'oyalarning integratsiyasi tufayli modernizatsiya, yangi jarayonlarni, mahsulot, xizmat turini yaratish imkonini beradigan korxonaning texnologik rivojlanishini ta'minlaydi. Amaldagi yoki rejalashtirilgan faollikni optimallashtirish, doimiy yangilanish orqali korxonada tijorat faoliyatida yangi g'oya va ilmiy-texnika tadbirlarini joriy etishni maqsad qilib qo'yadi.

Innovatsiya dastlab ijtimoiy-iqtisodiy tushuncha. Uning mezonini iqtisodiy va ijtimoiy muhitni ya'ni iste'molchilar hulq-atvorini, ishlab chiqaruvchilarni, alohida fuqarolarni o'zgarish jarayonidir.

Mana shunday interpretatsiya ko'rinishida innovatsiya texnik, loyiha, ishlab chiqarish, boshqarish va tijorat faoliyatini o'z ichiga oladi. Dastlabki tijorat jarayonida yangi yoki modernizatsiyalashgan jarayonni o'zida aks ettirib, texnik va axborotlar vositasi, tizimi, uskuna va jihozlar, xizmatlardan foydalanishni talab etadi.

2 Korxonalarda innovatsiya jarayonini boshqarish

Korxonalarining barqaror rivojlanishi iqtisodiy o'sishning muhim muammolaridan biridir. Keskin raqobat hukm surayotgan hozirgi sharoitda korxonalar barqaror rivojlanishsiz faoliyat yuritib olmaydi.

Boshqarish nazariyasida odatda barqaror tizim to'g'risida korxonaning

barqarorligini saqlab qolish yoki uning faoliyatiga tashqi muhit ta'sirining sezilarli emasligi tushuniladi.

Iqtisodchilar barqarorlikni aholi bandligi va yuksak iqtisodiy o'sishga asosiy e'tiborni qaratadi. Sotsiologlar jamiyat ehtiyojini qondirishni asos qilib olishadi. Ekologlar atrof muhitga yetkazilgan zararni hisobga oladi.

Alohida olingan korxonalar miqyosida barqaror rivojlanish to'g'risida qator ta'riflar mavjud bo'lib, ularda joriy yilda va istiqbolda ehtiyojlarni qondirish uyg'unligiga asosiy e'tibor qaratiladi.

Rivojlanish - bu dinamik kategoriya bo'lib, beqaror holatning mavjudligini taqozo etadi.

Iqtisodiy tizimni o'rganuvchi mutaxassislar ilmiy ishlarida barqarorlik holati kam uchraydi va u uzoq vaqt davom etmaydi. Shu bois barqaror rivojlanishni korxonaning belgilangan yashash qobiliyatini saqlab qolishga yo'naltirilgan doimiy rivojlanishni qo'llab-quvvatlovchi va uni tartibga solib turuvchi jarayon deb tushunmoq lozim.

Korxonaning barqaror rivoji - uzoq vaqt davomida uning rentabelligini ta'minlagan holda harakatdagi resurslar majmuidan samarali foydalanish, institusional, ekologik, texnologik, sotsial va boshqa cheklanishlar doirasida strategik rivojlanish qarorlarini qabul qilishni talab etadi. Bu o'z navbatida korxonaning tashqi, ichki sharoitlarga va omillarga moslashishi zarurligini taqozo etadi.

Korxonalarining barqaror rivojlanishi uning maqsadli yo'nalishi bilan uzviy bog'liq bo'lishi lozim. Agar korxonaning maqsadi jahon bozoriga chiqish va unda o'z o'rniga ega bo'lish bo'lsa, barqaror rivojlanishning moliyaviy, iqtisodiy, texnik, texnologik va ijtimoiy- ekologik ko'rsatkichlariga (foyda, investitsiya, sotish hajmi, texnologik daraja, innovatsiya va madaniy salohiyat va boshqalar) asosiy e'tiborni qaratmog'i va dunyo miqyosida yetakchi korxonalar qatoridan joy olishga intilmog'i lozim.

Umuman olganda korxonaning barqarorligi - uzoq vaqt davomida investitsiya yoki kapital samaradorligini saqlab qolgan hamda iqtisodiy, ekologik, ilmiy-texnik, institusional cheklanishlarga amal qilgan holda u yoki bu tashkiliy-texnik qaror qabul qilish imkonini bermog'i lozim.

Korxonaning barqaror rivojlanishi biron bir ko'rsatkich orqali uning umumiy holatini ko'rsatishi mumkin. Barqarorlik tushunchasining ko'p qirrali, turfa xil ko'rsatkichlardan foydalanishni taqozo etadi. Masalan neft-gaz kompaniyasining vertikal integratsiya asosida barqaror rivojlanishi uning tarkibiga kirgan alohida korxonalar manfaatiga mos tushmasligi mumkin. Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalashning mintaqaviy, tarmoq va boshqa yo'nalishlari kompaniyaning barqaror o'sishini ta'minlashi ham mumkin, ba'zida esa uning

manfaatiga mos kelmasligi ham mumkin. Shu bois kompaniyaning innovatsiyaga asoslangan barqaror o'sish strategiyasini ishlab chiqishda, uning tarkibiga kirgan korxonalar, ularning bo'linmalari manfaatini hisobga olish maqsadga muvofiq.

Korxonaning barqaror rivojlanishi murakkab jarayon bo'lib, ishlab chiqarish, texnologik innovatsiya, investitsiya, moliya va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Korxonalar barqarorligining namoyon bo'lishi tarmoq raqobati hisoblanadi. Tarmoq raqobati korxonalar raqobatini o'zida aks ettirib, sotish bozori raqobatini hamda asosiy ishlab chiqarish resurslari bo'yicha raqobatni o'z ichiga oladi.

Korxonada texnik va tashkiliy jarayonni rag'batlantiruvchi omillar hamda sharoitlar to'g'risida gap ketar ekan raqobatga alohida e'tiborni qaratish maqsadga muvofiq.

Raqobatbardoshlik korxonaning sifat ko'rsatkichi bo'lib, unga erishish uchun quyidagilarni amalga oshirish lozim bo'ladi:

- iste'molchilar ehtiyoji (hozirgi va istiqboldagi) dinamikasini o'z vaqtida oqilona baholash;

- ishlab chiqarishni tashkil etish natijasida iste'molchilar kutayo'lgan mahsulot turi va sifatni (baho, xavf-xatar, kafolat, xizmat ko'rsatish, iste'mol va marketing bo'yicha) yaratish;

- innovatsiya jarayonlari va texnologiyalarni hisobga olgan holda ishlab chiqarish, marketing va boshqa strategiyalarni samarali tashkil etish va hayo'lga tadbiq etish;

- xarajatlarni kamaytirish uchun sharoit yaratish;

- texnologik ustunlikni ta'minlash uchun jahon miqyosidagi texnologik darajaga erishish va uni saqlab qolish;

- kadrlarning boshqarish salohiyatini yuqori darajada saqlab qolish.

Umuman olganda korxonaning raqobatbardoshligi menejment salohiyati orqali namoyon bo'ladi va iste'molchilar, xomashyo yetkazib beruvchilar, sheriklar va raqobatchilar bilan samarali iqtisodiy aloqani amalga oshirishni talab etadi.

Raqobatbardoshlik korxonalar faoliyatining barcha jabhalarini o'z ichiga oladi. Ayniqsa mikroiqtisodiy ko'rsatkichlarni hisobga olib, ijtimoiy-siyosiy, ekologik talablarning bajarilishini, korxonaning barqaror o'sishini ta'minlaydi.

Yuqorida qayd etilgan shart-sharoitlarning har xil birikmasi imkoniyatlaridan to'laroq foydalanish o'z navbatida:

- iste'molchilar ehtiyojini yaxshiroq qondirish va korxonalar daromadining o'sib borishini ta'minlaydi;

- iqtisodiy samaradorlikning muntazam o'sib borishiga zamin yaratadi;

- tashqi muhit o'zgaruvchanligi sharoitida ichki rivojlanish omillaridan samarali foydalanish hisobiga korxonaning moslashish imkoniyatlari oshadi.

Natijada uzoq kelajakda korxonaning strategik maqsadi va hozirgi innovatsiya salohiyatini saqlab qolgan holda yuqori raqobatbardoshlik afzalliklari ta'minlanadi.

Sharoitlar o'rtasidagi o'zaro aloqa shundan dalolat beradiki, korxonaning raqobatbardoshlik afzalliklarini ta'minlash bilan birga uning strategik maqsadi va hozirgi innovatsiya salohiyatini saqlab qoladi. Korxonaning raqobatbardoshlik afzalligi o'z navbatida uning samarali hamda bozor sharoitini hisobga olgan holda shakllanish imkonini beradi.

Iste'mol bozorining o'zgaruvchanligi bozor iqtisodiyotiga xos ijtimoiy-iqtisodiy jarayon bo'lib, korxonalar ushbu jarayonga moslashishi zarur, ya'ni ishlab chiqarilayo'lgan mahsulotni iste'mol bozori talablariga mos ravishda takomillashtirib borishi yoki yangi mahsulot turlarini ishlab chiqishi lozim bo'ladi. Ushbu holat korxonalarining innovatsiya faoliyatini jadallashtirish asosida uning raqobatbardoshlik qobiliyatini saqlab qolish va bozorda o'z o'rnini egallash imkonini beradi.

Korxonalarining innovatsiya asosida rivojlanishini innovatsiya jarayonlarini tashkil etish samaradorligi bilan bog'lash maqsadga muvofiq. Innovatsiya jarayonlarini samarali tashkil etish, korxonani barqaror rivojlantirish omili sifatida qaraladi.

Amaliyotda strategik menejmentning barcha bosqichlari innovatsiyani, aniqrog'i uning tarkibiy qismlarini o'z ichiga olgan bo'lib, innovatsiyani boshqarish esa strategik menejmentning muhim yo'nalishi sifatida qaralgan.

Korxonaning innovatsiya asosida rivojlanishi uning to'rtta bir-biri bilan uzviy bog'langan sohaslarida o'z aksini topadi. Xususan, tashkiliy, tizimli, loyihali va operatsiyalar bo'yicha boshqarish.

Tashkiliy sohada - sifatni boshqarish dasturini amalga oshirish, mintaqaviy bo'linmalarni yaratish, axborot resurslaridan foydalanishda zamonaviy usullarni qo'llash evaziga boshqarish samaradorligiga erishish.

Loyihalash sohasida - loyihalarni xalqaro talab darajasida boshqarishni o'zida aks ettiradi.

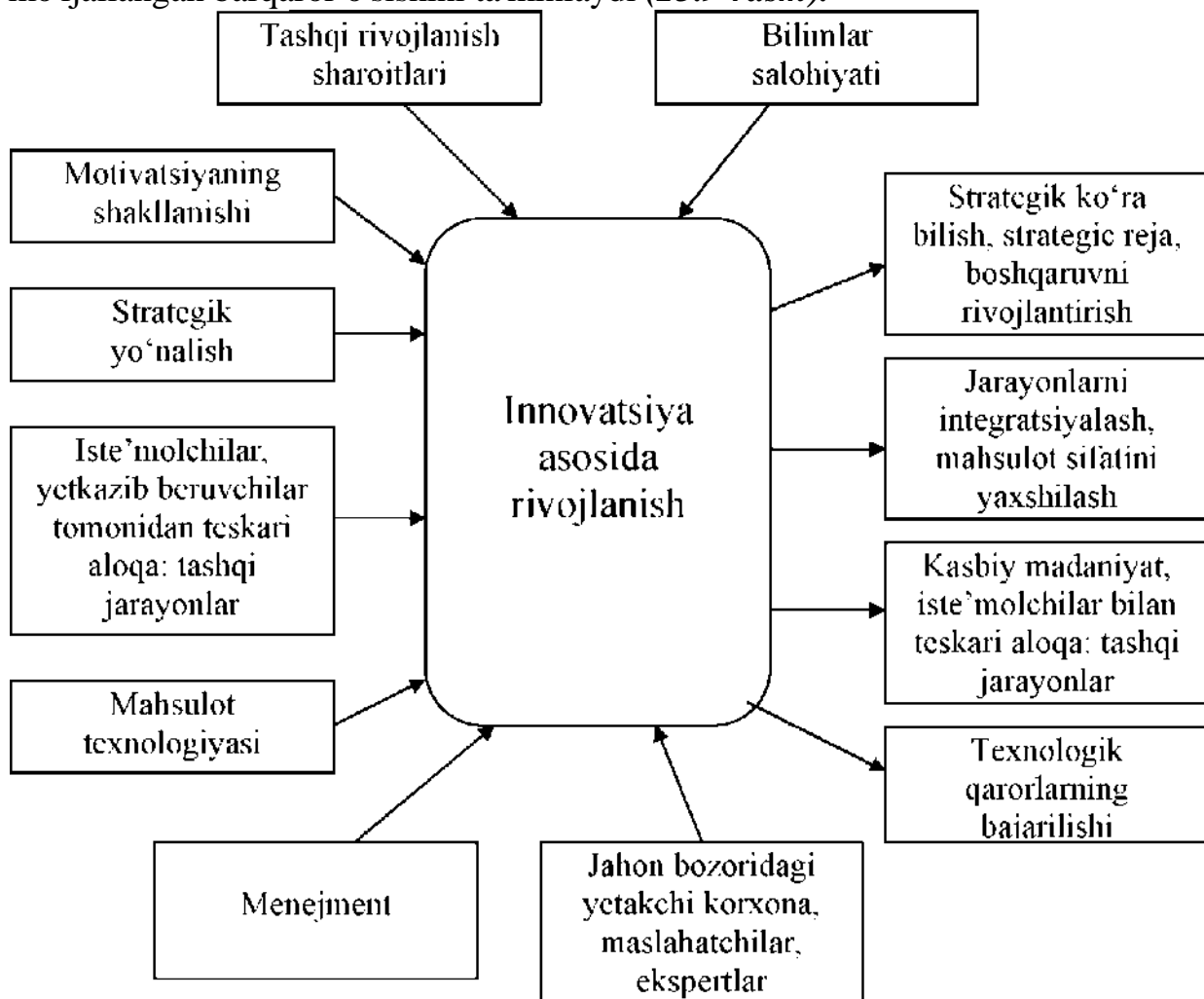
Marketing va moliyaviy sohalarda - innovatsiya marketingi yangi texnologiyalarni joriy etish va uni moliyalashtirishni ta'minlash vazifalarini bajaradi.

Korxonani innovatsiya asosida rivojlanishiga qolaversa uning faoliyatiga jiddiy ta'siri bevosita operatsiyalar bo'yicha boshqarish va servis tizimi sohasida amalga oshiriladi.

Ta'kidlash o'rinliki, korxonaning barqaror rivojlanishini ta'minlash taktika va strategiyasi innovatsiya asosida rivojlanishga tayanadi. Ushbu holat dastlab ular tomonidan texnik-texnologik va innovatsion tashkiliy boshqaruv omillaridan

samarali foydalanish orqali o'zlarining joriy va istiqbolli maqsadlariga erishishni o'zida aks ettiradi.

Korxonaning innovatsiya asosida rivojlanishi uning maqsadga muvofiq yo'nalishi bo'lib, innovatsiyaning samarali joriy etilishi tufayli uzoq muddatga mo'ljallangan barqaror o'sishini ta'minlaydi (23.9-rasm).



23.9-rasm. Korxonaning innovatsiya asosida rivojlanishi

Korxonaning innovatsiya asosida rivojlanishi uning ishlab chiqarish - tijorat faoliyatida ijobiy miqdoriy ko'rsatkichlar tufayli iqtisodiy o'sishga erishishini ta'minlaydi.

Innovatsiya asosida rivojlanish yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

- korxonaning ishlab chiqarish - tijorat sohasidagi faoliyati bo'yicha innovatsiya asosida rivojlanishini ta'minlovchi konseptual modelni yaratish;
- har bir faoliyat sohasida innovatsiya jarayonining muhim indikatorlarini ishlab chiqish va unga mos ravishda yuqori boshqaruv darajasida va operatsiyalar bo'yicha qarorlar qabul qilish;
- texnologik parametrlar hamda bozorda korxonalar mavqeini hisobga olgan holda innovatsiyani kompleks baholash tizimini ishlab chiqish va uning samaradorlik, sifat va mahsulotdagi ulushini aniqlash, innovatsiya asosida

rivojlantirish tufayli barqaror o'sishni ta'minlash.

Korxonalaridagi strategik o'zgarish boshqaruv loyihalarini hayo'lga joriy etish tufayli ro'y beradi. Har bir loyiha doirasida raqobat muhitiga korxonalar barqaror rivojlanish asosida kirib borishi uchun operativ boshqaruvga katta ehtiyoj sezadi. Strategiya va innovatsiyaning o'zaro aloqadorligi innovatsiya loyihasini strategik rejalashtirishda o'z aksini topadi. Loyihaning rahbarlari rivojlanish ustuvorligini hamda innovatsiya vazifalarini aniqlashda (ma'lum davr doirasida) o'zaro munosabatda bo'ladi.

Korxonalar rivojlanishini boshqarish to'xtovsiz jarayon hisoblanadi va u ikki, ya'ni strategik va taktik (operativ) qismlardan iborat bo'ladi. Umumiy holatda rivojlanishini boshqarish ushbu yo'nalishlarning integratsiyasi doirasida olib boriladi.

3 Innovatsion menejmentni boshqarish

Ilmiy-texnika taraqqiyotining davom etishi olamshumul voqeadir. Uning ta'siridan chetda qoladigan bironta tarmoq, korxonalar yo'q.

Ma'lumki, ilmiy texnika taraqqiyotining manbai va uning harakatlantiruvchi kuchi fundamental va amaliy fanlar hisoblanadi. Odatda, fan ikki guruh omillar ta'sirida rivoj topadi. Birinchisi tashqi omil bo'lib, unga bo'lgan talab bilan belgilanadi (alohida shaxs yoki ijtimoiy guruhlar, jamiyat, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalari). Ikkinchisi - ichki omil bo'lib, fanning mohiyati bilan, dastlab tashqi ta'sir jarayoni, ishlab chiqarish, ehtiyoj va inson faoliyati bilan belgilanadi. Yangi buyumlarni yaratish tashqaridan boshqarishsiz davom etadi. Keyinchalik buyumlarni yaratishga bunday yondoshishning kamchiligi yaqqol ko'rinib qoldi.

«Fan uchun xizmat qilmog'i lozim» degan yo'nalishning paydo bo'lishi ilmiy sohada yangi sifat rivojini boshlab berdi. Fan menejerlari tadqiqot ishlarining to'la huquqqa ega bo'lgan ishtirokchilariga aylandi. Dastlab ular aniq mavzuda ishtirok etuvchi ilmiy jamoaning muammolarini aniqlashni, ilmiy ish olib borish uchun nomzodlarni tanlovchi ilmiy jamoani tashkil etish va ularning faoliyat ko'rsatishi uchun moddiy va investision bazani yaratishni o'z zimmlariga oldilar. Ammo bu yetarli emas edi. Zamonaviy fan menejeri doimo fan bilan mashg'ul bo'lib, ba'zi bir hollarda iste'molchilar bilimiga murojaat qilishi mumkin edi. Hozirgi paytda fan menejerlari iste'molchilarga yuz tutishi, uning eng nozik, hatto ko'z ilg'amas muammolariga ham e'tiborini qaratishi lozim bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, iste'molchilar sohasida monitoring zarur bo'ladi. Bu yangi bilimlarni o'rganishni taqozo etadi. Bu yangi muammo menejment mohiyatini, innovatsiya menejmenti fani mazmunini chuqur anglash orqali yechilishi mumkin.

Avstraliyalik fizik Bol'sman «XIX asrning oxirida yangi asr elektrlashtirish asri bo'ladi»- degan edi. Uning nazarida elektrlashtirish juda qadimiy fan bo'lib, bir necha o'n yil mobaynida juda ortiq miqdorda ko'payadi, degan edi. Hozirgi kunda

bu voqea fanning ko'rgazmali o'sishi deb nomlanadi. Har 10-15 yil davomida ilmiy sohadagi olimlar soni, maqolalar, chop etilgan ilmiy asarlar va unga sarf qilingan xarajatlar ikki martaga ko'paymoqda. Hozirgi paytda faoliyat ko'rsatayo'lgan olimlar, qachonlardir yer yuzasida yashab, ijod etgan olimlarning 9/10 qismini tashkil etadi. To'g'ri, ilmiy salohiyatining taqsimoti ham, biz yashayo'lgan davrning o'ziga xos xususiyatlari hisoblanadi. Bu taqsimot bir tekis bo'lmasdan 80-90 % ilmiy-texnika rivoj topgan mamlakatlar hissasiga to'g'ri keladi. Ushbu mamlakatlarda dunyo bo'yicha ilm talab tovarlarning aksariyat qismi ishlab chiqarilmoqda. Shunday qilib, hozirgi paytda fan va texnikaning o'sishi iqtisodiyot va jamiyatning rivoji katta hajmdagi bilim jamg'armasi bilan izohlanadi.

Inson faoliyatining barcha jabhalariga ilmiy-texnika va ijtimoiy- iqtisodiy yangiliklarning kirib borishi natijasida, katta hajmdagi tavsiyanomalar, uslubiy qo'llanmalar, ma'lumotlar yig'ilgan. Shunday qilib, bir tomondan qiziq, ikkinchi tomondan esa g'ayri tabiiy vaziyat paydo bo'ldi: bir tomondan, alohida shaxs insoniyat tomonidan yaratilgan barcha bilimlarni egallab olish imkoniyatiga ega emas; ikkinchi tomondan insoniyat yig'ilgan bilimlar hajmini yanada ko'paytirish va mazmun jihatidan boyitish yo'nalishida faoliyat ko'rsatmoqda. Bu o'z navbatida kam xarajat qilib, yangi bilimlarni egallash va qo'yilgan maqsadga erishish ehtimolini oshirish imkonini bera oladigan maxsus metodologiyaning shakllanishiga katta ehtiyoj tug'dirmoqda. Jamiyat a'zolarining iste'moli to'xtovsiz o'sib borishi, tadqiqotchilarning bevosita uslubiy qo'llanmalar yordamida yangi qaror- larni qabul qilish jarayonini, ayniqsa texnika sohasida intensivlashti- rishni talab etmoqda. Hozirga qadar ijodiy guruhlar tomonidan maqsad- ga erishishga qaratilgan ko'pgina uslubiy qo'llanmalar ishlab chiqilgan. Albatta, bu qo'llanmalar sifati, joriy etilish darajasi bilan bir biridan farq qiladi. Shunga qaramasdan, ijodiy jamoaning yaratgan ilmiy ishlari diqqatga sazovor bo'lib, hayo'lga ularning bir qismi joriy etilmoqda.

Umuman olganda fan va amaliyotning uzviy aloqadorligini ta'minlash asosida, uning samaradorligini oshirishga, fan yutuqlarini safarbar etishni tezlashtirishga qaratilgan yangi bilimlarni yaratuvchi ijodiy guruhga va salohiyatga talab o'sib bormoqda.

Iqtisodiyotda, texnikada va boshqa sohalarda erishilgan yutuqlar hayo'lga joriy etilishi mumkin. Lekin har qanday g'oya ham, ilmiy ishlanmalar dasturi yoki yangilik bo'lib hisoblanmaydi. Amerika va Angliya mutaxassislari bahosiga ko'ra 10-30% g'oyani ixtiro deb tan olinishi (patent) va ulardan atigi 0,5-3,5 % o'zini oqlashi mumkin.

Tadqiqot olib borish va ilmiy ishlar bo'yicha izlanishlar, noaniqlik darajasi yuqori bo'lgan jarayon hisoblanadi. Har qanday holatda ham, olib borilgan ilmiy ish, yangi mahsulot yaratish imkonini beradi deb, hech kim kafolat bera olmaydi.

Ba'zi bir Amerika firmalari maTumotlariga ko'ra, sanoatda bitta buyumni

bozorda muvaffaqiyatli sotilishi va o'zini oqlashi uchun o'rtacha 58ta g'oya zarur bo'lar ekan. 170ta firmada olib borilgan boshqa ilmiy tadqiqo'llar ishlanmalarining boshlang'ich bosqichida, uning texnik yutug'i o'rtacha 71 %ni tashkil etishini ko'rsatgan.

Shunday qilib, har qanday g'oya ham yutuqni ta'minlay olmaydi. Ko'pgina samarali qarorlar hayo'lda joriy etilmaydi. Ba'zida istiqbolsiz g'oyalar majburan joriy etiladi. Bu hammasi vaqtni, mablag'ni, ilmiy salohiyatning bo'tinishiga olib keladi. Bu esa o'z navbatida yangilikni joriy etishga, boshqarishga jiddiy ehtiyojning paydo bo'lishiga olib keladi.

Ilmiy-texnika taraqqiyoti jarayonida yangilik va eskilik o'rtasidagi jiddiy qarama-qarshilik o'limga mahkum etilgan, lekin to'laqonli hayo'l kechirayo'lgan eskilik va yangilik o'rtasidagi qarama-qarshilikdir. Birining o'rnini ikkinchisi olishi (eskilik o'rnini yangilik egallashi) murakkab, ba'zida yechish qiyin bo'lgan psixologik muammoni keltirib chiqaradi. XX asr oxiriga kelib, ushbu muammo yanada jiddiylashdi. Bu o'z navbatida an'anaviy menejment yo'nalishida yangi, ya'ni innovatsiya menejmenti yo'nalishining paydo bo'lishiga olib keldi.

Innovatsion menejmentning mohiyatini to'laroq ifodalash uchun qator tushunchalarni kiritish lozim bo'ladi. Birinchisi - barqaror rivojlanish. Ikkinchisi - muhimroq rol o'ynovchi tushuncha - inqiroz. Har qanday tizimda barqaror rivojlanish va inqiroz mohiyatiga ko'ra, bir-biriga qarama- qarshi jarayon hisoblanadi. Birinchisi, gurkirab rivojlanishi, barqarorlikni, ishonchni o'zida aks ettiradi; ikkinchisi - tartibsizlik va notinchlikni o'zida aks ettiradi. Tabiiyki, har qanday tizim ham barqarorlikka intiladi, beqarorlikni chetlab o'tish yo'lini axtaradi. Shuning uchun inqiroz rivojlanayo'lgan organizm uchun zarur. Sirasini aytganda, barqarorlik inqirozsiz yashay olmaydi.

Hozirga qadar ilmiy bashorat va istiqbolni aniqlashning mukammal metodologiyasi yaratilmaganligi bois, inqiroz paydo bo'lganda unga e'tibor berilmoqda. Ko'pincha unga qarshi kurash, favqulotda hodisa ro'y berishi aniq va halokatning oldini olish mumkin bo'lmagan paytda olib borilmoqda. Ishlab chiqarish kuchlarining va bilish nazariyasining rivoji natijasida, yangicha qarash tizimi paydo bo'ldiki, natijada bu tizim inqiroz ro'y berishdan ilgari harakat qilish zarurligini ko'rsatib bermoqda. Albatta, inqirozni oldindan ko'ra bilish va uni bartaraf etish uchun sarf qilinadigan xarajatlar ro'y berish davridagi xarajatlarga nisbatan kamroq bo'ladi. Hozirgi paytda, ilg'or firmalarda boshqarish strategiyasiga jiddiy e'tibor qaratilmoqda. Haqiqatda, inqiroz oqilona idrok etish yoki uni batamom bartaraf etish, hech bo'lmaganda inqiroz natijasida paydo bo'ladigan salbiy oqibatlarni yo'qotish hisobiga barqaror rivojlanishga imkoniyati boricha talafotsiz erishish muhim ahamiyatga egadir. Inqirozlarni ko'ra bilgan, kam mablag' sarflab, uni bartaraf etish tadbirlarini ishlab chiqa oladigan va hayo'lga tadbiiq eta oladigan menejmlarni innovatsiya menejmenti deb atash

mumkin. Ularning faoliyat ko'rsata olish doirasi keng qamrovli bo'lib, asosan tub tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirishdan iborat. Ular asosiy e'tiborni korxonaning, tarmoqning qolaversa iqtisodiyotning barqaror rivojini ta'minlashga yo'naltirilgan innovatsion strategiyalarni ishlab chiqarishga joriy etishga qaratilmog'i lozim.

Innovatsiya menejmenti firmalarda turli innovatsiya strategiyasi ko'rinishida qo'llanilishi mumkin:

1. Venchur firmalari, ya'ni texnik-texnologik taraqqiyotga munosabati yuqori (ba'zida, xatarli strategiya ham deb yuritiladi). Bunday firmalar o'sishi uchun faoliyat yuritadigan, ixtirolik faolligi yuqori va uni saqlab qolishga intilayo'lgan firmalar hisoblanadi. Venchur firmalar odatda, foyda ko'rmaydigan firmalar hisoblanadi, chunki ular mahsulot ishlab chiqarish bilan shug'ullanmaydi, ular o'zlarining ilmiy ishlanmalarini boshqa firmalarga - eksplerent, patient, violent va kommutant ko'rinishida beradilar. Ko'pincha, venchur firmalari yirik firmalarning qiz bola firmalari hisoblanadi.

Venchur firmalarida xodimlar soni oz bo'lib, innovatsiya menejmenti funksiyasi yoki an'anaviy menejerlar, yoki taklif etilgan mutaxassislar, masalan konsalting firma xodimlari bo'lishi mumkin.

2. Eksplerent firmalar - yangi, yosh radikal yangilangan, eski bozor segmentlari uchun mahsulot yoki buyumlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan bo'ladi. Ular ixtirochilik faoliyatini mahsulot yetishtirish bilan nihoyasiga yetkazadi. Hozirgi zamonaviy Evropa iqtisodi tadqiqot yutuqlarini hayo'lga joriy etilishi va unda venchur va eksplerent firmalarning tutgan o'rni va ahamiyati beqiyos ekanligini alohida ta'kidlash o'rinlidir.

Eksplerent firmalar venchur firmalari singari, foyda olmasdan ishlaydigan firmalar hisoblanadi. Shu bois, ushbu firmalarda band bo'lgan xodimlar soni ham ko'p bo'lmasdan, innovatsiya menejmentiga ixtisoslashgan tashkiliy tuzilmani yetarli moliya mablag'i bilan ta'minlash imkoniga ega emas. Venchur va eksplerent firmalar evristikani, prognozni, inqiroz nazariyasini yaxshi bilmog'i lozim. Bunday bilimlarsiz firma yutuqlarini tasavvur etish qiyin.

3. Patientli firmalar iste'molchi talabi yoki reklama, moda ta'sirida shakllangan, o'ziga xos iste'molchilar ehtiyojini qondirishga qaratilgan, cheklangan bozor segmentlari uchun xizmat ko'rsatuvchi firmalardir.

Patient mahsulot ishlab chiqarishning o'sishi va bir vaqtning o'zida ixtirolik faoliyatini tushib borishi jarayonida faoliyat ko'rsata oladi. Patientlarning ilmiy-texnika siyosati mahsulotni ishlab chiqarish, mahsulot ishlab chiqarishni to'xtatish muddatlariga oid qarorlar qabul qilishni talab qiladi. Bu firmalar ishlab chiqaradigan mahsulot sifati va hajmiga bo'lgan talab bozorni zabt etish muammosiga bog'liqdir. Ixtironi davom ettirish kerakmi, yoki litsenziyani sotib

olish ma'qulmi, nihoyat litsenziyani sotish maqsadga muvofiqmi, degan savollarga javob topish va qaror qabul qilishi lozim bo'ladi.

Bu firmalarning foydalilik darajasi ko'rinib turibdi. Lekin inqirozga olib keluvchi noto'g'ri qaror qabul qilish ehtimoli juda yuqoridir. Shu munosabat bilan bunday ko'ngilsiz voqealarning oldini olish maqsadida firmalarda doimiy ish joylariga ega innovatsiya menejeri bo'lishi lozim. Bu mutaxassisning asosiy vazifasi korxonani inqirozga olib keluvchi xavf-xatardan xalos etish, xodimlarning faoliyat yuritishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratib berishdan iborat.

4. Violent firmalar yirik standartlar biznes sohasida faoliyat ko'rsatuvchi «kuch» strategiyasiga amal qiluvchi firmalar bo'lib, yirik kapitalga ega va texnologiyani yuqori darajada o'zlashtirib olgan, ixtisoslashgan firmalar hisoblanadi. Ular keng iste'molchilar ommasi uchun zarur bo'lgan buyumlarni yoki mahsulotlarni ishlab chiqishga ixtisoslashgan bo'ladi. Odatda, ushbu mahsulotlar sifati va bahosi o'rtacha bo'lib, iste'molchilar talabini qondiradi. Violent firmalar mahsulotlarni maksimum darajada ishlab chiqarishga ixtisoslashgan bo'ladi. Uning ilmiy-texnika siyosati mahsulotni ishlab chiqarish muddatini aniqlash (jumladan, litsenziya sotib olish) bo'yicha qaror qabul qilish, mahsulotni ishlab chiqarishdan olish, ishlab chiqarishni kengaytirish uchun investitsiya mablag'ini bilan ta'minlash, texnologik parkni o'zgartirish va boshqalardan iborat bo'ladi. Foyda olish firmaning asosiy maqsadi hisoblanadi. Shuningdek, innovatsiya menejmentiga talab, bu yerda ham patent firmalar singari bo'ladi. Faqat noto'g'ri qaror qabul qilish, xavf-xatarli darajasi bilan farq qiladi. Violent firmalar o'zining siyosatini o'zgartirishga juda ehtiyo'lik bilan yondoshadi.

5. Kommutant firmalar mahalliy yoki milliy iste'molchilar ehtiyojini qondirish uchun zarur bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishga, o'z faoliyatini qaratgan kichik biznes bilan shug'ullanuvchi korxonalar hisoblanadi. Kommutant firmalar o'zlari qo'lga kiritgan muvaffaqiyatlardan foydalangan holda, mijozga individual yondashish va sharoitga moslashish asosida, o'z faoliyatini amalga oshiradilar. Kommutantlar mahsulot yetishtirish kamayib borayo'lgan paytda ham faoliyat ko'rsatadi. Bu firmalarning ilmiy-texnika siyosati ishlab chiqarishni o'z vaqtida amalga oshirish uchun, buyumni texnologik jihatdan o'zlashtirish va iste'molchilarning o'ziga xos talablaridan kelib chiqqan holda, unga o'zgarishlar kiritishdan iborat. Bunday firmalarda innovatsiya menejmenti, tovar sotib oluvchining talabini atroflicha o'rganish va nozik did bilan his etish, bozor holatini chuqur tahlil etish, bo'lajak krizisning oldini olish yoki bartaraf etish tadbirlarini o'z ichiga oladi.

Innovatsiya menejmenti uchun inqiroz, o'rganish predmeti, hayo'l faoliyati xavfsizligini saqlash, xususan, inqiroz oldi, inqiroz va nihoyat inqirozdan keyingi holatlardagi maqsad faoliyatidir. Hozirgi paytda kim innovatsiya menejmenti bilan

shug'ullanmoqda, innovatsiya menejeri kim, degan savollarga javob topishi lozim.

Innovatsiya menejeri to'g'risida taniqli venger iqtisodchisi B.Santo oddiy menejerni o'ziga nisbatan kuchliroq raqib bilan o'ynayo'lgan shaxmatchiga o'xshatadi. Uning o'rnida o'tirgan shaxmatchi (innovatsiya menejeri) o'yinni davom ettiradi va yutqazish uchun emas, aksincha yutish uchun harakat qiladi va yutadi ham. Bunday menejerlarni innovatsiya menejerlari deb atash mumkin.

Bugungi innovatsiya menejeri radikal yangiliklarning har xil tashkiliy-iqtisodiy yo'nalishlari bilan shug'ullanuvchi mutaxassisdir. Farbiy firmalarda bu an'anaviy menejerlardir.

Iqtisodiyot tarmoqlarini, korxonalarni modernizatsiyalash, yangi texnika va texnologiya asosida qayta tiklash mamlakatimiz iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishning ustuvor yo'nalishi hisoblanadi. Istiqbolda innovatsiyaga bo'lgan talab o'sadi. Innovatsiyani iqtisodiyot tarmoqlariga joriy etish darajasi tezlashadi. Shu bilan birga innovatsiya menejerlariga katta ehtiyoj tug'iladi. Shu bois innovatsiya menejmenti asosini yaxshi biladigan mutaxassislar tayyorlashni tashkil etish zarur. Dastlab mutaxassislar fundamental bilimni chuqur o'rganishi lozim. Keyin esa olingan nazariy bilimni amaliyot bilan bog'lab tajribaga ega bo'lishi va ko'nikma hosil qilish zarur. Va nihoyat menejment ham an'anaviy, ham yangi kasbga xos vazifalarni egallab jamoani va mutaxassislar faoliyatini boshqarishi darkor. Bizning fikrimizcha, innovatsiya menejmenti yuqorida ko'rib chiqilgan uch yo'nalishdagi ta'lim tizimining asosini o'zida aks ettirishi zarur. Xulosa qilib aytganda, menejment - nazariya, amaliyot, boshqaruvni birlashtiruvchi tashkiliy bo'g'in sifatida qaralishi lozim. Maqsad bo'lajak mutaxassislar kelajakda yangiliklarni boshqarish asosini o'rganishi va hayo'lda undan oqilona foydalanishi lozim.

Intellektual aktiv (IA) keng ma'noda «inson kaitaliga» oid g'oyalar, algoritm, jarayon yoki fikr va mulohazalar jamlanmasi bo'lib, korxonada faoliyati ya'ni uning rivojlanishi uchun zarur omil bo'lib xizmat qiladi. IA chizma, hisobot, kitob, tajriba namunalari va tasavvurlar jamlanmasi ko'rinishida bo'lib, tegishli talablar asosida rasmiylashtirilgan bo'ladi.

IA qabul qilingan shakli qanday bo'lishdan qat'iy nazar korxonada menejmenti tomonidan tegishli tashkiliy tuzilma doirasida strategik yondoshuvni to'la tushinishni talab etadi.

Intellektual mulk (IM) - huquqiy jihatdan qo'llanishi mumkin bo'lgan hamda himoyalangan intellektual aktiv bo'lib, yuridik shaxslar tomonidan foydalanilishi mumkin. IMga bo'lgan huquqni saqlab qolgan holda unda foydalanish uchun ruxsatnoma olish, sheriklik qilish yoki sotish mumkin.

Intellektual mulkning umumiy shakliga ro'yxatga olingan mahfiy savdo, patent, avtorlik huquqi, loyiha, sotuv markalari kiradi.

Patentga ega texnik qarorlarga katta e'tibor beriladi. Patent ilmiy tadqiqot va tajriba konstruktorlik ishlarining natijalari hisoblanadi. Korxonalarda patentli texnik qarorlarning samaradorligi uchta omil orqali aniqlanadi:

- xususiy, ya'ni o'zi ishlab chiqqan texnologiya va patentli texnik qarorlardan foydalanishning iqtisodiy samaradorligi;

- ruxsat berilgan shartnoma asosida intellektual mulk obyektidan foydalanish huquqini sotish;

- nomaterial aktiv amortizatsiyasi va uni hisobga olish.

Intellektual mulk tushunchasi ikkita obyektни ya'ni sanoat mulki va avtorlik huquqini o'z ichiga oladi.

Sanoat mulkiga - ixtiro, model, sanoat namunasi, tovar belgisi, tovar ishlab chiqilgan manzil, firmaning nomi, maxfiy axborotlar kiradi.

Sanoat mulki obyekti - patent huquqi me'yori bilan himoyalanaadi. Sanoat mulki obyektini himoya qilish muddati uning turiga bog'liq bo'ladi va 20 yildan ortiq bo'lmaydi.

Nazorat uchun savollar:

1. Innovatsiyaga berilgan ta'riflar mohiyatini tushuntirib bering.
2. Istiqbolda korxonalarining innovatsion yo'nalishlari nimalardan iborat?
3. Innovatsiyaning shakllanish bosqichlarini izohlab bering.
4. Innovatsiyaning qanday turkumlarini bilasiz?
5. Ijtimoiy-iqtisodiy, radikal, evolyutsion, kombinatsiyalashgan innovatsiyaning mohiyatini qanday tushunasiz?