

Ma'ruza 7: INNOVATSION MENEJMENT ASOSLARI

REJA:

- 1. “Innovatsion menejment”ning asosiy tushunchalari, maqsadlari va vazifalari.**
- 2. Innovatsion menejmentning vazifalari.**
- 3. Innovatsion faoliyatni tashkil qilish.**
- 4. Innovatsion menejmentdagi kommunikatsiyalar jarayoni**
- 5. Innovatsion menejmentdagi nazorat**
- 6. Innovatsion menejmentda qarorlar qabul qilinishi**

2.1. “Innovatsion menejment”ning asosiy tushunchalari, maqsadlari va vazifalari

Innovatsion menejmentning maqsadlari, xarakteri va mazmuni innovatsion menejmentning xususiyatlari va uning an'anaviy turlardan katta farq qilinishini belgilab beradi. Ierarxiyaning har xil darajasidagi (davlat darajasidan boshlab to kichik innovatsion korxonagacha) har qanday innovatsion tizimlarni innovatsion rivojlanishining maqsadli uzoq muddatli iqtisodiy o'sish va yuqori tartibdagi raqobat afzalliklarini ta'minlash uchun innovatsion bazani yaratishdan iboratdir.

Raqobat nazariyasidan kelib chiqqan holda, xuddi fanni rivojlanishi va yangi texnologiyalarni tadbiiq etilishining innovatsion salohiyati yuqori tartibdagi raqobat afzalligini yaratadi.

Innovatsion rivojlanish maqsadlarni belgilash va kompaniya rivojlanishi yo'nalish strategik ko'rishga o'zining xususiyatlarini kiritadi, boshqaruv apparati oldida turgan vazifalarni modifikatsiyalaydi. Innovatsion tadbirkorlikning yuqori xatari, mahsulotlarni mavjud bo'lish davrlarini qisqarishi, yirik seriyali ishlab chiqarishdan voz kechish innovatsion menejer zimmasiga alohida majburiyatlar yuklaydi. Innovatsion faoliyat sharoitida menejning roli keskin o'sadi, uning shaxsi, qobiliyati, malakasi va kasbiy ko'nikmalari esa haqiqatda ham kompaniya taqdirini belgilab beradi.

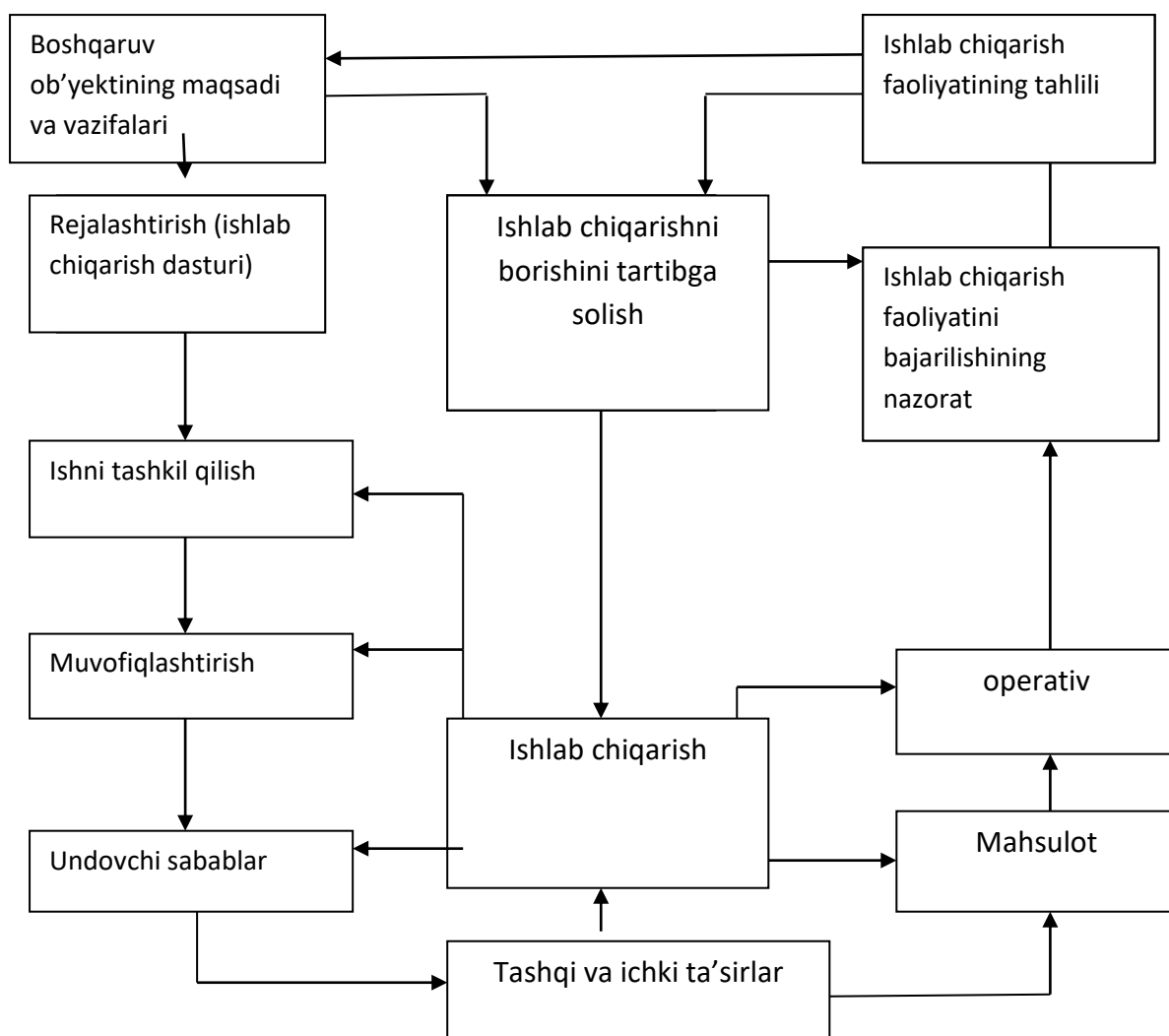
Innovatsion menejmentning asosiy vazifalarini amalga oshirishda alohidagi o'zaro aloqa va mantiqiy izchillik vujudga keladi. Masalan, manajmentning kommunikatsiya, undovchi sabablar, vakolatlarni boshqaga topshirish jarayoni kabi protsessual va sotsial – psixologik vazifalarning ahamiyati keskin oshadi. Innovatsion jarayonlarni tashkil qilish usullari orasida shaxslararo munosabatlar, guruhli dinamika qonunlariga suyanuvchi norasmiy turlar ustunlik qiloadilar.

Nazoratning har xil turlari o'rtasidagi nisbat o'zgaradi. Ularning barchasi ko'proq o'zini o'zi nazorat qilish, innovatsiyalarning strategik nazorati, hamda nazoratning moliyaviy-iqtisodiy turlariga mo'ljallangan. Innovatsion jarayonlarni

borishi ustidan nazorat qilish bilan bog'liq kommunikatsiyalar alohida ahamiyat kasb etadi. Ularda protsessual xarakter va axborotlarni almashtirishning uzluksiz jarayoni ustun bo'ladi.

Xodimlarni innovatsion boshqarishda menejmentning vazifalari va usullari alohidagi o'zgarishlarga duch keladilar. Yangiliklarni ishlab chiqish va tadbiq etilishi, jarayonlarini murakkablashishi, yangi texnologiyalarni paydo bo'lishi xodimdan tegishli malaka va alohidagi kasbiy bilimlar va ko'nikmalarni talab qiladi. Innovatsion tuzilmalarda xodim ma'lumotining umumiy darajasini ancha oshishi sodir bo'ladi. Xodimlarning shakllanayotgan turi o'ziga ma'suliyatni olish va qarorlar qabul qilishga qodir xodimlarni talab qiladi. Vakolatlari boshqachaga topshirish va u bilan bog'liq tashkilot ierxiyasi yuqori darajalarining vakolatlarini qisqarishi xodimlarning tashbbusi, shaxsiy erkinligi va omilkorligini o'sishi bilan yaqindan bog'liq.

Innovatsion menejmentda xodim, innovatsion jamoa va umuman innovatsion korxonaning hulqini turi o'zgaradi. Nafaqat maqsadga qaratilgan ratsional harakat, balki qiymatga qaratilgan ratsional harakat hulqning asosiy tarkibiy qismi bo'ladi.



2.2. innovatsion menejmentning vazifalari

Innovatsion menejmentdagi ishlab chiqarishni boshqarish vazifalarining tizimi 1- rasmda berilgan.

Innovatsion menejmentda boshqaruv usullarining tarkibi, tuzilishi va mazmunining ko'rinishlari ancha o'zgaradi: tahlil va bashorat, madellashtirishning miqdoriy usullari, ta'sir qilishning sotsial – psixologik turlariga an'anaviy menejmentga qaraganda ko'proq o'rin beriladi, iqtisodiy yondashishlarning mazmuni boyitiladi, ma'muriy dastaklarini qo'llash uchun imkoniyatlar doirasi torayadi.

Rejalashtirish. Rejalashtirish – bu innovatsion menejmentning maxsus vazifasi, u tashqi va ichki muhit omillarini tahlil qilish, tashkilot faoliyatini bashoratlash firma strategiyalarini amalga oshirish va qo'yilgan maqsadga erishishni rejalashtirish bo'yicha tadbirlar tizimini boshqarishdan tashkil topadi. Rejalashtirish jarayoni ishlarni bajarish muddatlari (qisqa muddatli, o'rtacha muddatli, uzoq muddatli), maqsadlar (strategic va operativ rejalashtirish), ob'yektlar (IITKI, ishlab chiqarishlari, ta'minot, sotish va h.k. rejalashtirish). Ishlab chiqarish omillari (uskunani modernizatsiyalash, texnologiyani takomillashtirish, asosiy ishlab chiqarish fondlarini yangilash, xom ashy ova materiallar bilan ta'minlash va h.k.) bo'yicha bo'linadi.

Rejalashtirish jarayoni quyidagilarning tahlilidan tashkil topadi:

- tashqi va ichki muhit omillari;
- ishlab chiqarish imkoniyatlari va ishlab chaqarish apparatining holati;
- ITTKI, yangi texnologiyalar, mahsulotning yangi namunalari;
- moliyaviy holat va moliyaviy imkoniyatlar va boshqalar.

Keying bosqich quyidagi yo'nalishlar bo'yicha tadbirlar rejalarining holatidan iborat:

- yangiliklar g'oyalarini ishlab chiqish bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlari, laboratoriya tadqiqotlarini o'tkazish, yangi mahsulotning laboratoriya namunalari, yangi texnika va buyumlarning turlarini ishlab chiqish;
- tajriba konstruktorlik ishlarini tashkil qilish va o'tkazish;
- mahsulotning yangi turlarini ishlab chiqish uchun xom ashy ova materiallarning zarur turlarini tanlab olish;
- yangi mahsulotni tayyorlashning texnologik jarayonlarini ishlab chiqish;
- yangi mehnat qurollari (mashinalar, mexanizmlar, asboblar, uskunalar va h. k.)ni loyihalashtirish, ishlab chiqish, sinovdan o'tkazish va o'zlashtirish;
- ishlab chiqarishni texnologik tayyorlash va yangi texnika va yangi texnika va texnologiyalarni tadbiq etish;
- yangi tashkiliy tuzilmalar va boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va qo'llash;

- kerakli axborot qurilmalari va resurslarini xarid qilish va qo'llash.

Innovatsion faoliyat uchun xodimlarni tayyorlash, o'qitish, ixtisosini o'zgartirish va tanlab olishning maxsus usullaridan foydalanish;

- marketing tadbirlarini tashkil qilish, sotish kanallarini shakllantirish va yangiliklarda bozorda joylashtirish.

Rejalashtirishning keyingi bosqichi rejalarini xodimlarga yetkazish va rejalarini amalga oshirish uchun sifatlarni tashkil qilishdan iboratdir.

Yanada yangilashning rezervlarini qidirib topish va ishlab chiqarishni takomillashtirish rejalashtirishning ajralmas qismi bo'ladi. Tashkilotni o'sishi va rivojlanishini bashorat qilish jarayoni o'z ichiga tashkilotni uzoq istiqbolda strategik ko'rishni oladi. Ishlab chiqarishni o'sishi va yangilanishini bashorat qilishni yanada rivojlanishi rivojlanishning muqobil variantlarini tanlash bilan bog'liqdir. Bunda loyihali va dasturli yondashishlar qo'llaniladi. ITTKI, texnologiyalar, investitsiyalar, xodimlar imkoniyatlarini, hamda resurslarini qidirish muammolarini baholash bashoratlashning majburiy bosqichi bo'ladi.

Bashoratlashda vaziyatli va imitatsion (tahlidli) modellashtirishga asoslangan miqdoriy usullar keng qo'llaniladi.

Bozor iqtisodiyotida rejalashtirish jarayoni ko'rsatmali xarakterga ega emas, ammo u ko'pincha rivojlanishning strategiyasini belgilash, faoliyat ko'rsatkichlari tizimidan foydalanishga imkon beradi. Rejalashtirish jarayoni, innovatsion menejmentning markaziy vazifasi bo'lgan holda, rivojlanish ustuvorliklarini tanlashdan iborat bo'ladi, bu narsa 2 – rasmda namoyish qilinadi.

2.3. innovatsion faoliyatni tashkil qilish

Tashkilotning boshqaruv vazifasi sifatidagi asosiy vazifasi innovatsiyalarni tadbiq etish uchun tashkiliy tuzilmalarni shakllantirish, korxonani rivojlanishi strategiyasini amalga oshirish va tadbirlar rejalarini bajarish maqsadida resurslarning barcha turlari bilan ta'minlashdan iboratdir.

Yangiliklarning yaratishning murakkabligi, noaniqligi, kreativ xarakterligi ijrochilar ishini tashkil qilish va muvofiqlashtirishni innovatsion menejmentning vazifalaridan biri qiladi. Tashkil qilish jarayoni o'z ichiga menejment tuzilmalarini shakllantirish, moddiy, energetik, axborot va innovatsion oqimlarini ijrochilar o'rtasida taqsimlanishi oladi. Ma'suliyat, xatar va falokatlarni taqsimlanish boshqaruv jarayonining muhim tarkibiy qismi bo'ladi.

Boshqaruv jarayonini tashkil qilishning vazifasiga boshqaruv jarayonlarini loyihalashtirish, tadbirlar, usullar va yo'llar unifikatsiyalash (bir shaklga keltirish) turkumlashtirish va standartlashtirish bo'yicha choralarni ishlab chiqish hamda menejment tizimchalari bo'yicha axborotlarni taqsimlash kiradi. Tashkil qilishga ishlab chiqarishni ilmiy-texnik, texnologik va tashkiliy darajasini oshishi kiradi. Menejmentning oldida ishlab chiqarishlar va innovatsion jarayonlarga uzluksizlik

uyg'unlik chiqindisizlik izchillik va paralellik kabi xususiyatlarni berish vazifasi turadi.

Innovatsion tizimlarda ihsab chiqarishning texnik-tahliliy darajasini oshishi, ilmiy-texnik daraja, tashkil qilish, texnologiyalar va texnika darajasining integrallik ko'rsatkichi menejerning haqiqiy muhim vazifasi bo'ladi. Ishlab chiqarish texnik-tashkiliy darajasi ko'rsatkichlarining chizmasi 3 – rasmda berilgan.

Tashkil qilish jarayoni chiqarishning tashkiliy darajasi yuqori ko'rsatkichlariga erishish uchun ishlab chiqarish parametrlari va omillarining ratsional birlashuvini ta'minlash zarur. Innovatsion korxonaning rivojlanishining strategiyasi sotsiotexnik tizimlar barcha ishlab chiqarishni ko'p ilmi talab qilishini oshishi faqat bu narsa ishlab chiqarishning egiluvchanligi, moslashuvchanligi, ustuvorligi va uyg'unligi bilan bog'langandagina, firmaning yuqori raqobat afzalligi va qabul qilinotgan qarorlarning iqtisodiy samaradorligini ta'minlashini bildiradi. Yangiliklarni ishlab chiqish va tadbiiq etishga yuqori harajatlar, agar boshqaruv qarorlari bir vaqtda tashkiliy tuzilmalarni yangilanishi, texnologik jadallikni oshishi va mehnat unumdorligini ko'payishiga qaratilgan bo'lsa, hatto boshlang'ich bosqichda fondni qaytarilishi va ishlab chiqarishning rentabelligini passaytirmaydi.

Ushbu nuqtai nazardan tashkil qilish jarayoni o'zaro hamkorliklarni silliqdash. Ixtisoslashishni chuqurlashtirish va ishlab chiqarishdagi kooperatsiyalashish tendentsiyalarini kuchaytirish jarayoni sifatida ko'rib chiqildi. Haqiqatdan ham innovatsion tizimlarda menejer ishlab chiqarish tuzilmalarini tashkiliy loyihalashtirish. Ilmiy ishlab chiqarish va marketing bo'linmalariga muvofiq o'zaro aloqasi, maqsadli ixtisoslashtirishni modellashtirish bilan shug'ullanadi. Ixtisoslashishning aniq shakllari (predmetli, detallar bo'yicha yoki texnologik)ni tanlashni innovatsion korxonalar bo'linmalari va xizmatlarining aniq o'zaro aloqssiz yo'lga qo'yib bo'lmaydi.

2.4. Innovatsion menejmentdagi kommunikatsiyalar jarayoni

Kommunikatsiyalar tizimini rivojlanishi xaqida gapira turib, yuqori texnologik telekommunikatsion sohani rivojlanishi biz uchun qanday strategik muhim ahamiyatga ega ekanligini alohida ta'kidlash zarur. Bugun hayotni kompyuter texnikasi, axborot texnologiyalari, internet, uyali telefon aloqasiz tasavvur qilib bo'lmaydi.

Innovatsion faoliyatning xususiyatlari menejmentdagi kommunikatsiyalarning turlari va shakllari oldiga oshirgan talablarni qo'yadi. Innovatsion islohotlarning harakteri, tadbirkorlikning yuqori hatari, yondashishlarni muqobilligi va qarorlarning ko'p variantligi yangiliklarni yaratish

jarayonidagi kommunikatsiyalar shakllarining turli tumanligi va turlarini tabaqalashuvini taqozo qiladi. Kommunikatsiyalar yetarlicha to'liq axborotlarga erishishganda sifatli qarorlarni qabul qilinishini ta'minlashga xizmat qiladilar.

Innovatsion menejmentdagi kommunikatsiyalar amalga amalga oshirish yo'nalishlari foydalanish sohalri, kommunikatsiyalarning usullari va shakllari bo'yicha tasniflanadilar. Innovatsion menejmentdagi kommunikatsiya turlarining eng batafsil tasniflanishi P.N.Zevlin, A.K. Kazaniev, L.E. Mindem tahriri oyidagi ma'lumotnomali qo'llanmada berilgan. Dmak, kommunikatsiyalardan innovatsion menejmentning amalda barcha vazifalarida foydalaniladi. Kommunikatsiya usullari rasmiy va norasmiy xarakterga egalar. Innovatsion faoliyatning kreativ elementi norasmiy kommunikatsiyalarning samarali turlari (ijodiy uchrashuvlar, anjumanlar, simpoziumlar, xususiy ishga doir suhbatlar)ni talab qiladi. Kommunikatsiyalarning axborotlarning to'liqligi, ishonchliligi va ilmiy tadqiqotlarning sifati bilan bog'liq mazmunli turlari keng tarqalgandir.

Protsessual kommunikatsiyalardan harajatlarni nazorat qilish, rejimlarni tekshirish. Yangiliklarni sinash muddatlarini belgilash va h.k. foydalaniladi va rasmiy usul va qat'iy reglamentatsiya (ma'lum tartib va qoidalarni belgilash)ga intiladi, shuning bilan bir vaqtda mazmunli kommunikatsiyalar o'zaro hamkorlikning norasmiy usulida eng katta samaradorlikka erishadi. Innovatsion menejmentda tashqi muhit (yetkazib beruvchilar, sheriklar, buyurtmachilar, iste'molchilar, davlat idoralari va tashkilotlari, asosiy tizimlar va jamoa tashkilotlari) bilan kommunikatsiyalar katta ahamiyatga ega. Kommunikatsiyalarning samaradorligi butunlay axborotlarni uzatish jarayonlarini tashkil qilish va ulardan foydalanishning muvofiqligiga bog'langan.

Innovatsion faoliyatning kelajagi kommunikatsion tarmoqlarni tarqalishi va axborot kanallarini muvofiq tashkil qilinishi bilan yaqindan bog'langan.

Innovatsion manajmentdagi kommunikatsiyalarning turlari 4-rasmda berilgan. An'anaviy tashkilotlarda kommunikatsiyaga bir tomonlama, orasi ochiq jarayon sifatida qaraladi. Kommunikatsiyalarning zamonaviy nazariyalari kommunikatsiya tushunchasining dixotomiyasi (yaxlitni ikki qismga izchil bo'linishi, keyin xar bir qismni yana ikkiga bo'linishi va h.k.)ga uni harakat sifatida tushunish (masalan, tashkilot rahbarining ijtimoiy kommunikatsiyalari yoki operativ kommunikatsiyalari) va o'zaro hamkorlik sifatida ko'rib chiqishga asoslanadi. Kichik guruhlardagi shaxs ichidagi, shaxslararo kommunikatsiyalarni o'rganishning asosida sotsial psixologiya usullari yotibdi.

Shaxs ichidagi kommunikatsiya shaxs ichidagi jarayonlarni bog'lovchi sifatida vujudga keladi. Bu jarayonlar ijodiyotda alohida ahamiyatga egalar, u yerda ongli va ongsiz qilingan impulslar (undovchi sabablar) obrazlar, fikrlar, g'oyalarni yaratishda birlashadilar. Tashqi muhit, investorning tuyg'ulari

kechikmalari, mulohazalari va xulosalari ta'siri ostida kelib tushgan signallar miya tomonidan qayta ishlanadi va amaliy faoliyatda foydalanish uchun axborotlarga aylantiriladi. Axborotlar oqimi uning yakka elementlarining majmuasi bo'ladi, ular insonning murakkab onglari va ongchalarida vujudga keladilar.

Shaxslararo kommunikatsiya o'zaro hamkorlikning eng keng tarqalgan va samarali turlaridan biri bo'ladi. Bu yerda shaxslar ham axborotlarning manbalari va har bir vaqtda uning oluvchilari sifatida harakat qiladilar, shaxslararo kommunikatsiya o'zaro hamkorlikning intensivroq turlaridan biri bo'ladi.

U oqimlarni ko'proq jamlanishi va axborotlarni kamroq sochilib ketishi va yo'qotilishi bilan ajralib turadi. Kommunikatsiyalarning bu turi amaliy tadqiqot va ishlanmalarda juda muhimdir.

Kichik guruhlardagi kommunikatsiyalar innovatsion faoliyatdagi bog'lovchi jarayonlarning asosini tashkil qilladilar. Ular tajriba- konstruktorlik ishlamalari, yangiliklari tadbiq etish va o'zlashtirish bosqichlarida muhim rol o'ynaydilar. Kichik guruhlar, qoidaga ko'ra, 7-11 kishidan tashkil topadilar, u yerda turli-tuman axborotlarning ko'pgina kanallari mavjud.

Yakka shaxslar tomonidan qabul qilinadigan va olinadigan axborotlar mantiqiy, fiziologik, psixologik faoliyatli sotsial va boshqa tabiatga ega bo'lishlari mumkin. Har qanday axborot sub'yektivizmning katta ulushiga ega bo'lganligi va oldingi tajribasi asosida baholanishi sababli, bunday axborot ratsional faoliyatda foydalanish uchun tozalanishi va tartibga keltirilishi kerak.

Shunday qilib, axborotlarga tashkilot tashqi muhiti, kichik guruh mikromuhitining omillari, xodimning shaxsiy omillari, uning oldingi tajribasi va idrok etish tizimi, hamda hulqning belgilangan turi, boshqaruv va rahbarlik usulini mo'ljallashi, guruhdagi rasmiy va norasmiy yetakchilikning nisbati ta'si qiladilar. Bu 5-rasm ma'lumotlari bilan namoyish qilinadi.

Kommunikatsiya nazariyasining ko'pgina qoidalaridan xodimlarni boshqarish va innovatsion firmalar amaliyotida qo'llaniladi.

Muvofiqlashtirish. Muvofiqlashtirish innovatsion menejmentning korxonada katta ieraxik tizimi kichik tizimlari va tizimchalari barcha elementlarining o'zaro hamkorligi va muvofiqlashtirilganligini tashkil qilishga qaratilgan markaziy vazifasidir. Katta va murakkab tizimlarda muvofiqlashtirish jarayoni muhim ahamiyatga ega va katta qiyinchilik tug'diradi. Yondashish noaniqligi, ko'p variantlilik dastlabki axborotlarning to'liq emasligi sharoitida innovatsion faoliyatni muvofiqlashtirish alohidagi murakkabligi va o'ziga xoslik bilan ta'riflanadi.

Yangiliklarni loyihalashtirish, o'zlashtirish va ishlab chiqarishni texnologik tayyorlash jarayonlaridagi o'zaro hamkorlikni muvofiqlashtirish bosqichida xarajatlar – sifat nisbati chegaralovchi shart bo'ladi.

Ishlab chiqarish bo'linmalari, asosiy yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi jarayonlarini muvofiqlashtirishda foyda va daromadni ko'paytirish muvofiqlikning mezoni bo'la olmaydi. Bu yerda muvofiqlashtirish mahsulotni material va energiya iste'mol qilishini pasaytirish, mehnat mezoni umumdorligini oshirish va asosiy mezon sifatida ishlab chiqarish harajatlarini pasaytirish maqsadiga ega.

Muvofiqlashtirishning yakuniy bosqichi tashkilotning bozorni faol o'zlashtirish, foydani ko'paytirish, tashkilotni intensiv o'sishi va boshqalar kabi asosiy maqsadlarini bajarishga bag'ishlangan. Bunga tashkilotning murakkab vazifaviy tizimchalarini uyg'unlashtirish, boshqaruv vazifalarini muvofiqlashtirish, markazlashtirish va markazlashishni buzish jarayonlari rasmiy va norasmiy tashkilotlar, boshqaruvning ma'muriy va sotsial – psixologik usullari o'rtasida muvofiq nisbatni o'rgatish bilan erishiladi.

2.5. Innovatsion menejmentdagi nazorat

Nazorat – innovatsion menejmentning korxonada ishi natijalarini miqdoriy va sifatli baholanishini hisobga olish muhim vazifasidir. U teskari aloqaga ega tizimdan iborat bo'ladi, uning maqsadi tashkilot tomonidan qo'yilgan maqsadlarga erishishni ta'minlashdan iborat. Nazorat – bu standartlar va solishtirish bazasini belgilash, tizimga kirishlarni tadqiqot qilishlarni tadqiqot qilish, natijalarni me'yoriy baza bilan solishtirishni tashkil qilish, chetga chiqishlari va ularni yo'l qo'yadigan darajasini belgilash, hamda natijalarni yakuniy o'lchash bo'yicha turli tuman tadbirlar tizimidir.

Nazorat teskari aloqaga ega jarayon bo'ladi, ya'ni tizimga kirishdagi natijalarning miqdoriy o'lchanishi chiqishdagi parametrlar va tashqi va ichki muhit ta'siri omillarini baholashi bilan bog'lanadi. Masalan, yangiliklarni amalga oshirishdan rejalashtirilgan nisbatan pastroq foyda olinishi quyidagilar bilan izohlanadi.

a) natijasi sotishlar hajmi bo'lgan bozorni yetarlicha tadqiqot qilinganligi va noto'g'ri marketing tadbirlari;

b) yomonroq xom ashyoni kelib tushishi, ishlab tushish tadbirlariga rioya qilishdagi xatolar, texnik nazorat bo'lishi ishidagi buzilishlar oqibatida yangiliklar iste'mol xususiyatlarini pasayishi:

v) ishlab chiqarish xarajatlarini me'yoridan oshib ketishi, bu yangilik tannarxini oshib ketishiga olib keladi va h.k.

6-rasm. Innovatsion faoliyatdagi nazoratning ta'riflari va turlari

Yangilini ishlab chiqishdagi nazoratni taomillashtirish quyidagi bir qator shartlarni ilgari suradi:

- Nazoratning tashkiliy tuzilmalarini mavjudligi.

- Ijroiya idoralari va xizmatlarini shakllantirish.
- Xodimlarni maxsus tayyorlash.
- Tahlilning usullar va nazorat shakllarini ishlab chiqish;
- Me'yoriy, metodologik va axborot bazasini kengaytirish.

Innovatsion faoliyatdan qo'llaniladigan nazorat turlari nazoratning maqsadlari, ko'lamlari, shakllari, predmetlari, ob'yektlari, usullari bo'yicha bo'linadilar. Innovatsion faoliyatdagi nazorat turlari 6-rasmda berilgan.

2.6. innovatsion menejmentda qarorlar qabul qilinishi

Qarorlar qabul qilinishi innovatsion menejmentda yakuniy tadbir bo'ladi. Menejmentning ko'pgina vazifalarini muhim ahamiyatga egallashga qaramasdan, xuddi qarorlar ehtimol bo'lgan ijobiy va salbiy natijalarga olib keladi. Qarorlar qabul qilish tadbirlari menejmentda axborotlarni to'liqligi, menejmentning ko'proq omilkorligi talab qiladi xatarni va javobgarlikni qabul qilinishi bilan ta'riflanadi.

Ilmiy va amaliy innovatsion faoliyat ko'proq darajada ijodiy jarayon bo'ladi, uning uchun farosatli qarorlarni qabul qilinishi xosdir. Xorijda ijodiy jarayonda qarorlar qabul qilinishi xosdir. Xorijda ijodiy jarayonda qarorlar qabul qilishga harakatlar ekzistentsial menejment kategoriyalari bilan bayon qilinishi tasodifiy emas. Olim, kashfiyotchi, innovatsion menejerda qarorlarning katta qismi chuqur ongsiz qilingan jarayonlarga asoslangan, ular chetdan stixiyali va mantiqsiz ko'rinadilar. Ammo tadqiqotchilarning brogan sari ko'prog'I "aqliy hujum", "beixtiyor mulohazalarning yig'indisi", "mantiqsiz fikrlar va kutilmagan fikrlar to'plami" va boshqalar kabi ilmiy g'oyalarni ishlab chiqish usullariga e'tibor qaratadilar. Vazifaviy fikrlash va qarorlar qabul qilishni kreativ va ekzistentsial menejment haqiqat, ehtiyojlar, boyliklar tabiatga nisbatan chuqur dunyo qarashlar, estetik va ma'naviy – ahloqiy, tasavvurlar bilan bog'laydi. Ushbu nuqtai nazardan qarorlar qabul qilinishi ob'yektning individualligi (bir narsani ikkinchisidan ajratuvchi xususiyatlarga egaligi), uni noyoblighi va qaytarilmasligini anglashdan iboratdir.

Yangiliklarni ishlab chiqarishning keying tadbirlari, g'yalarni vujudga kelishi ratsional xarakterga egaligiga qaramasdan, yangiliklarni individuallik va yaxlitlikning sintezi sifatida tushungan holda, aql yetmaydigan farosatni talab qiladi. Kreativ menejer yangiliklarni bundan keyingi ishlab chiqilishi haqidagi qarorni qabul qilishda e'tiborni keying amaliy tadqiqotlardagi sabab – oqibat aloqalari va ratsional – mantiqiy xarakterga jamlashi kerak. Innovatsion menejer uchun ilmiy faoliyat jarayonida takrorlanmaydigan va yagona yangilikning tahlilidan standartli qarorlar qabul qilishning takrorlanadigan tadbirlarini o'rganish va amal qilishga mantiqiy o'tish muammosi vujudga keladi. Bu qat'iy ratsionallikkacha bo'lgan keng turli tumanliklari bilan izohlanadi.

Asosiy qarorlar menejning innovatsion menejmentning vazifalari ichidagi huquqlari, vakolatlari doirasida qabul qilinadi. Masalan, innovatsion loyihani rejalashtirish vazifasi o'z ichiga yangilikning taklif qilinayotgan loyahasini tahlil qilish va baholash, loyihani mavzuli rejaga kiritish, loyihani amalga oshirish bo'yicha ishning jadvali va tarkibini, loyiha bo'yicha harajatlar, loyihaning jamoasi va pudratchilar, yetkazib beruvchilarning tarkibini tasdiqlash va h.k., loyihani ta'minlash uchun moliyaviy oqimlarni, sarmoyadorni qidirib toppish, loyihani amalga oshirish rejasini qabul qilishni oladi.

Qisqacha xulosalar:

Raqobat nazariyasidan kelib chiqqan holda xuddi fanni rivojlanishi va yangi texnologiyalarni tadbiiq etilishining innovatsion salohiyati yuqori tartibdagi raqobat afzalliklarini yaratadi.

Rejalashtirish – bu innovatsion menejmentning ichki va tashqi muhit omillarini tahlil qilish, tashkilot faoliyatini bashoratlash va firma startegiyalrini amalga oshirish va qo'yilgan maqsadlarga erishishni rejalashtirish bo'yicha tadbiiar tizimini boshqarishdan tashkil topgan maxsus vazifasidir.

Boshqaruv jarayonini tashkil qilish vazifasiga boshqaruv jarayonlarini loyihalashtirish, tadbiiar usullar yo'lni bir shaklga keltirish, turlarga ajratish va standartlashtirish bo'yicha choralarni ishlab chiqish, hamda axborotlarni menejment tizimchalari bo'yicha taqsimlash kiradi. Tashkil qilishga ishlab chiqarishning ilmiy – texnik, texnologik va tashkiliy darajasini oshirish kiradi.

Innovatsion faoliyatning xususiyatlari menejmentdagi kommunikatsiyalar turlari va shakllari oldiga oshirilgan talablarni qo'yadi.

Nazorat – korxonada ishi natijalarini miqdoriy va sifatli baholashni hisobga olish bilan bog'liq innovatsion menejmentning muhim vazifasidir.

Menejmentning ko'pincha vazifalarini muhim ahamiyatga egaligiga qaramasdan, xuddi qarorlar ehtimoli bo'lgan ijobiiy va salbiiy natijalarga olib keladilar.

Foydalanilgan adabiiyotlar:

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-uslubiiy majmua. Toshkent - 2018