

Lecture 1. Introduction to Innovation Management
Ma'ruza 1. INNOVATSION MENEJMENTGA KIRISH.

Reja:

1. Innovatsion menejmentning asosiy tushunchalari.
2. Innovatsion menejmentning zaruriyati va dolzarbligi
3. Innovatsion menejmentning maqsad va vazifalari

Umumjahon intilishi ishlab chiqarish texnologiyasida keskin o'zgarishlar orqali global muammolarni hal etishga qaratilgan. Jahon taraqqiyoti industrial (post industrial) axborot davriga o'tdi. Shu bois innovatsionlik zamonaviy iqtisodiyotning ajrlmas tavsifi bo'lib qolmoqda.

Innovatsiyalar va innovatsion boshqaruvga nisbatan oshirilgan e'tibor hozirgi jamiyat hayotining o'zi tomonidan talab qilinadi, axir innovatsion jarayonlarni yangi mahsulotlar va yangi texnikada ro'yobga chiqishi uning sotsial-iqtisodiy rivojlanishining asos bo'ladi.

“2017 – 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida”gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoniga binoan ilm-fan va texnika yutuqlarini keng qo'llagan holda, iqtisodiyot tarmoqlariga, ijtimoiy va boshqa sohalarga zamonaviy innovatsion texnologiyalarni tezkor joriy etish O'zbekiston Respublikasi jadal rivojlanishining muhim sharti hisoblanadi.

Jamiyat va davlat hayotining barcha sohalari shiddat bilan rivojlanayotgani islohotlarini mamlakatimizning jahin sivilizatsiyasi yetakchilari qatoriga kirish yo'lida tez va sifatli ilgarilashini ta'minlaydigan zamonaviy innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarga asoslangan holda malga oshirishni taqozo etadi.

Shu bilan birga, o'tkazilgan tahlil ishlab chiqarishni modernizatsiya, diverfikatsiya qilish, uning hajmini oshirish hamda ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardosh mahsulotlar turlarini kengaytirish borasidagi ishlar lozim darajada olib borilmayotganini ko'rsatdi.

Jahon fanining zamonaviy yutuqlari, innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar asosida mamlakatni jadal rivojlantirish, shuningdek, 2017 – 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan:

a) mamlakatning xalqaro maydondagi raqobatbardoshlilik darajasini va innovatsion jihatdan taraqqiy etganini belgilovchi asosiy omil sifatida inson kapitalini rivojlantirish – Strategiyaning bosh maqsadidir;

b) bosh maqsadga erishishda Strategiyaning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

O'zbekiston Respublikasining 2030 yilga kelib Global innovatsion indeks reytingi bo'yicha jahonning 50 ilg'or mamlakati qatoriga kirishiga erishish;

Barcha darajada ta'lim sifati va qamrovini oshirish, uzluksiz ta'lim tizimini rivojlantirish, kadrlar tayyorlash tizimining iqtisodiyot ehtiyojlariga moslashuvchanligini ta'minlash;

Ilmiy tadqiqot va ishlanmalarning ilmiy salohiyatni mustahkamlash va samardorligini oshirish, ilmiy tadqiqot, tajriba- konstruktorlik va texnologik ishlar natijalarini keng joriy etish uchun ta'lim, ilm –fan va tadbirkorlikni integratsiya qilishning ta'sirchan mexanizmlarini yaratish;

Innovatsiyalar, ilmiy tadqiqot, tajriba – konstruktorlik va texnologik ishlarga davlat va xususiy mablag'lar kiritilishini kuchaytirish, bu sohalardagi tadbirlarni moliyalashtirishning zamonaviy va samarali shakllarini joriy etish;

Boshqaruvning zamonaviy usullari va vositalarini joriy etish orqali davlat xokimiyati organlari faoliyatining samaradorligini oshirish;

Mulkchilik huquqlari himoyasini ta'minlash, raqobatbardosh bozorlar tashkil etish va biznes yuritish uchun teng shart- sharoitlar yaratish, davlat – xususiy sherikligini rivojlantirish;

Barqaror faoliyat yuritadigan ijtimoiy-iqtisodiy infratuzilmani yaratish.

Innovatsiya tushunchasining mohiyatini uning quyidagi tavsiflari yoritadi:

-amaliy tasnifining pirovard natijalariga mo'ljallash ya'ni tez va keng joriy etish, tijoratlashtirish va kapitallashtirish;

-innovatsion jarayonni aniq maqsadga qaratilganligi va maqsadli boshqarilishi;

-tadqiqot, ishlanma, joriy etish, moslashish va yangilikni tarqatish jarayonlarini jadallashtirish;

-iqtisodiy yoki ijtimoiy tasniflarni oldindan yiriklashtirish va aniq xulosa qilish natijasini o'lchash imkoniyati.

Hozirgi davrda iqtisodiy manbalarimizda “innovatsiya”, “innovatsion jarayon”, “innovatsion menejment” va “innovatsion korxonalar” tushunchalari ko'p uchrab qolmoqda. Ayniqsa, bu tushuncha iqtisodiyotni modernizatsiya qilish davrida keng ko'lamda talqin etilmoqda. Shu boisdan innovatsiya tushunchasi mohiyatini o'quvchilarga tanishtirishda unga atroflicha yondashish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Iqtisodiy manbalarda innovatsiyaga turlicha ta'riflar berilgan. Bu yerda asosiy urg'u uning mazmuni, mohiyati, ichki tuzilishi (texnik, iqtisodiy, tashkiliy, boshqaruv va hokazolar) ga qaratilishi bilan bir qatorda innovatsiya ko'lami, hayotiylik sikli o'lchamlari joriy etish jarayonini majburiylik kabi uning o'ziga xos jihatlari ham e'tibor qaratiladi.

Ko'plab xorijiy iqtisodchi olimlar ushbu tushunchani tadqiqot obyekti va predmetiga bog'liq deb hisoblaydi (N.Monchev, I.Perlaki, V.D.Hartman, E.Mensfeld, R.Foster, B. Tviss, I.Shumpeter, E. Rodjers va boshqalar).

Masalan: B. Tviss innovatsiyani kashfiyot yoki g'oya iqtisodiy mazmunga ega bo'lgan jarayoni deb hisoblaydi.

F. Nikson esa "innovatsiya - bu texnik, ishlab chiqarish va tijorat tadbirlarining majmui bo'lib, yangi bozorda yangilangan ishlab chiqarish va qurilmalarni yuzaga kelishidir.

B. Santo innovatsiyani shunday ijtimoiy –texnik – iqtisodiy jarayon, g'oya va kashfiyotlarni amaliyotda foydalanishi mahsulot, texnologiyalarni yaxshi fazilatlariga ega bo'lishiga olib keladi, ya'ni innovatsiya yuqori samarani ko'zda tutadi. Uning yuzaga kelishi bozorda qo'shimcha daromad keltirishi mumkin, - deb hisoblaydi.

I. Shumpeter fikricha, <innovatsiya ishlab chiqarish omillarining ilmiy – tashkiliy umumlashuvi bo'lib tadbirkorlik ruhiyatiga undaydi>.

Innovatsiyani turlicha ta'riflari tahlili shuni ko'rsatadiki, innovatsiyaning o'ziga xos xususiyati innovatsion faoliyatining bosh funksiyasi – o'zgarishdir.

Bu masala yuzasidan Avstriyalik olim I.Shumpeter innovatsiyaning 5 ta umumiy jihatini ajratib ko'rsatadi.

-Yangi texnika va texnologik jarayonlardan foydalanish yoki yangi bozorlarni ishlab chiqarilgan mahsulotlar bilan ta'minlash;

- mahsulotlarni yangi xususiyatlarini joriy etish;

- yangi xom-ashyodan foydalanish;

- ishlab chiqarishni tashkil etish va uning moddiy – texnik bazasini ta'minlashdagi ijobiy o'zgarishlar;

- yangi savdo- sotiq bozorlarini yuzaga kelishi;

Shunday qilib, XX asrning 30 – yillarga kelib innovatsiya yangi iste'mol tovarlarni yaratish va foydalanish, sanoat ishlab chiqarishi va transport vositalari bozori yangi tashkiliy shakllarning yuzaga kelishidagi o'zgarishlaridir, deb talqin etila boshlanadi.

Bozor iqtisodi jarayonida innovatsiyaning metodologik (uslubiy) tizimi xalqaro standartlarga asoslanadi. Ishlarni muvofiqlashtirish, material to'plash, qayta ishlash, tahlil etish yuzasidan innovatsiya doirasida rivojlanish va iqtisodiy aloqalarni tashkil etish uchun (RIOT) fan-texnika ko'rsatkichlar bo'yicha Ekspertlar guruhi tashkil etildi. Yo'riqnoma doimiy ravishda to'ldirilib boriladi. Uning oxirgi tahriri 1993 – yilda qabul qilingan. Unda:

- Ilmiy ishlanma va izlanishlarga taalluqli asosiy tushunchalar;

- ularning tarkibi va chegaralari;

- tadqiqotlar bilan band bo'lgan xodimlar sonini aniqlash usuli belgilab o'tildi.

Demak, xalqaro standartlar asosida innovatsiya bu- innovatsion faoliyatning oxirgi natijasi (mahsuli), yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotning bozorga kirib kelishidir. Boshqacha qilib aytganda, innovatsiya deganda yangi va takomillashtirilgan texnologik jarayonlardan amaliy faoliyatda foydalanish yoki maxsus xizmatlarga yangicha yondashish tushuniladi. Innovatsiyani strategik va dinamik nuqtayi- nazardan ko'rish mumkin. Bir so'z bilan aytganda, u ilmiy ishlab chiqarish siklining oxirgi natijasidir.

Innovatsion menejment – innovatsion menejerlar sifat fazilatlarini shakllantirishning zaruriy sharti.

Innovatsion menejment – bu innovatsion jarayonlar, innovatsion faoliyat, bu faoliyat bilan band bo'lgan tashkiliy tuzilmalar va ularning xodimlarini boshqarish tamoyillari, usullari va shakllarning majmuasidir.

Innovatsion menejmentning maqsadi quyidagi sohalarning firmadagi ilmiy-texnik va ishlab chiqarish faoliyatining asosiy yo'nalishlarini aniqlashdir:

- yangi mahsulot, xizmat (innovatsion faoliyat) larning ishlanmasi va joriy qilinishi;

- ishlab chiqariladigan mahsulotlarni modernizatsiyalash (davr talabiga moslab yangilash) va mukammallashtirish;

- an'anaviy ko'rinishlardagi mahsulotlar turini ishlab chiqarishni taraqqiy ettirish;

- eskirgan mahsulotni ishlab chiqarishni to'xtatish.

Innovatsion menejmentning umumiy tashkiliy tuzilmalari nazariy tadqiqot – ishlanma – loyihalash – qurish – o'zlashtirish – sanoat ishlab chiqarish – marketing – sotish yoki o'tkazishlardan iborat bo'lishi mumkin.

Innovatsion menejment fanida innovatsion jarayon boshqaruv obyekti sifatida olinadi:

- Innovatsion menejmentning tashkiliy tuzilishi;

- Firmaning innovatsion siyosati;

- innovatsiyani o'zlashtirish jarayoniga ta'sir etuvchi omillar;

- innovatsion loyihalarni boshqarish;

- Ilmiy muassasalarda xodimlarni boshqarish;

- Innovatsion korxonalarda patent va litsenziyalash faoliyatini tashkil etish;

- texnika va texnologiyani yaratish, o'zlashtirish va sifatini boshqarish;

- innovatsion firmalarni strategik boshqarish;

Innovatsiya samaradorligini baholash masalalari o'rganiladi.

Innovatsion jarayon - bu innovatsiyani yaratish, uni amaliyotga tadbqiq etish va tarqatish bilan bog'liq faoliyat.

Innovatsion menejmentning predmeti doirasida 3 ta boshqarilish pog'onasi ajratiladi: strategik, taktik va tezkor.

Yangilik – bu yangi tartib, yangi usul va kashfiyot bo'lishi mumkin.

Yangilanish – bu yangilikdan foydalanganligini ifodalovchi jarayondir. Yangilikni amaliyotga joriy etish uchun qabul qilinishi bu **innovatsion jarayondir**.

Innovatsiyani tarqatish – bu axborot jarayoni, shakl va tezlik, kommunikatsiya vositalari quvvatiga, ma'lumotlarni qabul qiluvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar o'ziga xos tomonlarga va amaliyotda qo'llanilishiga bevosita bog'liqdir.

Innovatsion jarayon subyektlari:

- Novatorlar ;
- Oldingi retsipidentlar ;
- Oldingi ko'plik va qoloqlar.

Innovatsion menejmentda asosiy e'tiborni strategik (ustuvor) innovatsiya va tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirishga qaratiladi. Yangi mahsulotlar turining ishlanmasi va ishlab chiqarish har bir firmaning strategik yo'nalishida muhim (ustun) bo'lib bormoqda, chunki qolgan yo'nalishlar uning taraqqiyotini belgilaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. A.A.Abdullayev, A.E.Teshabaev va b. "Innovatsion menejment" o'quv qo'llanma. "Iqtisod-moliya" nashriyoti . 2015
2. и.ф.д., проф. Р.Р.Хасанов. Инновацион таракқиётнинг мазмуни, инновация турлари ва инновацион жараёнлар қонуниятлари. Презентации.
3. S.G'ulomov, G'.Qosimov va b. "Strategik va innovatsion menejment" darslik. Toshkent – 2013.
4. Nazarova F.X. , Ziyayeva Sh.Sh. "Innovatsion menejment". O'quv-uslubiy majmua. Toshkent - 2018