

## SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION MENEJMENTNI TASHKIL ETISH

To‘xtasinov Begijon

Andijon mashinsozlik instituti, Magistratura bo‘limi “Iqtisodiyot” mutaxassisligi talabasi  
(электрон почта манзиллини ёзиш керак )

**Annotatsiya:** ushbu maqolada sanoat korxonalarida innovatsion menejmentni tashkil etishning bugungi kundagi ahamiyati va bu jarayonda menejerlar tomonidan e‘tiborga olinishi lozim bo‘lgan xususiyatlar bayon qilingan.

**Kalit so‘zlar:** innovatsiya, innovatsiyalarga talab, raqobat, raqobat ustunligi, innovatsion texnologiyalar.

## AN ORGANIZATION OF INNOVATIVE MANAGEMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

**Abstract:** This article describes the relevance of organizing innovation management in industrial enterprises and the features that managers should take into account in this process.

**Key words:** innovations, demand for innovations, competition, competitive advantage, innovative technologies.

**KIRISH.** O‘zbekiston Respublikasida sanoat korxonalarining soni yildan-yilga ortib bormoqda. Respublika statistika qo‘mitasining ma‘lumotiga ko‘ra, 2021 yil 1 avgust holatiga ko‘ra, respublikamizda 90,638 dona sanoat korxonasi mavjud.[9] Lekin, ularning mamlakat hududlari kesimida joylashuvi bir tekis emas. Ayrim viloyatlarda sanoat korxonalarining oylashuvi nisbatan zichroq va ko‘proq bo‘lsa, qolgan viloyatlarda esa ularning soni kamroq. Bu respublika viloyatlari o‘rtasida ijtimoiy – iqtisodiy taraqqiyot borasida farqlar yuzaga kelganini ko‘rsatadi[7]:

No	Hudud nomi	Korxonalar soni (ming dona)	Jami ro'yxatdagiga nisbatan ulushi (%)
1	Toshkent shaxri	16,4	18,3
2	Farg'ona viloyati	9,8	10,9
3	Toshkent viloyati	9,2	10,3
4	Andijon viloyati	9,1	10,1
5	Samarqand viloyati	7,8	8,6
6	Namangan viloyati	7,1	7,9

Yuqoridagi jadvalda keltirilgan ma'lumotdan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda sanoat korxonalarining aksariyat qismi (>60%) poytaxt Toshkent shaxri va 6ta viloyatga to'g'ri keladi. Bunda Toshkent, Samarqand va Farg'ona vodiysi viloyatlari yetakchi bo'lib hisoblanadi. Qolgan viloyatlarda sanoat korxonalarining soni nisbatan kamroq.

O'zbekistonda sanoat korxonalarining sonini ko'payib borishi ishlab chiqarish hajmini ko'payishiga olib keladi, bozorda raqobatni yuzaga keltiradi. Lekin, raqobat muhitini keskinlashuvi korxonalarining menejerlari oldiga yangi vazifalarni qo'yadi. Bu vazifalar birinchi navbatda raqobat ustunligiga erishish, ishlab chiqarish va sotuv hajmini ko'paytirish, yalpi ishlab chiqarish omillari unumdorligini oshirish kabi muammolarga bog'liq bo'ladi.

**ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA.** Jahon iqtisodiyotida texnologik yutuqlar, mijozlarning hatti – harakatidagi o'zgarishlar, raqobatning kuchayishi va o'zgarib borayotgan biznes muhiti – bular bugungi kunda korxonalarda innovatsiyalarga bo'lgan ehtiyojni keltirib chiqarayotgan omillarning asosiylari bo'lib hisoblanadi. Tidd, Bessant va Pavit (2008), kabi olimlarning fikriga ko'ra, "innovatsiyalarning yuzaga kelishi sanoat korxonalarining bozor imkoniyatlarini aniqlay olish va foyda olish maqsadida tijorat munosabatlarini o'rnatilishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin". [1] Bu birinchi navbatda, yangi mahsulotlar, xizmatlar yoki boshqa turdagi noyob nou-xau kabi aktivlarni yaratish, korxonaga asosiy foyda keltiruvchi va mahsulotga talab shakllangan bozorlarda ishlash bo'yicha yangi usullarni ishlab chiqish bilan bog'liq bo'lishi ham mumkin. Bu vaziyatda korxonalar rahbarlarining oldida turgan eng jiddiy vazifa – menejerlar innovatsion jarayonlarni bozordagi vaziyatdan kelib chiqib boshqara olishi va yo'naltirishi bo'lib hisoblanadi.

Innovatsiyalarni tahlil qilishda Nonaka va Takeuchi (1995), Nonaka (1994), Koyen va Levinthal (1990), Van der Be, Song va Verreman (2003) kabi mualliflar innovatsiyalarni yaratish va qo'llab-quvvatlash uchun bilim tsikllarini yaratish va boshqarish muhimligini muhokama qiladilar. Adabiyotlarda innovatsiyaga ta'sir etuvchi omil sifatida tashkiliy strategiya ham keltiriladi.[10]

Tidd (2001) murakkablik va noaniqlik turli strategiyalar haqidagi qarorga qanday ta'sir qilishini tahlil qilgan. Kompaniyalar innovatsiyalarni boshqarish uchun tanlashlari mumkin bo'lgan tamoyillarni ko'rsatib bergan.[1] Miles va Snou esa (1978) tashkilotning uchta strategik turiga mos keladigan adaptiv tsiklni ishlab chiqqanlar: himoyachilar, analizatorlar va tadqiqotchilar. Har bir turning o'ziga xos strategiyasi va texnologiya konfiguratsiyasi, tuzilishi va jarayoni mavjud bo'lib, ular korxonalarining tadbirkorlik salohiyati, muhandislik va ma'muriy muammolarni qanday hal qilishlari, innovatsiyalar boshqarishga oid muammolarini o'rganadi.[12]

Loyiha boshqaruvi innovatsiyalarni boshqarishga kuchli ta'sir ko'rsatadigan yana bir jihatdir. Bunda sanoat korxonalarini o'zlarining innovatsion jarayonlarini yangi mahsulot loyihasini boshqarishga o'xshash tarzda boshqaradigan tashkilotlarni topishga intiladi va uning tajribasini o'rganishga, ilg'or jihatlarini amaliyotga tatbiq etishga harakat qilishi odatiy hol bo'lib hisoblanadi. Ushbu yondashuvga asoslanib, Kuper (1990) "Stage Gate" modelini va Villprigt va Klark (1992) "Funnel" modelini taqdim etganlar.[2] Bu model innovatsiyalar boshqaruv samaradorligi uchun asosiy mezon bo'lib xizmat qilgan.

Innovatsion menejmentga oid ilmiy adabiyotlarda Xenderson va Klark (1990), Griffin va Peyj (1996) va Mikolla kabi mualliflar (2001) kompaniyalarga innovatsiyalar darajasini tushunishga yordam beradigan innovatsion tipologiyalarni taklif qilganlar. [4] Bu taklifni berilishining sababi shuki, har bir korxonalar rahbariyati o'zining bazaviy raqobatbardoshlik ustunliklarini yaratishda shu ustunlikni yaratib bera oladigan noyob texnologiya, ya'ni texnologik innovatsiyani tushunib yetish va unga nisbatan o'zining munosabatini

ishlab chiqishi lozim bo'ladi. Bu omil sanoat korxonalarida innovatsiyalarni boshqarish aspekti bilan bog'liq bo'lib hisoblanadi.

Mahsulotni yaratish jarayoni murakkabligi innovatsiyalarga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Bu ta'sir o'tgan asrning 90-yillarida Hobday (1998) va Chen (1998) tomonidan o'rganilgan va ular innovatsiyalarning boshqaruv samaradorligi bilan bog'liq omillarni tahlil qilganlar.[4,5] Chiyesa va boshqalar (1996) sanoat korxonalarida innovatsion jarayonlarga turki beradigan mexanizmlarni tahlil qilganlar. Sony va Prandelli (2000) esa innovatsiyalarga intilayotgan sanoat korxonalarida jamoalardagi ijtimoiy o'zaro ta'sirning muhimligini ta'kidlaganlar.[6]

**NATIJALAR.** O'zbekistondagi sanoat korxonalarining aksariyati xorijdan keltirilgan ishlab chiqarish texnologiyasidan foydalanadi, raqobat ustunligi faqat narx omili bo'yicha mavjud, mahsulot diversifikatsiyasi va differensiyasiga bo'lgan ehtiyoj juda kuchli. Sanoat korxonalaridagi bu holat nazariy jihatdan o'rganilsa, dunyo mamlakatlarida innovatsion taraqqiyot borasida yuz berayotgan o'zgarishlar bilan taqqoslaganda innovatsiyalarga bo'lgan talab mamlakatimizdagi sanoat korxonalarida o'ziga xos xususiyatlarga ega ekanligi ko'zga tashlanadi. Bu esa innovatsion taraqqiyotning xorijiy mamlakatlardagi yuz berayotgan o'zgarishlarini nazariy jihatdan ko'rib chiqish asosida mamlakatimiz sanoat korxonalarida uchun xulosalar tavsiya qilishga imkon beradi.

**MUHOKAMA.** Rivojlangan davlatlarda sanoat korxonalarida innovatsion boshqaruv tizimini tashkil etish bilan bog'liq muammolarni hal etishda birinchi qadam sifatida mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiy sektor ixtiyoriga o'tkazish deb qaraladi. Chunki, xususiy sektorda korxonalarining faoliyat yuritishi maksimal darajada bozor iqtisodiyoti shart-sharoitlariga moslashtiriladi va unumdorlikning eng maksimal darajasiga erishishga qaratiladi. Bu muammo O'zbekiston Respublikasi sanoat korxonalari uchun ham xos bo'lib, unga yechim topish bugungi kunda dolzarb ilmiy tadqiqot muammolaridan bo'lib hisoblanadi.

A.Ortiqovning fikriga ko'ra, "bugungi kunda O'zbekistonda davlatning iqtisodiyotdagi ishtiroki yuqori bo'lib qolmoqda va u taxminan 55 foizni tashkil etadi. Ushbu ko'rsatkich Janubiy Koreyada 22%, Germaniyada - 18%, AQSH da - 11%, Yaponiyada - 5% ni tashkil etadi".[8] Shu munosabat bilan O'zbekiston hukumati "2021 – 2025 yillarda davlat ishtirokidagi korxonalarini boshqarish va isloh qilish strategiyasi" ni ishlab chiqdi va u shu yil 29 martda tasdiqlandi. Ushbu Hujjatga ko'ra, faqat 2022 yilning birinchi yarmi oxiriga qadar 550 dan ortiq davlat aktivlari sotilishi ko'zda tutilgan. Umuman, kelgusi 4 yil ichida, ya'ni 2025 yilgacha O'zbekistondagi davlat korxonalarida sonini 75 foizga qisqartirish rejalashtirilgan.[8] Bu strategiya kelajakda o'zini oqlash ehtimoli qanday va korxonalar xususiy sektorga sotilgandan keyin ularda raqobat muhitiga moslashishi qanday yuz beradi va bu jarayonga sanoat korxonalarida tayyormi? – degan savol kelib chiqadi. Bu savolga javob topish uchun sanoat korxonalarining o'rta va uzoq muddatli rivojlanish strategiyasining negizida «innovatsion menejment» funksiyasini asosiy boshqaruv funksiyalari qatoriga qo'shish va uni shakllantirish, samarali ishlashini ta'minlash masalalarini o'rganish va hal etish kerak bo'ladi.

**XULOSA.** Yuqorida bayon qilingan yondashuvlardan kelib chiqib, quyidagi xulosalarni mamlakatimiz korxonalariga tavsiya etish mumkin:

- eng muhimi, har bir sanoat korxonasining rahbariyati o'zlariga kerakli bo'ladigan innovatsion ishlanmalarni turlarini aniqlab olish va uni yaratish jarayonini to'g'ri tashkil etishni va boshqarishni o'rganishi lozim;
- texnologik innovatsiyalar negizida raqobat ustunligiga erishmoqchi bo'lgan sanoat korxonalarida kamroq vaqt sarflab, yangi mahsulotni yaratishga, ya'ni innovatsion ishlanmalarga e'tiborni kuchaytirishi kerak;
- kompaniyalar yangi mahsulot ishlab chiqish zarurligini oldingi davr ko'rsatkichlari bilan taqqoslash orqali tushunishi, uning samaradorligini baholashga harakat qilmoqliklari zarur;
- innovatsion jarayonlarni tashkil etish va boshqarishda har bir sanoat korxonasi o'zining ijtimoiy muhitini nazorat qilish va uni innovatsiyalar samaradorligini oshirishga yo'naltirishi muhim bo'lib hisoblanadi;
- innovatsiyalarni boshqarishning yagona umumiy modeli yo'q va ayrim yaratilgan modellar avvalgi tajribalar yoki mantiqiy xulosalarga asoslanadi. Bu muammoning yechimi esa sanoat korxonalarida loyiha boshqaruvi, tashkiliy strategiya va bilimlarni boshqarish kabi ilmiy yondashuvalar asosida hal qilinishi kutilgan natijani beradi.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Goffin, K., & Mitchell, R. (2010). Innovation Management (2nd ed.): Palgrave Macmillan.

2. Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & Wet, J. (2006). Open Innovation - Researching a new paradigm. New York, EUA: Oxford University Press.
3. Mikkola, J. H. (2001). Portfolio management of R&D projects: implications for innovation management. *Technovation*, 21(7), 423-435.
4. Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
5. Hobday, M. (1998). Product complexity, innovation and industrial organisation. *Research Policy*, 26(6), 689-710.
6. Chiesa, V., Coughlan, P., & Voss, C. A. (1996). Development of a technical innovation audit. *Journal of Product Innovation Management*, 13(2), 105-136.
7. Ўзбекистонда қайси худудда саноат корхоналарининг сони кўп?  
<https://bugun.uz/2021/07/29/ozbekistonda-qaysi-hududda-sanoat-korxonalarining-soni-kop>
8. 2025 йилгача Ўзбекистонда давлат корхоналари сони 75% гача қисқатирилади. <https://sputniknews-uz.com>
9. 3 йил ичида саноат корхоналарининг сони қарийб 3 баробарга ошган. <https://darakchi.uz/uz/126991>
10. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. New York: Oxford University Press.
11. Dosi, G. (1982). Technological Paradigms and Technological Trajectories - a Suggested Interpretation of the Determinants and Directions of Technical Change. *Research Policy*, 11(3), 147-162.
12. Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). Organizational strategy, structure and process. California: Stanford University Press.
13. SecondSun Jamoasi  
Aloqa: [info@2ndsun.uz](mailto:info@2ndsun.uz)
14. Telegram: [2ndSun](#)