

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

Қ.Ж.Мирзаев, Э.Ш.Шавқиев, Б.Қ.Жонузоков

ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ

*Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги
томонидан Олий ўқув юртлари талабалари учун ўқув қўлланма
сифатида тавсия этилган*

ТОШКЕНТ – 2019

Қ.Ж.Мирзаев, Э.Ш.Шавқиев, Б.Қ.Жонузоқов. “Инновацион иқтисодиёт”: ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисод-молия, 2019. – 251 бет

Ушбу ўқув қўлланма жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви шароитда мавжуд ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини оширишда ҳамда ташқи бозорда рақобатбардошликни таъминлашда замонавий инновацияларга асосланган юксак технологияларни жорий этиш билан боғлиқ масалалар кўриб чиқилган.

У кириш ва ўн саккизта мавзудан иборат бўлиб, уларда курснинг мазмуни ва вазифалари, инновацион фаолият объектлари ва субъектлари, иқтисодиётда инновацион фаолиятнинг ўзига хос хусусиятлари, инновацион иқтисодиётнинг илмий-услубий асослари, инновацион фаолият инфратузилмасининг ташкилий, ҳуқуқий ва иқтисодий масалалар, инновацион иқтисодиётни ривожлантириш омиллари, инновацион иқтисодиётда хизматлар бозорини ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар, жумладан, иқтисодиётда инновацион кластерни шакллантириш зарурияти инновацио ҳамда унинг ташкил этилиши ва амал қилиши билан боғлиқ баён этилган.

Ўқув қўлланма олий ўқув юртлари талабаларига мўлжалланган бўлиб, унда магистрантлар, аспирантлар, раҳбар ходимлар ва мутахассислар ҳамда малака ошириш марказлари тингловчилари ҳам фойдаланишлари мумкин.

Такризчилар:

И.ф.д., профессор А.И.Аликулов

И.ф.н., доцент Т.Шарипов

Олий ўқув юртлариаро илмий-услубий бирлашмалар фаолиятини Мувофиқлаштирувчи кенгаш Президиумининг 2019 йил ...-сонли қарорига асосан ОЎЮлари учун ўқув қўлланмада сифатида нашрга тавсия этилган.

© “Иқтисод-молия” нашриёти, 2019 йил.

ISBN 5-648-03158-0

КИРИШ

Дунёда кечаётган глобаллашув жараёнлари барча давлатларни ягона иқтисодий тизимга бирлаштириб, ўз чегараларини кенгайтириб бормоқда. Жаҳон иқтисодиётининг трансформациялашуви ва халқаро меҳнат тақсмотининг чуқурлашиб бориши шароитида, ташқи бозорда рақобатбардошлиликни таъминлаш учун аксарият давлатлар ўз иқтисодиётини ривожлантиришда ва мавжуд ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини оширишда замонавий инновацияларга асосланган юксак самарали технологияларни жорий этишга катта эътибор қаратишмоқда.

Иқтисодиётнинг ҳозирги замон ривожланишига хос бўлган жиҳат дунёнинг етакчи мамлакатлари постиндустриал жамият шаклланишининг янги босқичига – илғор билимлар яратиш, тарқатиш ва фойдаланишга асосланадиган иқтисодиёт яратишга ўтиши ҳисобланади. Жамиятда кам учрайдиган ноёб кўникма ва қобилиятлар, уларни доимий равишда ўзгартирадиган фаолият шароитларига мослаштириш, юқори малакали ва етакчи ишлаб чиқариш ресурсига, шахсининг социал мақоми ва моддий фаровонлигининг асосий омилига айланади.

Бугунги кунда илм ва фандаги ютуқлар, кадрлар ва илмий салоҳият, табиий ресурслар каби мавжуд объектив омиллардан самарали фойдаланаётган мамлакатлар ўз ривожланишларида илгарилаб бормоқдалар. Ва бунинг натижасида ўз фуқароларининг турмуш фаровонлигини оширишга ва ҳаёт сифатини яхшилашга эришмоқдалар ҳамда ички иқтисодий, сиёсий ва халқаро муносабатларнинг янги тизимини шакллантирмоқдалар. Замонавий фан ютуқларидан, янги техника ва технологиялардан фойдалана олмаётган мамлакатлар эса юзага келган янги шарт-шароитларга мослаша олмаяптилар ва олға интилишда анча оқсамоқдалар.

Иқтисодиётнинг глобаллашуви жарёнида ишлаб чиқариш, меҳнат ва савдо бозорлари интеграцияси, хомашё ўрнини босувчи воситалар ва таннархга таъсир этувчи бошқа омилларни топиш борасидаги аёвсиз ва

шиддатли рақобат замонида илм-фан, инновация, инвестиция, техника ва технология соҳалари иқтисодиётнинг локомотиви ҳисобланади. Буни Япония, Хитой, Жанубий Корея каби китъамиздаги ривожланган давлатларнинг ихтирочилик ишланмалари, рационализаторлик таклифлари йўналишларига салмоқли сармоялар киритиш орқали юксак натижаларга эришгани мисолида яққол кўришимиз мумкин.

Ҳозирги пайтда Япония дунёни ўзининг нанотехнологиялари билан, Германия автомат машиналари билан, Ҳиндистон дастурлари билан, Хитой эса маиший ва арзон воситалари билан дунёда машҳур ҳисобланади. Бугунги кунда яратилаётган инновацияларнинг асосий қисми техника ва технологиялар оламига хосдир.

Мамлакатимиз иқтисодиётини тубдан ўзгартиришдаги муҳим стратегик вазифалар каторида илмий-техника салоҳиятидан самарали фойдаланиш муҳим ўрин эгаллайди, чунки давлатнинг XXI асрдаги иқтисодий ўсиши фан-техника тараққиёти ва иқтисодиётнинг барча соҳаларида, асосан, саноатда ишлаб чиқаришнинг интеллектуаллашуви билан таъминланади.

Республикамизда кейинги уч йил мобайнида юқори технологиялар, илмий-технологик ва инновацион тадбиркорлик барқарор ривожланишини таъминлаш, миллий ва хорижий бозорларга рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва етказиб беришни йўлга қўйиш учун қулай муҳит яратишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида бу борада замонавий ёндашув ҳамда тамойилларни ишлаб чиқиш, амалиётга жорий этиш, эркин иқтисодий зоналар, технопарклар ва кичик саноат зоналарини ташкил этиш, фаолият кўрсатаётган зоналарнинг самарадорлигини ошириш вазифалари белгиланган.

Шуни тан олиш лозимки, Ўзбекистоннинг жаҳон иқтисодиётида, глобал технологик маконда ўз ўринини эгаллашида фақатгина ривожланишнинг тўғри стратегиясини белгилаб олиши ўта муҳимдир.

Бундай стратегия асосида фан ва технологияларнинг ривожланиш даражаси ётади. Уларни ривожлантириш ва улардан фойдаланиш даражаси Ўзбекистоннинг барқарор ривожланиши ва хавфсизлиги муаммоларини ҳал этишда асосий омиллардан бири бўлиб бормоқда.

Кучли рақобат шароитида, иқтисодиёт тармоқларининг илғор технологиялар ва ишланмаларга эҳтиёжи катта бўлиб, мунтазам ортиб бормоқда. Чунки, ҳозирги замон бозор иқтисодиёти хўжалик юритувчилардан ишлаб чиқаришни жадал ривожлантириш, катта даромад келтирадиган сифатли ҳамда харидоргир маҳсулот тайёрлаш имконини берадиган юқори технологияларни ўзлаштиришга йўналтиришни талаб қилади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга Мурожаатномасида таъкидлаганидек: “2017йилда **иқтисодиёт соҳасида** замон талабларига жавоб берадиган, янгича маъно-мазмундаги ва самарали ислохотларни амалга ошириш йўлида биринчи қадамларни қўйдик”¹.

“Бугун биз давлат ва жамият ҳаётининг барча соҳаларини тубдан янгилашга қаратилган **инновацион ривожланиш йўлига ўтмоқдамиз**. Бу бежиз эмас, албатта. Чунки замон шиддат билан ривожланиб бораётган ҳозирги даврда ким ютади? Янги фикр, янги ғояга, инновацияга таянган давлат ютади.

Инновация – бу келажак дегани. Биз буюк келажакимизни барпо этишни бугундан бошлайдиган бўлсак, уни айнан инновацион ғоялар, инновацион ёндашув асосида бошлашимиз керак. Шунинг учун биз Инновацион ривожланиш вазирлигини ташкил этдик ва унинг олдида аниқ вазифаларни қўйдик. Бу вазирлик нафақат иқтисодиёт соҳасида, балки бутун

¹Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.- Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018, 8 бет.

жамият ҳаётида энг муҳим лойиҳаларни амалга оширишда ўзига хос локомотив ролини бажаради, деб ишонамиз”².

Демак, бугунги кунда жамият ривожланишини таъминловчи асосий омиллардан бири – инновацион ғоялар ва ҳар қандай фаолиятда инновацион ёндашув ҳисобланади. Шу сабабдан ҳам миллий иқтисодиётни инновациялар асосида тараққий эттириш давлат сиёсатига айланди.

Инновацион сиёсат – инновация фаолиятини ривожлантириш ва рағбатлантиришга йўналтирилган социал-иқтисодий сиёсатнинг таркибий қисми ҳисобланади. Бу иқтисодиётда илмий ишланмалар, тажриба лойиҳа ишлари ёки бошқа фан-техника ютуқлари, янги ёки такомиллаштирилган технологиларни татбиқ этилаётган инновацион жараёндир.

Давлатнинг инновацион сиёсати миллий маҳсулотнинг рақобатбардошлигини ошириш, барқарор иқтисодий ўсиш, аҳолининг яшаш шароитини яхшилаш, мамлакатнинг мудофаа, технологик ва экологик хавфсизлигини таъминлаш учун инновация фаолияти устуворлигининг тан олиниши учун шакллантирилади ва амалга оширилади.

Давлатнинг инновацион сиёсати– илмий тадқиқотлар, ишланмалар, тажриба-конструкторлик ишлари ёки фан-техника ютуқларидан фойдаланган ҳолда иқтисодий айланмага киритиладиган янги ёки такомиллаштирилган технологик жараён, янги ёки такомиллаштирилган маҳсулот яратиш тушуниладиган инновацион фаолиятни ривожлантириш ва рағбатлантиришга йўналтирилган социал-иқтисодий сиёсатнинг таркибий қисмидир.

Давлатнинг инновацион сиёсати маҳаллий маҳсулот (хизмат)лар рақобатбардошлигини ошириш, барқарор иқтисодий ўсишни таъминлаш, аҳолининг турмуш сифати ва даражасини ошириш, технологик ва экологик хавфсизлигини таъминлаш учун инновацион фаолият устуворликларини тан олишдан келиб чиқиб шакллантирилади ва амалга оширилади.

²Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.- Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018, 23 бет.

Ишлаб чиқаришнинг ривожланиши, қолаверса унинг тақдири, аксарият ҳолларда, нафақат корхоналардаги ресурслар миқдорига, айти пайтда уларда фаолият юритаётган ходимларнинг илм ва фан ютуқларини ишлаб чиқаришда қўллай олиш қобилиятига ҳам боғлиқдир. Корхоналар раҳбарлари ва мутахассисларининг инновацион тадбиркорлик ҳислатлари ҳозирги иқтисодий танглик, моддий ва молиявий ресурсларнинг танқислиги даврида жудаям сезилади.

Ушбу талабларга жавоб бериш учун “Инновацион иқтисодиёт” фани бўйича чуқур билимга эга бўлиш муҳим аҳамиятга эга.

“Инновацион иқтисодиёт” фани инновацион ишланмалардан фойдаланган ҳолда ишлаб чиқариш корхоналарини мақсадга мувофиқ ташкил этиш ва юритиш йўллариини ҳамда усулларини ўргатади

“Инновацион иқтисодиёт” фанини ўқитишдан мақсад – иқтисодий юксалишнинг ҳозирги босқичида инновацион ривожланиш бўйича илмий-назарий ва услубий ёндашувларни ўрганиш, шунингдек, талабаларда янги иқтисодий онгни шакллантиришдир.

Фаннинг вазифалари – инновацион ривожланишнинг устувор йўналишларини танлашни билиш, инновацион тараққиётни амалга ошириш борасида илмий асосланган амалий қадамларни илгари суришни ўргатишдан иборатдир.

Шунингдек, “Инновацион иқтисодиёт” фани фундаментал фанлардан бири бўлиб, бошқа иқтисодий фанларни чуқур ўрганишда асос бўлиб хизмат қилади.

Жамиятнинг ривожланиб бориши давомида кўпгина янги фанлар пайдо бўла бошлайди, мавжуд фанлар эса янада такомиллашади. “Инновацион иқтисодиёт” фани иккинчисига тааллуқли.

Мамлакатимизнинг инновацион ривожланиш йўлига ўтаётган шароитда “Инновацион иқтисодиёт” фанини ўрганишга бўлган талаб янада ортди. Бу фанни билмасдан туриб, ҳар қандай корхонани ривожлантириб бўлмайди.

Фан ва техниканинг шиддатли ривожланаётган ҳозирги шароитда олинган билим доимо тўлдирилиб борилиши керак. Фақат шундагина билим амалий аҳамиятга эга бўлади ва жамиятнинг ишлаб чиқариш кучига айланади.

«Инновацион иқтисодиёт» фани бакалаврларни тайёрлаш учун мўлжалланган бўлиб, Давлат таълим стандартлари ва ўқув режалари асосида 5230100 “Иқтисодиёт” (тармоқлар ва соҳалар бўйича) таълим йўналишида ўқитилади.

Ушбу ўқув қўлланма Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2019 йил 2 майдаги 394-сонли буйруғи (6-илова) билан тасдиқланган “Инновацион иқтисодиёт” фанв дастури асосида тайёрланди.

Ўқув қўлланмада ёритилган мавзулар қуйидаги муаллифлар томонидан тайёрланди:

Кириш, 1, 4, 7, 11, 13 мавзулар – Э.Ш.Шавқиев

2, 5, 8, 9, 14 17 мавзулар – Б.Қ.Жонузоқов

3, 6, 10, 12, 15, 16, 18 мавзулар – Қ.Ж.Мирзаев.

Манзил: 703000 Самарқанд ш. Амир Темур, 9.

1-МОДУЛ. “ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТ” ФАНИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

1-мавзу. “Инновацион иқтисодиёт” фанига кириш

Режа:

- 1.1. Инновацион иқтисодиёт – фан ва ўқув курси сифатида
- 1.2. “Инновацион иқтисодиёт” – иқтисодиёт фанларининг таркибий қисми ва билимлар соҳаси
- 1.3. “Инновацион иқтисодиёт” фанининг мазмуни, мақсадлари ва бошқа фанлар билан алоқаси

1.1. Инновацион иқтисодиёт – фан ва ўқув курси сифатида

Маълумки, инсонларнинг моддий кўринишдаги ҳаётий эҳтиёжлари – кийим-кечак, озиқ-овқат, уй-рўзғор буюмларига эга бўлиш каби эҳтиёжлардир.

Ҳаётий неъматларга бўлган эҳтиёжларни қондириш мақсадида инсонлар турли соҳаларда фаолият кўрсатишади.

Инсонлар ҳаётий неъматларга бўлган эҳтиёжларини янада тўлиқроқ қондирилишини таъминлаш мақсадида бошқа йўналишдаги фаолиятлар билан шуғулланиши зарурияти туғилади: таълим, фан, маънавият ва бошқалар.

Инсонлар эҳтиёжининг қондирилиш даражаси бевосита ресурсларга бориб тақалади.

Ресурсларнинг барчаси – табиий бойликлар, малакали ишчи кучлари, ишлаб чиқариш воситалари, истеъмол товарлари, пул маблағлари ва бошқалар чекланган миқдордадир. Ҳаттоки, ишлаб чиқаришнинг бугунги даражасида инсоният ихтиёридаги турли табиий бойликларнинг тахминан қанча вақтга етишини олдиндан башорат қилиш мумкин. Жумладан, инсоният 2500 йилга келиб, барча металл захираларини сарфлаб бўлиши башорат қилиниб, бунда темир рудаси 250 йилга, алюминий 570, мис 29, рух

23, қалайи 35, кўрғошин 19 йилга етиши тахмин қилинмоқда. Амалда ҳозир яшаётган авлод ҳам ишлаб чиқаришда кўрғошин, қалайи, рух, олтин, кумуш, платина, никел, волфрам, мисдан фойдаланиш муаммосига дуч келмоқда. Яқин юз йил ичида ишлаб чиқаришни энергоресурслар: нефт, газ, кўмир билан таъминлаш муаммоси ҳам алоҳида муаммо бўлиб қолиши эҳтимолдан ҳоли эмас”³.

Чекланган иқтисодий ресурслардан унумли фойдаланиб, инсонларнинг яшаши ва камол топишини таъминлайдиган моддий ва маънавий неъматлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш билан боғлиқликда амал қиладиган турли-туман фаолиятлар яхлит қилиб, бир сўз билан, иқтисодий фаолият деб аталади.

Иқтисодиёт — мулкчиликнинг турли шакллариغا асосланган хўжаликлардан, хўжаликлараро, давлатлараро бирлашмалар, корпорациялар, концернлар, қўшма корхоналар, молия ва банк тизимларидан, давлатлар ўртасидаги турли иқтисодий муносабатлардан иборат ўта мураккаб ижтимоий тизимни англатади.

Чекланган иқтисодий ресурслардан оқилона фойдаланиб, аҳолининг тўхтовсиз ўсиб боровчи эҳтиёжларини қондириш мақсадига эришиш йўллари топиш иқтисодиётнинг асосий мазмунини ташкил этади.

Шу сабабдан ҳам, бугунги кунда, мамлакат иқтисодиётининг барча соҳаларини инновацион ривожланиш жараёнларини интенсификация қилиш стратегик жиҳатдан энг асосий масала сифатида қаралмоқда.

Ҳозирги даврда миллий иқтисодиётнинг барча соҳа ва тармоқларида инновацион иқтисодиёт асосларини билиш малакали мутахассислар тайёрлашнинг зарурий шарти ҳисобланади. “Инновацион иқтисодиёт” фани инновацион иқтисодиёт бўйича муайян билимларни эгаллашга кўмаклашади.

Инновацион иқтисодиёт — фан сифатида инновацион жараёнларни бошқарув механизмлари бўйича умумий тушунча ва тасаввурларни шакллантириш, инновацион фикрлаш, маълумотлар оқимини қабул қилиш ва

³Зубко Н.М. Экономическая теория. - Минск: НЦ АПИ, 1998, стр.61..

умумлаштириш, шунингдек, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш каби зарурий ички ресурсларни ривожлантириш бўйича билимлар мажмуасини ифода этади.

У жамият учун зарур бўлган моддий ва маънавий неъматларни тайёрлашнинг янги усуллари ва жараёнларини ҳамда замонавий бошқарувни шакллантиришни ўз ичига олади.

Шу тариқа “Инновацион иқтисодиёт” фани изланиш ва услубий вазифаларни бажаради ҳамда жамият ҳаётининг барча соҳа ва тармоқларида қабул қилинувчи амалий қарорлар учун асос бўлиб хизмат қилади. Фан-техника тараққиёти шароитларида “инновацион иқтисодиёт” фани жамиятда бевосита ишлаб чиқариш кучига айланиб бормоқда.

Фан-техника тараққиёти, малакали кадрлар, хўжалик механизми ва ундан оқилона фойдаланиш, изланиш, тадбиркорлик, ташаббускорлик, рағбатлантириш - буларнинг барчаси иқтисодиётда ижобий силжишларга эришиш учун хизмат қилади.

1.2. “Инновацион иқтисодиёт” – иқтисодиёт фанларининг таркибий қисми ва билимлар соҳаси

Инсон яратилганидан бўён ўрганишга интилиб келган зот. Таълим, илм, унинг учун эҳтиёж. Илм инсоннинг ўқиш, ўрганиш ва ҳаётий тажриба орқасида ортирган билими. Билим эса муайян соҳага оид маълумотлар мажмуи.

Фан – тадқиқотлар фаолияти соҳаси бўлиб, асосий мақсад табиат, жамият ва фикрлаш тўғрисида янги билимларни ишлаб чиқишга йўналтирилади. У табиат ва жамиятнинг тараққиёт қонуниятларини очиқ берувчи ҳамда атрофдаги муҳитга таъсир кўрсатувчи билимлар тизимидир.

Фан ёрдамсиз, атрофимизни ўраб турган дунё тўғрисидаги билимлар тизимини яратмасдан жамият тараққиётига эришиш мумкин эмас. Илмий ўрганиш воқеликни оддий ҳаётий тарзда қабул қилишдан фарқли равишда,

ходиса ва жараёнларни чуқур англаш, ўзаро алоқаларини очиб бериш, уларнинг ривожланиш сабаблари ва кучларини аниқлаш имконини беради.

“Инновацион иқтисодиёт” фани умумий фанларнинг таркибий қисми бўлиб, унинг ўрни ва аҳамияти тўғрисида юқорида қисқача тўхталиб ўтилди.

“Сўнгги йилларда республикада мамлакатнинг инновацион салоҳиятини янада ривожлантириш учун кулай шарт-шароитларни яратишнинг самарали механизмларини ишлаб чиқишга, илмий-инновацион фаолиятни ривожлантириш ва уни ҳар томонлама кўллаб-қувватлашга қаратилган комплекс чора-тадбирлар амалга оширилди”⁴.

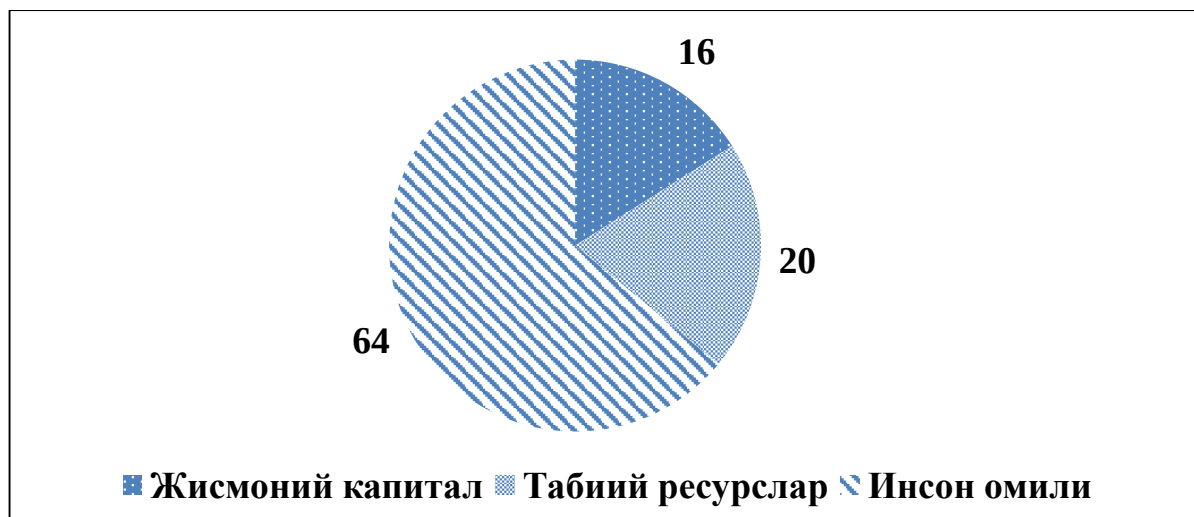
Маълумки, иқтисодиёт жамият ҳолатини, ишлаб чиқариш кучларидан фойдаланиш ва уларнинг ривожланиш даражасини, фан-техника тараққиёти ютуқларидан фойдаланишни, одамларнинг маданияти ва маълумоти даражаси ва ҳоказоларни акс эттиради. “Инновацион иқтисодиёт” билимларнинг мустақил соҳаси ва иқтисодиёт фанининг таркибий қисми сифатида масаланинг айнан шу томонига кўпроқ эътибор қаратади.

Бундай шароитларда хўжалик амалиёти ва фан олдида биринчи ўринда ишлаб чиқаришнинг ҳар бир бўғинида юқори самара ва сифат кўрсаткичларига эришиш масаласи қўйилади.

Иқтисодиётнинг ривожланишига керакли билим ва кўникмаларни, маблағ ва кучларни киритмасдан туриб корхона ҳам, жамият ҳам ривожланган иқтисодиётни ҳамда моддий неъматларнинг тўқинлиги ва турмуш тарзининг юқорилигини талаб қила олмайди.

“Жаҳон тикланиш ва тараққиёт банки томонидан 192 мамлакатда ўтказилган тадқиқот натижаларига кўра, ҳозирги даврда иқтисодий ўсишнинг 16,0 %и жисмоний капитал (ишлаб чиқариш воситалари, инфратузилма ва ҳ.к), 20,0 %и - табиий ресурслар таъминлайди. Қолган 64,0 %и инсон омили, биринчи навбатда билим ва малака даражаси улушига тўғри келади (1.2.1-расм).

⁴Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси инновацион ривожланиш вазирлиги ҳузурида илғор технологиялар марказини ташкил қилиш тўғрисида” ПҚ-3674-сон қарори



1.2.1-расм. Жаҳон мамлакатларида иқтисодий ўсишни таъминлашда инсон омили – билим ва малаканинг салмоғи (умумий кўрсаткичга нисбатан % ҳисобида)”⁵.

Кучли рақобат шароитида, иқтисодиёт тармоқларининг илғор технологиялар ва ишланмаларга эҳтиёжи катта бўлиб, мунтазам ортиб бормоқда. Негаки, ҳозирги замон бозор шароити хўжалик юритувчилардан ишлаб чиқаришни жадал ривожлантириш, катта даромад келтирадиган сифатли ҳамда харидоргир маҳсулот тайёрлаш имконини берадиган юқори технологияларни ўзлаштиришга йўналтиришни талаб қилади.

Шуни қайд этиш лозимики, республикамизда қабул қилинган қатор имтиёз ва преференциялар ҳам инновацион тараққиёт учун хизмат қилади. Масалан, инновацион лойиҳалар билан шуғулланаётган илмий муассасаларга солиқ имтиёзлар тақдим этилган, шуниси ҳам муҳимки, бундай мақсадларга йўналтирилган маблағлар ягона социал тўловдан ташқари барча тўловлардан озод этилган.

Жаҳон тажрибасига мувофиқ соҳалар ва ишлаб чиқарувчилар, корпорация ва фирмалар давлат билан бир қаторда ўзлари учун керакли бўлган амалий илмий тадқиқотларни молиялаштиришлари зарур бўлади, улар амалий ишланмаларнинг 30 фоизидан зиёдини, илмий-техник инновацион ишланмаларнинг 50 фоизидан кам бўлмаган улушини

⁵.Ижтимоийсоҳа иқтисодиёти. Дарслик./И.ф.д., проф. Қ.Х. Абдурахмонов таҳрири остида. – Т.: Иқтисодиёт,2013, 131 бет.

молиялаштиришлари керак бўлади. Ҳозирги кунда уларнинг молиялаштириш ҳажми 10 фоиздан ошмайди. Амалий давлат илмий-техник дастурлар миқёсининг ўзида ушбу ишлардан манфаатдор бўлган ишлаб чиқарувчиларнинг молиявий иштироки кутилмоқда. Бу соҳадаги тегишли дастлабки ишлар аллақачон бошлаб юборилган.

Мамлакатимизда экспортбоп маҳсулот олиш мақсадида қишлоқ хўжалик хомашёсини чуқур қайта ишлаш бўйича ихчам технологик ишлаб чиқаришларни ташкил этиш учун айнан ушбу соҳада муваффақиятли қўллаш мумкин бўлган инновациялар мавжуд.

Бу борада Полимерлар кимёси ва физикаси институти, Генетика ва ўсимликлар экспериментал биологияси институти, Ўзбекистон Фанлар академиясининг “Ботаника” илмий-ишлаб чиқариш маркази, Фарғонадаги “Композит” масъулияти чекланган жамияти, Р.Шредер номидаги боғдорчилик, узумчилик ва виночилик илмий-тадқиқот институти, Ўзбекистон сабзавот-полиэ экинлари ва картошкачилик илмий-тадқиқот институти, мамлакатимизнинг турли ҳудудларидаги бошқа қўллаб илмий муассасалар ва марказларнинг ишланмалари янгилиги ва долзарблиги билан ажралиб туради. Бу субъектлар томонидан бажарилган илмий-тадқиқот натижалари мамлакатимизда қатор йиллардан бўён ўтказилаётган ярмаркаларга ташриф буюрган фермер ва кичик бизнес вакилларида катта қизиқиш уйғотди.

Ҳозирги кунда бозор иқтисодиёти ишлаб чиқариш кучларининг ривожланиши ва корхоналарнинг мустақил фаолият кўрсатишларига кенг имкониятлар очиб бериш билан бирга кадрларга, уларнинг билимлари, кўникмалари ва малакаларига катта талаблар қўймоқда. Бир томондан фан-техника тараққиёти, иккинчи томондан эса замонавий бозор муносабатлари ва рақобатчиликнинг ривожланиб бориш шароитларида инновацион фаолият билан боғлиқ бўлган қарорларни қабул қилишни тўғри амалга оширувчи мутахассислар муваффақиятга эришиши мумкин.

Машхур иборада айтилишича “дарахтларнинг ортида ўрмонни кўра олиш зарур.” Малакали мутахассис дунё амалиётидаги илғор илмий-тадқиқот усуллари ва замонавий технологияларни ўзлаштириш асосида ишлаб чиқарилувчи маҳсулот ёки хизматга бўлган талабни ошириш йўллари билиши лозим. Бошқача қилиб айтганда, гап назарий билимларнинг амалий тажриба ва кўникмалар билан уйғунлашуви, ёш мутахассиснинг турли хўжалик шароитларида тез, тўғри ва аниқ қарор қабул қилиши ҳақида бормоқда. Фақат шу қобилиятларга эга бўлган мутахассисгина тезда жамиятда ўз ўрнини топиб, хизмат пиллапоясида олға қадам ташлаши ва юқори лавозимлар сари ҳаракатини бошлаши мумкин.

1.3. “Инновацион иқтисодиёт” фанининг мазмуни, мақсадлари ва бошқа фанлар билан алоқаси

“Инновацион иқтисодиёт” бошқа фанлар каби биринчи ўринда ўрганиш функциясини бажаради.

Ҳозирги кунда жамият ҳаётида инновацион соҳанинг жадал ривожланиши, иқтисодиётда интеллектуал маҳсулот, ахборот ва илмий-техник ва инновацион фаолият улушининг ўсиши шунга олиб келдики, инновациялар худди фойдали қазилмалар, ишлаб чиқариш қувватлари ва интеллектуал салоҳият каби, мамлакатнинг бойлиги ҳисоблана бошлади.

Ўзбекистон ва унинг ҳар бир фуқароси манфаатлари йўлида инновацион ва илмий-техник салоҳиятдан самарали фойдаланишнинг мамлакатда комплексли инновацион сиёсатини шакллантириш ва уни амалга ошириш учун қонунчилик асослари яратмасдан туриб ҳеч ҳам имкони йўқ. Шу сабабдан юртимизда интеллектуал мулк ва унинг муҳофазаси борасида бир қатор қонунлар қабул қилинди. Шунингдек, “Ўзбекистон Республикасининг “Инновациялар ва инновация фаолияти тўғрисида” Қонуни лойиҳаси 2012 йил 20 ноябрда муҳокамага қўйилган эди.

Бозор ислохотларининг амалга оширилиши, мамлакатнинг жаҳон ҳамжамиятига интеграциялашуви, жаҳон иқтисодий тизимининг билимлар ва

ахборот ролининг ўсиши томон ўзгариши, янги технологиялар ва капитал бозори ўртасидаги алоқалар кучайиши билан мамлакатимиз иқтисодиётининг инновацион ривожланиш йўлига ўтиши долзарб аҳамият касб этади.

Дунёнинг етакчи ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларида ривожланиш умумий қонуниятлари ва тенденцияларини билиш, шунингдек, бой табиий ресурслар, ишлаб чиқариш ва илмий-техник салоҳиятга эга бўлган Ўзбекистоннинг ўзига хос шароитларини ҳисобга олган ҳолдагина мамлакатимизнинг инновацион ривожланиш йўлига ўтиш йўллари ва усулларини ишлаб чиқиш мумкин.

Замонавий дунёда интеллектуал маҳсулотнинг тижоратлашуви, фан ва техника ролининг тубдан ўзгариши сабабли ҳар бир давлат, шунингдек, алоҳида корхоналар даражасигача бўлган қуйи бошқарув даражасидаги структуралар бозор шароитларида илмий-техник ва инновацион фаолиятга ресурслар ажратиш, бу фаолият натижаларини амалга оширишга ўз муносабати ҳақида тасаввурга эга бўлиши, яъни мамлакат, минтақа, ташкилот ва алоҳида шахснинг белгиланган социал-иқтисодий мақсадларига самарали эришиш имконини берадиган ўз инновацион сиёсатини ишлаб чиқиши лозим.

Инновацион соҳада стратегик ва тактик чоралар тизимини ишлаб чиқиш фақат илмий асосда амалга оширилиши мумкин. Шу сабабли фаол ҳаракат қилаётган ҳар бир шахс, у қайси фаолият соҳасида банд бўлмасин, фан ва техниканинг ривожланиш умумий қонуниятлари, янгиликларни самарали қўллаш усуллари ҳақида тасаввурга эга бўлиши, янгиликлар киритиш назарияси, инновацион фаолиятни ташкил этиш ва бошқариш амалиётини, яъни инновацион стратегиянинг асосий қоидаларини, шунингдек, мос келувчи даражада инновацион сиёсатни шакллантириш ва амалга ошириш хусусиятларини билиши зарур.

“Инновацион иқтисодиёт” фанинг объекти– Ўзбекистонда замонавий инновациянинг асосий масалалари, унинг ҳолати ва ривожланиш истиқболлари, такомиллаштириш мумкин бўлган йўналишлари ҳисобланади.

Мазкур фаннинг предмети— инновацияларнинг жамият ривожланишидаги ўрни ва роли, фан-техника тараққиёти қонуниятлари, янгиликлар яратиш ва ўзлаштириш жараёни, янгиликлар киритишнинг ҳаётийлик даври, инновацияларни таснифлаш тамойиллари ва функциялари ҳамда инновацион фаолият инфратузилмаси ҳисобланади.

Фан-техника тараққиёти суръатининг тўхтовсиз ўсиши ва динамиклиги билан тавсифланадиган инновацион иқтисодиётда кадрлар тайёрлашнинг асосий жиҳатларига алоҳида эътибор қаратилади. Бу эса, ўз навбатида, профессионал кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлашни самарали амалга ошириш имконини берадиган мос келувчи таълим тизимини шакллантириш кўзда тутилган инновацион сиёсатни талаб қилади.

“Инновацион иқтисодиёт” фанида инновацион сиёсат мақсадлари ва вазифаларига, унга таъсир кўрсатувчи омилларга, корхона, минтақа ва давлат миқёсида инновацион сиёсат амалга ошириш усулларига, уни ишлаб чиқиш тамойиллари ва мавжуд инновацион сиёсатни таҳлил қилиш усулларига, инновацион сиёсатни амалга оширишнинг амалий масалаларига алоҳида эътибор қаратилади.

“Инновацион иқтисодиёт” фанида давлат миқёсида инновацион фаолиятни ривожлантириш ва қўллаб-қувватлаш асосий тамойиллари ҳамда миллий инновацион тизимлар шакллантириш ва фаолият кўрсатиши борасида хориж тажрибалари ўрганилади.

Фаннинг предмети ташкил қилувчи энг асосий муаммо ва масалалар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- мамлакат иқтисодиётини юксалтиришга кўмаклашувчи инновацион сиёсат;
- инновацион товарни яратиш жараёни ва унинг босқичлари
- бозор тузулмасининг янги технологияларни ривожлантиришга таъсири;
- инновацион фаолиятнинг бугунги инфратузилмаси;
- инновацияларнинг иқтисодий аҳамияти;

- инновацияларнинг соҳалар бўйича турлари;
- саноатда инновацион моделлар;
- илмий техника тараққиёти ва уни бошқариш;
- интеллектуал капитал, интеллектуал мулкни шакллантириш ва бошқариш;
- Ўзбекистон миллий инновацион тизими;
- инновацион маркетингда товар ва хизматларни стратегик йўналишлари;
- илмий кашфиётлар, ихтиролар ва лицензиялаш;
- патентлар ва патент ахборотларини излаш;
- саноат намуналари, бренд ва селекция ютуқлари инновацион ривожланишнинг бошқарув объекти сифатида;
- инновацион иқтисодиётда менежмент стратегиялари;
- инновацион лойиҳаларни молиялаштириш тизими;
- инновацион соҳада кадрларни бошқариш механизми;
- инновацион ғоялар, ишламалар ва технологияларни амалга оширишда кластер усуллари қўллаш зарурияти.

Юқоридаги ва бошқа саволлар миллий иқтисодиётнинг тараққий этишида инновацияларнинг ролини очиқ беради.

Фаннинг мақсади— таълим олаётганларга миллий иқтисодиётни инновацион тизимда саноат корхоналарининг эгаллаган ўрнини тавсифлаш, иқтисодиёт ва аҳолининг саноат маҳсулотларига бўлган эҳтиёжларини тўлароқ қондириш, фан-техника тараққиётини жадаллаштириш ва саноатда инновацион маҳсулотлар ишлаб чиқаришнинг самарадорлигини оширишнинг назарий ва амалий масалалари тўғрисида назарий билимларни шакллантириш ва амалиётга татбиқ этиш кўникмасини ҳосил қилишдан иборат.

Ушбу мақсадга эришиш учун “Инновацион иқтисодиёт” фани — талабаларни назарий билимлар, амалий кўникмалар, иқтисодий ходиса ва

жараёнларга услубий ёндашув ҳамда илмий дунёқарашини шакллантириш вазифаларни бажаради.

Бироқ шуни ҳам унутмаслик керакки, исталган билимлар доимо тўлдириб ва мукаммаллаштириб борилмас экан, эскириб қолиши ҳамда жамият ва алоҳида корхоналар ҳаётида вужудга келувчи турли хил вазифаларни ҳал қилишга ярамай қолиши мумкин. Гап шундаки, фан-техника ва иқтисодиётнинг ривожланиши қўшимча билимлар чегарасини кенгайтиради ҳамда кадрларнинг ҳозирги кун талабларига жавоб берувчи билим, кўникма ва малакага эга бўлишларини талаб қилади.

Шу сабабли олинган ахборотлар ва билимлар билан чекланиб қолиш ярамайди. Уларни доимий равишда тўлдириб, фан ва ҳўжалик амалиётининг сўнгги ютуқлари асосида ривожлантириб бориш лозим. Олинган билимлар фақат шу асосдагина амалиётда қўлланиб, жамиятнинг бевосита ишлаб чиқариш кучига айланиши мумкин.

“Инновацион иқтисодиёт” фан сифатида бошқа иқтисодий фанлар билан, жумладан, “Иқтисодиёт назарияси”, “Микро ва макроиқтисодиёт”, “Индустриал иқтисодиёт”, “Корхона иқтисодиёти” ва иқтисодиётга оид бошқа фанлар билан чамбарчас боғлиқ.

Бугунги кунда иқтисодиётга оид фанларни жамият ҳаётида рўй бераётган иқтисодий жараёнларни–техника ва технологиялар борасида рўй бераётган янгиликларни билмасдан ўрганишнинг иложи йўқ. Фан-техника тараққиёти шароитларида техника ва технологияда жадал суръат билан юз бераётган ўзгаришлар нафақат ишлаб чиқариш хусусиятларида, балки айирбошлаш, тақсимлаш ва истеъмол қилиш ҳамда ишлаб чиқаришнинг иқтисодий натижаларида ҳам акс этади ва шу сабабли мазкур фанни ўрганишда ҳисобга олинмаслиги мумкин эмас.

Шу сабабли бўлажак мутахассиснинг иқтисодий фикрлаш доирасини кенгайтириш ва унинг миллий иқтисодиётда ўз ўрнини топишини шакллантирувчи бошқа иқтисодий, техникавий ҳамда технологик фанлар мажмуасини ҳам билиш талаб қилинади.

“Инновацион иқтисодиёт” фанини ўрганишнинг умумий усули — билишнинг диалектик усули ҳисобланади. Фанни ўрганишда, яъни инновацион иқтисодиёт муаммоларини тадқиқ этишда илмий абстракция, таҳлил ва синтез, мантикийлик, эксперимент, макроиқтисодий ва микроиқтисодий таҳлилни қўшиб олиб бориш, индукция ва дедукция, иқтисодий жараёнларни микдорий жиҳатдан таҳлил қилишнинг таққослаш, статистик, математик усулларида кенг фойдаланилади.

“Инновацион иқтисодиёт” фанининг методологик асоси — бу иқтисодиёт назариясидир. Унда мамлакатнинг социал йўналтирилган бозор иқтисодиёти шароитида амал қилувчи ривожланиш йўналишлари ва қонуниятлари, жамиятнинг сифат жиҳатидан янги ҳолатига ўтишнинг асосий тамойиллари акс этган.

Бугунги кунда мамлакатимизда фаолият юритаётган хўжалик юритувчи субъектларнинг амалиёти далолат берадики, уларнинг аксарияти юқори касб малакасига ва ўз соҳасида чуқур билимга эга кадрлар эвазига юқори даромадга ва ишлаб чиқариш имиджига эга бўлишмоқдалар.

Шу сабабдан ҳам, миллий иқтисодиёт тармоқларида фаолият юритаётган мутахассислар ўзларининг иқтисодий фикрлаш доирасини кенгайтиришлари учун бошқа иқтисодий, техникавий ҳамда технологик фанлар мажмуасини ҳам билишлари мақсадга мувофиқдир.

Таянч иборалар

Иқтисодиёт, ишлаб чиқариш, инфратузилма, ижтимоий инфратузилма, фан-техника тараққиёти, самарадорлик, иқтисодий барқарорлик, рақобатчилик, бошқариш тизими, талаб ва таклиф, фаннинг тадқиқот объекти, фаннинг предмети, фаннинг мақсади.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Иқтисодий фанлар ва айнан “Инновацион иқтисодиёт” фани жамият кадрларининг шаклланишида қандай роль ўйнайди?

2. “Инновацион иқтисодиёт” фанининг объектинима?
3. “Инновацион иқтисодиёт” фани ёрдамида қандай қонунлар ва қонуниятлар ўрганилади?
4. “Инновацион иқтисодиёт” фани қандай фанлар билан ҳамбарчасбоғлиқ?
5. Рақобатчилик ҳўжалик юритувчи субъектлар фаолиятига қай тарзда таъсир ўтказди?
6. Иқтисодий сиёсат, иқтисодий муҳит ва иқтисодий фанларнинг ўзаро алоқаларини кўрсатиб беринг.
7. Иқтисодий фаолиятга дахлдор мутахассис қандай хислатларга эга бўлиши лозим?

2-Мавзу. Иқтисодиётда инновацион фаолиятнинг ўзига хос хусусиятлари.

Режа

2.1. Инновациялар ҳаракати, унинг ҳаётийлик даври ва босқичлари

2.2. Иқтисодиётда инновацион бозорни бошқариш услубияти, инновацион жараённинг гипотезалари

2.1. Инновациялар ҳаракати, унинг ҳаётийлик даври ва босқичлари

Иқтисодиётнинг ўсишини таъминловчи омиллардан бири бу инновациялар. Шумпетер таъкидлаганидек ишлаб чиқаришнинг “мутацияси” иқтисодиётда янги қўшилган қийматни яратади ва бу жараён техник таракқиёт элементларининг иқтисодиётга қўлланиши натижасида юз беради. Инновациялар пайдо бўлиш жараёнини ўрганишда инновацияларнинг тарқалиш жараёни-**диффузия** муҳим аҳамиятга эга. Машҳур америкалик олим Э.Роджерснинг фикрига кўра диффузия-бу маълум вақт давомида жамият аъзоларининг маълум ижтимоий тармоқлари (таниш билишлари) орқали инновацияларнинг тарқалиши ҳисобланади. Биринчи марта бу тушунча XIX асрда француз социологи Г.Тард томонидан таклиф этилган. 1950 йилда швед географи Т.Хагерстанд социал иқтисодий ҳодисалар диффузия жараёнини қишлоқ жойларда ўрганди ва Монте-Карло усули асосида бу жараёни моделлаштирди. Инновациялар ҳаракатининг ҳар хил вариантлари мавжуд⁶:

1) Инновациялар ташувчисининг (одамнинг) молиявий ва информацион ресурсларга бой жойларга(инновацияларни осонроқ ва тезроқ жорий этиш имконияти борлиги сабабли) миграцияси натижасида;

2) Инновацион(информацион) тўлқиннинг энг яхши молиявий ва информацион ресурсларга бой жойларга кўчиши;

⁶Бабурин В. А. Инновационные циклы в российской экономике. М.: КРАСАНД, 2010. 216 с.

3) Инновацияга талаб катта бўлган жойга жорий этилган инновациянинг диффузия натижасида кўчиши.

Роджерснинг “Инновациялар диффузияси” асарида диффузияни тадқиқ этишдаги асосий элементлар-бу инновациялар, коммуникация тармоқлари, вақт(инновация бўйича қарор қабул қилиниши) ва ижтимоий тизим ҳисобланади. Роджерс инновацияларнинг инсонлар томонидан қабул қилиниши ёки рад этилишига таъсир этувчи бир нечта омилларни ажратиб кўрсатади. Буларга:

- 1) Нисбий устунлик(бошқа ўхшаш маҳсулотлардан устунликлари);
- 2) Анъанавий тизимга мос келиши (инновацияларнинг индивидлар қадриятларига мос келиши);
- 3) Янги маҳсулотдан фойдаланиш осонлиги;
- 4) Инновацияни текширишнинг осонлиги;
- 5) Инновациялар устунлигини ёритиб бериш осонлиги.

Инновацияларнинг тарқалиши бир нечта босқичда амалга ошади, яъни инновацияларнинг пайдо бўлишидан давомли фойдаланишгача (рутинизация) жараёни содир бўлиши. Бу босқичлар умумий ҳолда куйидагича тавсифланиши мумкин⁷:

Биринчи босқич. Ғоянинг яратилиши-бу босқичда бозор талабига мос келувчи маҳсулот ёки жараён ҳақида бошланғич тушунчалар яратилади.

Иккинчи босқич. Берилган инновацион ғояни тор экспериментал доираларда ўзлаштириш. Бу босқичда инновацияларни текшириш ва синаб кўриш орқали керакли ўзгартиришлар киритилади.

Учинчи босқич. Инновацияларнинг тарқалиши, диффузиясини рўй бериш жараёнида муҳитга мослаша олиши ёки рад этилиши амалга ошади. Инновацияни ўзлаштириш мураккаб жараён бўлиб, унга тўртта асосий омил таъсир қилади:

- а) инновацион жараённинг хусусиятлари;

⁷Носов А.М. Теория диффузии инноваций и инновационное развитие регионов России, Псков, 2015 стр.8

б) янги технологик жараённинг ишлаб чиқариш шароитларига мослашиш талаблари;

в) худди шундай ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш инфратузилмасига талаблар;

г) қабул қилувчи корхонанинг жойлашган жойидаги шарт шароитлар.

Тўртинчи босқич. Бу сўнгги босқич бўлиб, инновациялар аниқ маҳсулот ёки жараён шаклида ҳар хил муҳитларда жорий этилади. Бу маҳсулот ва хизматларга талаб кучли бўлиб, ишлаб чиқариш кенгайиб боради

Кўпгина илмий давраларда инновация жараёни чизиқли ва чизиқли бўлмаган ҳодиса сифатида қабул қилинади. Чизиқли инновацион жараён – бу илмий билимнинг инновацияларга ўтиши билан борадиган жараён ҳисобланади. Инновация жараёни икки фазада шаклланади. Биринчи фаза- бозорга чиқарилишга тайёр янги маҳсулотни яратиш жараёни. Иккинчи фаза- янги маҳсулотни сотиш жараёни (маҳсулот ишлаб чиқарилади ва кенг ташвиқот қилинади). Шумпетер фикрига кўра инновацион жараён уч хил шаклда учрайди.

1) Корхона ташкилотларнинг ички инновацион жараёнлари. Бу инновацион жараёнлар корхона ва ташкилотлар ичида фойдаланилиб товар шаклини олмайди;

2) Корхоналар ва ташкилотлар ўртасида айланадиган инновацион жараёнлар. Бунда инновациялар товар кўринишига эга бўлиб олди сотди жараёнида иштирок этади.

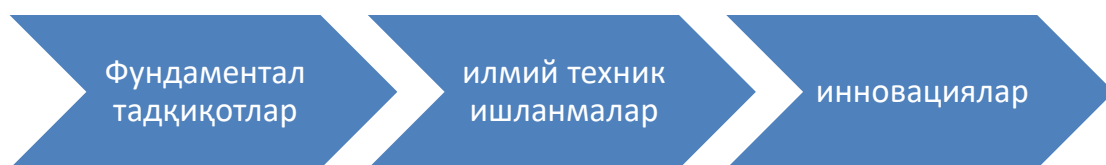
3) Кенгайтирилган инновацион жараён- янги ишлаб чиқарувчиларнинг пайдо бўлиши, монополист ишлаб чиқарувчи монополиясининг бузилиш ва янги корхоналарнинг бозорга кириб келиш жараёни кузатилади.

2.2. Иқтисодиётда инновацион бозорни бошқариш услубияти, инновацион жараённинг гипотизалари

Инновацион жараёнларни тушунтиришда иккита гипотезага асосланиш мумкин:

- 1) “Технологик туртки” гипотезаси (илм фандан ->бозорга);
- 2) “Бозор талаби босими” гипотезаси (бозор талабидан->илм фанга);

“Технологик туртки” гипотезаси ўз навбатида илмий ғоялар ривожланиши амалий билимларга боғлиқ бўлмаган ҳолда ривожланади ва бозор билан илмий техник прогресс ўртасида боғланиш кучсиз деган тахминларга асосланади. Бу гипотезага асосан инновацион жараён чизиқли модел сифатида қабул қилинади, яъни ғоянинг товарга айланиш жараёни босқичма босқич амалга ошади. Бу босқичлар: фундаментал (назарий) ва амалий тадқиқотлар, тажриба конструкторлик ишланмалари, маркетинг, ишлаб чиқариш ва сотиш ҳисобланади. Бу гипотезага кўра фундаментал(назарий) тадқиқотлар ҳажмининг кўпайиши илмий техник ишланмалар ҳажмини оширади ва бу ўз навбатида инновациялар сонининг ошишига олиб келади.



Масалан, ўтган асрда АҚШ ва СССР ўртасида юз берган қуролланиш пойгасида бу гипотезанинг амалий аҳамияти ўз исботини топган. Ҳозирги кунда, дунёнинг кўпгина давлатларида инновацияларни яратишнинг бу усули катта харажатлар талаб қилиши сабаб қўлланилмайди.

Фундаментал тадқиқотларда инновация жараёнининг ўзаги яратилади, лекин одатда уларда амалий муаммоларга тўғридан тўғри ечим топилаб қолмайди. Фундаментал тадқиқотлар натижалари илмий билим, ғоялар ва илмий билим

кўринишида бўлиши мумкин.Тажриба шуни кўрсатмоқдаки фундаментал тадқиқотларнинг 90% муваффақиятсизликка учрайди, 10%и ижобий натижа беради ва 3% гина амалиётда қўлланилади. Амалий тадқиқотларда фундаментал (назарий) билимлар асосида тажрибалар, тестлар ўтказилади. Бу тажрибалар натижаси патентлар, илмий мақолалар кўринишида бўлади. Бозорга янги маҳсулот билан кириб боришда йирик корхоналарда бозорни ўрганиш ва маҳсулотни сотиш учун махсус гуруҳлар ташкил этилади. Маркетинг ва сотиш босқичлари инновацион жараён натижаларини сотиш билан боғлиқ.

Бу моделнинг устунликлари билан бирга камчилик томонлари ҳам бор. Масалан инновациялар ҳар доим ҳам фундаментал тадқиқотлар ва ихтиролар натижасида пайдо бўлмайди. Ҳозирги кунда кўпроқ бозор талаби инновациялар яратилишига сабаб бўлмоқда. Жумладан, инновацияларнинг келиб қишиш манбаларига кўра 60% бозор талабидан, 25% технологиялардан ва 15% номаълум манбалардан келиб чиққанлиги аниқланган. Хулоса қилиб айтганда, инновацион жараённинг чизиқли модели бозор таъсири ва инновацион жараёнлар элементлари ўртасида юз берадиган мураккаб жараёнларни инобатга олмайди.

“Бозор талаби босими” гипотезасида инновацион жараёнларга бўлган эҳтиёж бозор талаби орқали шаклланади деб қаралади. Янги ғоя инновацион жараённинг исталган босқичида пайдо бўлиши мумкин, яъни фундаментал тадқиқот таъсирсиз ҳам юз бериши мумкин ва инновацион жараённинг барча қатнашчилари: тадқиқотчилар, ишлаб чиқарувчилар, инвесторлар ва тадбиркорлар инновацияни яратишда бирлашишлари лозим деб ҳисобланади. Инновацион жараён босқичлари ҳам ўзаро таъсирлашади, бир вақтнинг ўзида лойихалаштириш, маркетинг ва ишлаб чиқариш жараёнлари амалга ошади. Тадқиқотларнинг натижалари инновацион жараённинг турли босқичларида турлича фойдаланилади. Шу билан бирга лойиха менежерлари ва истеъмолчиларнинг роли ҳам инобатга олинади.

Юқоридаги икки гипотезаларни бирлаштириш натижасида чизиқли бўлмаган инновацион жараён моделини келтириб чиқариш мумкин. Унга кўра давлат инновацияларни ривожлантиришни илмий техник соҳаларни молиялаштириш орқали қўллаб қувватлайди. Бизнес инкубаторларда ва бошқа инновацион маҳсулот ишлаб чиқарувчиларнинг маҳсулоти бозорга чиқиши учун сунъий бозор талаби яратилади.

Таянч иборалар

Инновацион фаолият, қўшилган қиймат, диффузия, ғоя, гипотеза, лойиҳа, маҳсулот, тежамкорлик, технология, иқтисодий ҳолат, интеграция, қонуниятлар.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. "Инновациялап диффузияси" тушунчасини ёритинг.
2. Инновацияларнинг тарқалиши босқичларини айтинг.
3. Илмий-технологик ривожланишда иқтисодий ҳолат қандай баҳоланади?.
4. Маҳсулотнинг ҳаёт босқичлари ва технологияларнинг интеграллашган ривожланиши ўртасидаги қонуниятларни тушунтиринг.

3-Мавзу. Инновацион иқтисодиётнинг илмий – услубий асослари

Режа

3.1. Инновацион иқтисодиётда инновацион фаолият ва инновацион инфратузилма зарурлиги, вазифалари ва аҳамияти

3.2. Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилма турлари

3.3. Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва уни қуллаб-қувватлашнинг илмий-услубий асослари

3.1. Инновацион иқтисодиётда инновацион фаолият ва инновацион инфратузилма зарурлиги, вазифалари ва аҳамияти

Республикамизда инновацион иқтисодиётни шакллантириш ва инновацион фаолият яратиш учун инновацион инфратузилмани шакллантириш муҳим ҳисобланади. Ушбу жараёни амалга ошириш инновацион иқтисодиётни қуйидаги тизим (занжир) асосида: “Инновация – инновацион фаолият– инновацион инфратузилма – инновацион тадбиркорлик” фаолият юритиши учун шарт-шароит яратади.

Мамлакат иқтисодиётини инновацияга асосланган ҳолда ривожланишда ҳамда унинг ички ва ташқи бозордаги рақобатбардошлигини таъминлашда инновацион фаолият муҳим ҳисобланади. Инновацион фаолият дейилганда, корхона ва ташкилотлардаги иқтисодий, ижтимоий, илмий-техник ва бошқа йўналишлар асосида янги ғоя ва фикрларни жорий этиш натижасида самарадорликни ошириш жараёнидан иборатдир.

Республикамиз иқтисодиётида инновацион фаолият мавжуд бўлиши қуйидагиларни талаб этади. Жумладан:

- корхоналар амалиётида инновацион замонавий илмий билим ва кўникмалар асосида фаолият йўлга қўйилганда;
- инновацион ишланмаларни бозор иқтисодиёти талаблари асосида тижоратлаштириш амалга оширилганда;

- корхоналарда янги ғоя ва фикрларни яратувчи интеллектуал илмий салоҳиятни янги маҳсулот (хизмат кўрсатиш)ни амалга оширишга йўналтирилганда;

- корхона ва ташкилотларда илмий-техника ғояларини шакллан-тиришга асосланган инновацион жараёнларнинг бевосита бошқарув жараёнини қамраб олганда;

- корхона ва ташкилотларда истеъмолчилар эҳтиёжлари асосида янги ғояни амалиётга тадбиқи бўйича тезкор инновацион цикл яратилганда ва шу кабиларда намоён бўлади.

Инновацион иқтисодиётнинг илмий-услубий асосларини моҳиятини баён этиш инновацион фаолият билан бирга бевосита инновацион инфратузилма билан боғланган. Инновацион инфратузилма дейилганда шундай ташкилот ва корхоналар мажмуаси тушуниладики, улар инновацион ғоя, янгилик ва инновацион фаолиятни амалиётга амалга оширишни ижрочиси ҳисобланади. Бундай ташкилот ва корхоналар мажмуаси жумласига илмий-техникавий ташкилотлар, таълим ишлаб чиқариш ташкилотлари ва бирлашмалари, технологик инкубаторлар, технопарклар, ишчи ўқув марказлари, венчур ва инновацион фондлар ҳамда инновацион марказлар ва бошқалар ҳисобланади. Инновацион инфратузилма субъектларининг асосий бош мақсади, инновацион фаолиятни ҳамда илмий тадқиқот иши натижаларини янги инновацион ғояларни амалиётга тадбиқ этишдан иборатдир.

Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилма олдида турган вазифалар, қуйидагилар ҳисобланади:

1. Инновацияга бўлган талаб ва таклифдан келиб чиқиб, рақобатни ривожлантириш;
2. Илм-фан эҳтиёжи юқори бўлган ишлаб чиқариш корхоналарида, тармоқларида (секторларида) самарали фаолиятини ташкил этиш;

3. Истеъмолчилар талаблари асосида ўта муҳим бўлган технологик жараёнларни шакллантириш;

4. Ишлаб чиқариш ва ижтимоий инфратузилмани модернизациялаш;

5. Инсон капиталини самарадорлигини ошириш иқтисодиётнинг муҳим йўналиш сифатида инновацияга асосланади ва креативлиги юқори бўлади;

6. Илмий тадқиқот инновацион лойиҳаларини (бирон бир бошқарув тузилмасига бўйсунмайдиган, турли авторитар топшириқлардан ҳоли бўлган) шаффоф экспертизасини амалга ошириш;

7. Инновацион иқтисодиётни тартибга соладиган қонунчиликни такомиллаштиришни йўлга қўйиш.

Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилмани мавжуд бўлиши қуйидаги янги иқтисодий имкониятларни яратади:

1. Мамлакат иқтисодиётини инновацион асосда ривожлантириш ва натижада қўллаб ижтимоий ва ресурс таъминоти билан боғлиқ муаммоларни ҳал этиш;

2. Корхона ва ташкилотлар ҳамда истеъмолчиларнинг талабларидан келиб чиқиб, янги инновацион замонавий маҳсулотларнинг турларини кўпайтириш;

3. Республикада тармоқ ва соҳаларда ишлаб чиқарилаётган (хизмат кўрсатилаётган) маҳсулотларнинг дунё бозорида рақобатбардошлигини ошириш;

4. Республика иқтисодиётини жаҳон бозоридаги жозибадорлигини кўчайтириш ва бошқалардан иборат.

3.2. Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилма турлари

Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилма ҳар бир мамлакатнинг иқтисодий ривожланишининг юқори даражага эришишини таъминлайди ҳамда муътадил иқтисодий ўсиш суръатларига олиб келади.

Замонавий иқтисодиётда инновацион инфратузилманинг бир неча турлари амал қилиб, улар қуйидагилардан иборат:

1. Молиявий инновацион инфратузилмаси;
2. Ишлаб чиқариш ва технологик;
3. Ахборот таъминоти;
4. Кадрлар тайёрлаш;
5. Эксперт – консалтинг;
6. Товарлар (ресурслар) таъминоти ва бошқалардан иборат.

Республикамиз иқтисодиётида инновацион инфратузилма (турлари) нинг ўртасидаги муносабатлар қуйидагиларда намоён бўлади. 3.2.1-жадвалда маълумотлар келтирилган.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, ҳар бир инновацион инфратузилмасининг моҳиятини кўриб чиқамиз:

1. Ишлаб чиқариш – технологик инновацион инфратузилма ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш)ни ресурсларни келтириш учун зарурий шарт-шароитларни яратиш учун мўлжаллангандир. Буларга, бугунги кунда амал қилаётган технопарклар, инновацион технологик марказлар, ишлаб чиқариш объектлари, бизнес ва техник инкубаторлар ҳамда инновацион технологик комплекслар саноат парклари ва технологик кластерлар ҳамда техник инновацион зоналардан ташкил топади.

2. Эксперт консалтинг инфратузилмаси иқтисодиётда соҳа ва тармоқ учун муҳим бўлган иқтисодиётни узлуксиз ривожланишини таъминловчи профессионал маслаҳатлардан фойдаланиш имкониятини беради. Булар жумласига, технологияларни узатиш марказ (офис)лари, ихтисослаштирилган ўқув муассасалари, юридик маслаҳат компаниялари, ихтисослаштирилган давлат органлари, бюджет ва бюджетдан ташқари, миллий, хорижий қўшма фондлар. Бундай эксперт консалтинг инфратузилмаси барча соҳалар (тармоқлар)да мулк ҳуқуқини, ўқув тизимини, бошқарув соҳасини инновацион амалга оширишга шарт-шароит яратади, айниқса, олий ўқув юртларида эҳтиёж асосида инновацион

Инновацион инфратузилманинг умумий тузилмаси

Инновацион инфратузилма тузилмалари Ишлаб чиқариш- технологик таркиби	Эксперт - консалтинг	Молиявий	Кадрлар тайёрлаш	Ахборот таъминоти	Товарлар (маҳсулот-лар) таъминоти
Инновация ва технология ва марказлари ва технопарклар	Трансфер- технологик марказлар	Бюджет маблағлари бўйича	Инновациялар соҳаси учун кадрлар тайёрлаш, малакасини ошириш	Илмий-техника- вий ахборотнинг давлат тизими	Ташқи савдо уюшмалари ва бирлашмалари
Инновацион саноат мажмуалари	Иқтисодиёт ва молиявий маслаҳат марказлари	Технологик ривожла- нишни бюджет ва бюджетдан ташқари маблағлари бўйича	Технологик илмий менежмент соҳаси учун мутахассис- лар тайёрлаш	Кичик бизнесни қуллаб-қувватлов- чи ресурслар тузилмаси	Ихтисослашган воситачи фирмалар
Технологик кластерлар	Технологик консалтинглар	Вечур фондлари		Минтавий ахборот (сеть) тармоқлари	Интернет
Техника-техноло- гияни жорий этиш зоналари	Маркетинг маслаҳат консалтинги	Экин экишга ажратиладиган маблағлар ва бошланғич		Интернет	Кургазма

		маблағлар			
Юқори технологиялар (ускуналарни) жамоавий фойдаланиш маркази	Ташқи иқтисодий фаолият соҳаси консалтинги	Кафолатланган таркиб ва фондлар			

вазифаларни амалга оширадиган янгиликларни ярата оладиган кадрларни тайёрлаш бўйича маслаҳатларни амалга ошириш имкониятини яратади.

3. Молиявий инновацион инфратузилмада турли йирик ва кичик ҳажмдаги субъектларга молиявий ресурсларни таъминлашнинг янги имкониятларини яратиб беради. Бундай субъектлар жумласига давлат ва нодавлат молиялаштириш фондлари, венчур фондлари, бизнес – ангель фондлари ҳамда халқаро лойиҳаларни киритиш мумкин.

4. Кадрлар тайёрлаш инновацион инфратузилмаси инновацион фаолият соҳасининг барча йўналишлари учун юқори малакали инновацион ғояларни ярата оладиган илмий-тадқиқот, тажриба-конструкторлик ишларини ҳамда мулкдорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қила оладиган малакали соҳа мутахассисларни тайёрлашни амалга оширади. Бундай инфратузилма субъектларига олий ўқув юртлари, илмий тадқиқот институтлари, тажриба – конструкторлик ташкилотлари, маркетинг компаниялари, молия-кредит муассасалари, шунингдек инновация фаолият соҳаси бўйича махсус ўқувни ташкил этувчи ташкилотлар ва бошқа айрим давлат бошқарувидаги шу йўналишда мутахассис тайёрловчи органлардан ташкил топади.

5. Ахборот таъминоти инфратузилмаси жумласига инновация соҳаси учун маълумотларни шу соҳани қизиқтирувчи иштирокчиларга ўз вақтида ва малакали етказиб берувчи турли ташкилот (сеть)лар фаолиятдан иборатдир. Мазкур субъектлар қуйидагилардан иборат, илмий – техник информацияларнинг давлат марказлари, кичик бизнесни қуллаб-қувватловчи тузилмалар, марказлар, давлат ва ҳудудий ахборот тармоқлари, илмий-амалий, жорий нашриётлар, давлат ва хусусий инновацияга йўналтирилган интернет сайтлари ресурслари ва бошқалардан иборат.

6. Товарлар-ресурслар таъминоти инновацион инфратузилмаси жаҳон бозорида инновацион маҳсулотларни ҳаракатини таъминлайдиган ҳамда уни яратувчилар учун барча имкониятларни тақлиф этувчи маъсуллар ҳисобланади. Бундай инновацион инфратузилма кўпинча муаммоларни

бозорга жамоа асосида чиқиш тузилмасини яратиш жиҳатлари билан характерланади. Бундай инфратузилма субъектлари қуйидагилардан иборат:

- савдо – саноат палаталари;
- халқаро ва тармоқ савдо бирлашмалари;
- ихтисослашган маҳсулотларни етказиб берувчилар ва бошқалардан иборат.

3.3. Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва уни қўллаб-қувватлашнинг илмий-услубий асослари

Инновацион иқтисодиётнинг илмий услубларини баён қилишда инновацион тадбиркорлик уни ривожлантириш ва қўллаб қувватлаш муҳим ҳисобланади. Бундай фаолият асосан инновацияни яратувчи инсонларнинг фаолиятидан ташкил топади. Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилма тадбиркорлиги дейилганда, шундай тузилма тушуниладики, бунда инноваторлар ва тадбиркорларнинг инновацион фаолиятини самарали ва рационал ташкил этиш учун шароит яратувчи ташкилот тузилмалари (уюшмалар, марказлар в.х.) фаолиятидан иборат бўлади.

Бундай тузилмаларда инновацион ишбилармонлик ва тадбиркорлик бош мақсад бўлиб, шу асосда инновацион инфратузилмаларнинг самарали фаолияти йўлга қўйилади. Бугунги кунда инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва қўллаб-қувватлашда инновацион инфратузилманинг асосий фаолият белгилари ўзига хос фарқли жиҳатлари ҳамда фаолиятни амалга оширувчи турларини моҳиятини очиб бериш мақсадга мувофиқдир.

Булар қуйидагиларни ўз ичига олади:

1. Фаолият йўналишлари бўйича:

- институтционал;
- бозор;
- ижтимоий (социал);

- ташкилий;
- коммуникацион;
- эксперт консалтингли.

2. Қайси ресурслардан фойдаланиш даражаси бўйича:

- ишлаб чиқариш технологик;
- молиявий;
- ахборотли;
- кадрлар тайёрлаш.

3. Инфратузилма бўғинлари (звенолари)га бўйича:

- таълим;
- технополисли;
- инновацион кластерли.

4. Инфратузилма объектлари типлари бўйича:

- чизиқли (ахборот алоқалари бўйича);
- аниқ йўналтирилганлик даражасига қараб (лаборатория полигонлари, олий ўқув юртлари бўйича).

5. Иқтисодиёт субъектлари даражасига бўйича:

- халқаро даражадаги;
- мамлакат (тармоқ, регион);
- иқтисодий зоналар бўйича;
- маъмурий территориал комплекслар бўйича;
- саноат тугунлари бўйича;
- саноат бирлашмалари (корхоналари).

6. Иқтисодиётдаги муҳит даражасига бўйича:

- макромуҳитдаги;
- мизомуҳитдаги;
- микромуҳитдаги.

7. Аҳолининг истеъмол талабини қондириш даражаси бўйича:

- маълум кичик жойларда аҳолининг кундалик турмуш тарзига хизмат қилувчилар;

- маълумот олишлиги бўйича;

- овқатланиши (умумий);

- бола тарбияси;

- даволаниши;

- дам олиши ва бошқалар.

8. Ижтимоий инфратузилмаси бўйича:

- меҳнат қиладиганлар;

- социал сиёсий жиҳатлари бўйича;

- социал маданий жиҳатлари бўйича;

- маиший инфратузилмалар;

- табиий муҳитни ҳимоя инфратузилмалари бўйича;

- инсонлар соғлиги бўйича.

Инновацион иқтисодиётни самарали инновацион фаолият асосида ташкил этиш ва инновацион инфратузилмани шакллантириш инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва уни қўллаб-қувватлашнинг тизимли ошириб борилишини тақозо этади.

Таянч иборалар

Технология, инновацион технология, салоҳият, инновацион салоҳият, инновацион ишланмалар, технологиялар трансфери, тадбиркорлик, инновацион тадбиркорлик, интеллектуал мулк, тажриба марказлари,

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Бозор тузилмаси ва унинг янги технологиялар ривожланишига таъсири қандай?

2. Инновацион инфратузилма олдидан турган вазифаларни айтиб беринг.

3.Инновацион билимлар диффузияси тушунчасига таъриф беринг?

4.Инновациянинг ҳаётийлик даври нечига бўлинади?

4-мавзу. Инновацион фаолият инфратузилмасининг ташкилий-иқтисодий механизмлари

Режа

- 4.1. Инновация фаолият инфратузилмасининг аҳамияти.
- 4.2. Инновацион ишланмалар устида фаолият юритадиган субъектлар
- 4.3. Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва уни кўллаб-қувватлаш

4.1. Инновация фаолият инфратузилмасининг аҳамияти.

Мамлакатимиз иқтисодиётида йирик моддий, молиявий ва интеллектуал ресурслар тўпланган. Фан-техника тараққиёти ишлаб чиқариш кучларининг тараққиётига ва ижтимоий меҳнат тақсимотининг янада чуқурлашига ёрдам бермоқда, бунинг натижасида ишлаб чиқаришнинг якуний натижаларига катта таъсир кўрсатмоқда. Албатта, бундай жиҳатлар йирик индустриаллаштирилган ишлаб чиқаришга хосдир. Унинг масштаби кенгайиб бориши давомида турли хизматларга талаб ошиб боради. Шу сабабли ишлаб чиқаришнинг ривожланишига оптимал шароит яратишни таъминловчи ва барча такрор ишлаб чиқариш жараёнларига хизмат кўрсатишда турли хил функцияларни бажарувчи тармоқлар тараққиётига зарурият туғилади. Булар умумий кўринишда ишлаб чиқариш инфратузилмаси дейилади. “Инфратузилма” атамаси латин сўзидан олинган бўлиб, **infra**– қуйи ва **structura**– тузилиш, жойлашиш деган маънони беради.

Инфратузилма – иқтисодий категориядир. У моддий ишлаб чиқариш соҳасининг бир қисмини ифодалаб, катта миқдорда пировард маҳсулот яратишга ёрдам беради. У жамиятдаги ишлаб чиқариш кучларининг бўлинмас қисми бўлиб, корхоналар фаолиятининг нормал кечишини таъминлайди. Пировард натижалар нафақат бевосита инновацион фаолият тараққиёти даражасига боғлиқ, айти пайтда унга хизмат кўрсатувчи тармоқлар, яъни ишлаб чиқариш инфратузилмаси тараққиёти даражасига ҳам боғлиқдир.

Иқтисодий адабиётларда инновацион фаолият инфратузилмаси субъекти деб инновацион фаолият субъектларига – ишлаб чиқариш-техник, консалтинг, молиявий, кадрлар тайёрлаш, ахборот ва бошқа турдаги хизматлар кўрсатувчи юридик шахслар тан олинади (4.1.1-расм).

Инновацион фаолият инфратузилмасининг муҳим вазифаларидан бири – инновация корхоналарини янгиликлар яратишга хизмат кўрсатиш функцияларидан аста-секин озод этиш ва уларга асосий фаолият билан шуғулланиш имкониятини яратишдир.

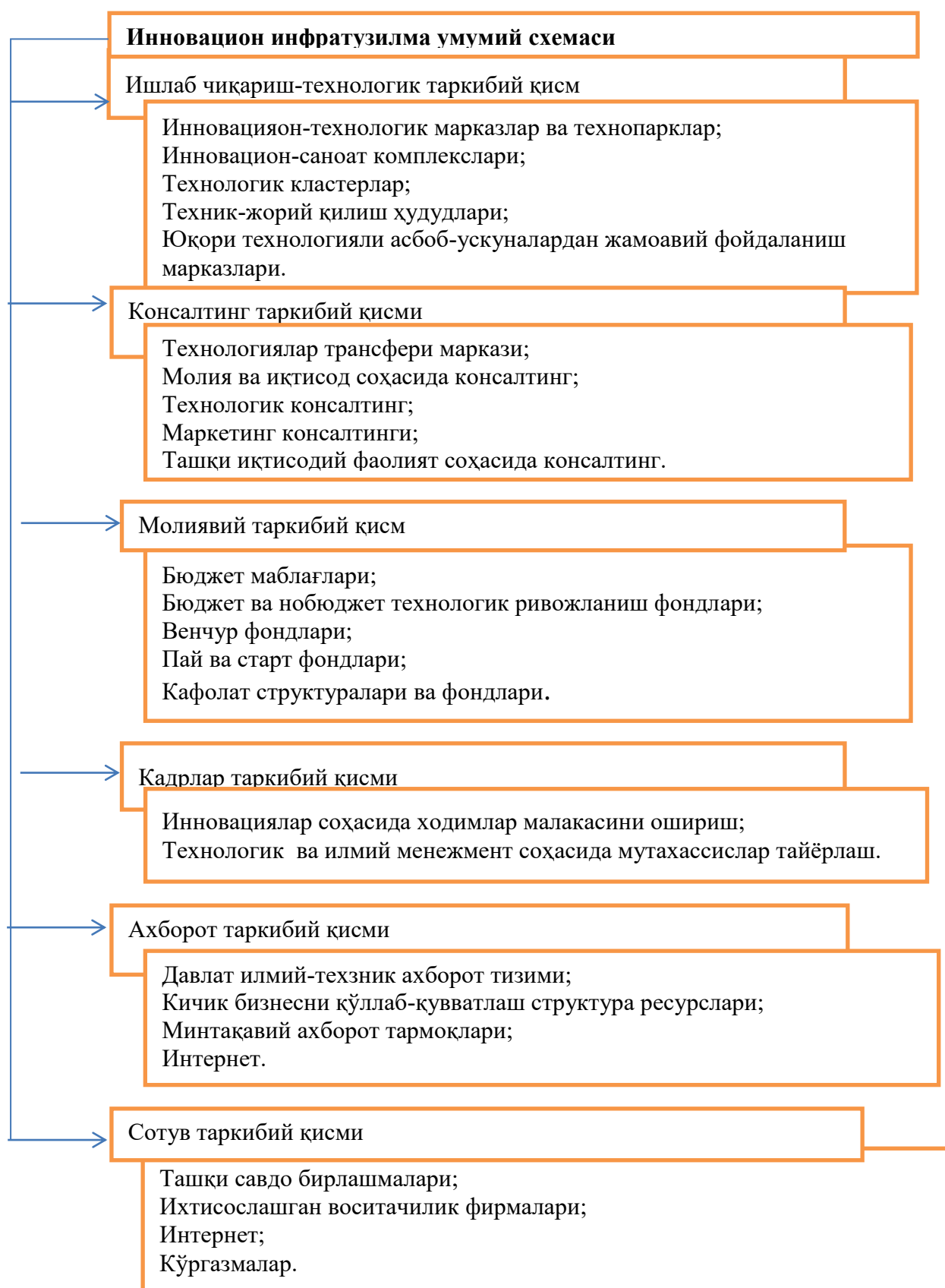
Инновацион фаолият инфратузилмаси – янги ёки такомиллаштирилган маҳсулотни, шунингдек, янги ёки такомиллаштирилган технологик жараёни яратиш, уларни ишлаб чиқаришда ўзлаштириш (амалиётда қўллаш) бўйича хизматлар кўрсатадиган субъектлар йиғиндисидир.

Инфратузилма субъектлари мустақил равишда пировард маҳсулот ишлаб чиқармасида инновацион тадбиркорликнинг пировард натижаларга эришишларига сабабчи бўлади. Улар умумий инновацион маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнида ўзига хос оралиқ буғун ролини ўтайди.

Инфратузилманинг инновацион маҳсулот ишлаб чиқариш тизимидаги ўрнини тавсифловчи муҳим жиҳати шундаки, у инновацион тадбиркорликни ягона мақсадли дастур асосида юқори даражада якуний натижаларга эришишга хизмат қилади. Шунингдек, улар инновацион маҳсулот ишлаб чиқаришда меҳнатнинг юқори даражада бўлишлигини таъминлайди.

Демак, инфратузилма – яхлит хўжалик организми эмас. Унинг таркибига кирувчи барча тармоқлар, ижтимоий такрор ишлаб чиқариш тизимида ўзларига хос муносиб ўринни эгалаб, инновацион маҳсулот ишлаб чиқаришга турлича таъсир кўрсатади.

Инновацион фаолиятда, бир томондан янги ёки такомиллаштирилган маҳсулотни, шунингдек, янги ёки такомиллаштирилган технологик жараёни яратган инноваторлар турса, иккинчи томонда эса, уни қўллаш асосида янги



4.1.1-расм. Инновацион инфраструктура умумий схемаси⁸

⁸Abdusattarova X.M. «Innovatsiya strategiyasi» - O'quv qo'llanma - T.: TDIU, 2011.38- bet.

ёки такомиллашган маҳсулотлар ишлаб чиқарадиган субъектлар туради. Бу субъектлар ўзаро боғлиқ ва улар ўртасида ўзига хос меҳнат тақсимоти мавжуд.

Бу йўсиндаги меҳнат тақсимотининг бўлишлиги жамият учун аҳамиятлидир. Чунки, янги ёки такомиллаштирилган маҳсулотни, янги ёки такомиллаштирилган технологик жараёни яратувчи инноватор ўз ишланмаларини амалиётга бевосита ўзи жорий этиш ҳамда маркетинг ишлари билан шуғулланса, янги ғоя ишлаб чиқиш жараёнининг секинлашиши ёки бутунлай тўхтаб қолиши мумкин. Шу сабабдан ҳам инновацион ғояларни ишлаб чиқарадиган субъектлар билан бир қаторда, янги ғояларни охирига етказиш билан шуғулланувчилар, яъни инновацион тадбиркорларнинг бўлиши ўта аҳамиятлидир. Инновацион тадбиркорлик– инновацион фаолият инфратузилмасининг ажралмас қисмидир.

Инновацион ишланмалар устида фаолият юритадиган субъектлар– Фанлар академиясининг ихтисослашган институтлари, олий таълим муассасалари таркибидаги тажриба лабораториялари, синов тариқасидаги ишлаб чиқариш марказлари, илмий парклар, инновацион марказлар ва бошқалар.

Инновацион тадбиркорлик билан шуғулланувчи, яъни инновацион ғояларни амалга оширувчи субъектлар – ғояни жорий қилувчи фирмалар, муҳандислик марказлари, консалтинг фирмалари, реклама фаолияти билан шуғулланувчи фирмалар, банклар ва бошқа кредит ташкилотлари, кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш марказлари, суғурта компаниялари ва бошқалар.

Инновацион тадбиркорлик– инновацион соҳанинг тадқиқотчилик-лойиҳалаш секторини иқтисодиётнинг ишлаб чиқариш соҳаси билан бирлаштиради.

4.1.1-жадвалда келтирилган инфратузилма турларининг айрим элементлари - ахборот хизматлари кўрсатувчи фирмалар, тажриба ва муҳандислик марказлари, молиявий структуралар, патентли-лицензияли

Инфратузилма элементларининг қиёсий жадвали⁹

Инновацион тадбиркорлик учун	Бевосита инновациялаш учун
Жорий қилувчи фирмалар Муҳандислик марказлари Инжениринг фирмалари Ахборот хизмати кўрсатувчи фирмалар Консалтинг фирмалари Реклама фаолияти бўйича фирмалар Банклар ва бошқа кредит корхоналари Инноватика ихтисослашган аудиторлик фирмалари Илмий-техник ширкатлар Кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш марказлари Сертификация марказлари Лизинг компаниялари Патент-лицензияли корхоналар Бизнес-инкубаторлар Технологиялар трансфери марказлари Суғурта компаниялари	Саноат университетлари ва халқ хўжалигининг бошқа секторлари Тадқиқотчилик мажмуалари Фанлар академияси Кутубхоналар ва маълумотлар тўпламлари Синов тариқасидаги ишлаб чиқаришлар Тажриба лабораториялари ва марказлари Ахборот хизмати кўрсатувчи фирмалар Патент-лицензияли корхоналар Илмий парклар Инновацион марказлар Инновацион-ишлаб чиқариш комплекслари

корхоналар мос келиши ёки умумий бўлиши мумкин.

Умуман олганда инновацион жараён кетма-кетликдан иборат занжирдир. Бунда янгилик оддий бир ғоядан муайян маҳсулот, технология ёки хизматгача “пишиб етади”¹⁰ ва хўжалик амалиётида тарқалади.

Бу жараёни куйидаги схема кўринишида акс эттириш мумкин:

Фт ↔ Ат ↔ И ↔ Л ↔ Қ ↔ Ў ↔ Си ↔ М ↔ С;

бу ерда:

Фт - фундаментал тадқиқотлар;

Ат - амалий тадқиқотлар;

И - ишланмалар;

Л - лойиҳалаштириш;

Қ - қурилиш;

Ў - ўзлаштириш;

⁹Abdusattarova X.M. «Innovatsiya strategiyasi» - O'quv qo'llanma - T.: TDIU, 2011.40 bet..

¹⁰Салихов С.А. Инновацион фаолиятни бошқариш. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2013. 34бет.

Си - саноат ишлаб чиқариши;

М - маркетинг;

С - сотув.

Амалиётда инфратузилмани иккита гуруҳга бўлиш қабул қилинган: ишлаб чиқариш ва социал. Ишлаб чиқариш инфратузилмасига инновацион тадбиркорликка хизмат кўрсатувчи тармоқлар, социал тусидагига эса – ходимларнинг нормал меҳнат фаолиятини таъминловчи ва ишчи кучини такрор ишлаб чиқаришга ёрдам берувчи тармоқлар киради.

Биринчи гуруҳ тармоқлари фаолиятининг натижаси бевосита ишлаб чиқариш учун хизматлар яратиш бўлса, иккинчисиники – ходимларнинг турмуш даражасини ошириш бўйича хизматлардир.

Ишлаб чиқариш инфратузилмасига кирувчи ишлаб чиқариш кучларининг таркибий элементларини меҳнат воситалари дейиш мумкин. Улар ишлаб чиқариш жараёнларининг содир бўлишига моддий шароитлар яратиб беради. Ишлаб чиқариш инфратузилмаси ишлаб чиқариш жараёнига тўғридан-тўғри кирмасада, унингсиз бу жараён содир бўлмайди, бўлган тақдирда ҳам мукамал даражага эришмайди.

Қайд этилганидек, инновацион фаолият инфратузилмасининг тармоқлари ва бўлимлари пировард маҳсулот яратмайди. Улар инновацион маҳсулотларни ишлаб чиқаришдан то уни сотишга қадар, моддий ва номоддий шароит яратиб беради холос. Инфратузилманинг айрим элементлари ишлаб чиқариш жараёнини таъминлайди, унинг узуксиз амалга ошишига ва ҳоказоларга ёрдам беради. Ишлаб чиқариш жараёнини таъминлаш деганда, масалан, ишлаб чиқариш инфратузилмасининг таркибига кирувчи қисмларни, яъни моддий-техник таъминот, молиявий ресурслар таъминоти, кадрлар билан таъминлаш ва ҳоказоларнинг мавжудлиги (шакллантирилганлиги) тушунилади.

Социал инфратузилма инновацион маҳсулот ишлаб чиқаришнинг керакли мутахассисларга бўлган талабини қондиришга, ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш ва унинг қўнимини таъминлашга хизмат қилади шу билан у

инновацион маҳсулот ишлаб чиқаришни қўллаб қувватлайди. Ишлаб чиқаришжараёни маҳсулотлар муомаласи билан якунланади. Бунда ишлаб чиқарилган инновацион маҳсулот истеъмолчи томон ҳаракатланади. У сотилиш жойига етказилади (ярмарка, кўргазма ва ҳоказо жойларга).

4.2. Инновацион ишланмалар устида фаолият юритадиган субъектлар

Мамлакатимиз иқтисодиётини янада тараққий эттиришда, юртимизнинг ривожланган давлатлар қаторидан ўрин эгаллашида ва жаҳон ҳамжамиятидаги ўрнини мустаҳкамлашда инновациялар муҳим аҳамиятга эга.

Ривожланган давлатларда илм-фан ёруғлик тезлигида илғорлашиб бормоқда. Самарали илмий тадқиқотлар натижасида яратилган технология инсоният ҳаётини буткул ўзгартирмоқда. Бундай жараённи тушунган мамлакатлар илм-фанни юқори чўққига олиб чиқиш учун бор куч ва ресурсларни сарфлашаётгани ҳеч кимга сир эмас. Ўзбекистон ҳам ушбу оқимга қўшилиб, муносиб ўринни эгаллашга ҳаракат қиляпти.

Шу сабабдан ҳам мамлакатимизни социал-иқтисодий ривожлантиришда фаннинг ролини кучайтиришга, илмий-тадқиқот фаолияти самарадорлигини оширишга қаратилган ишлар кўлами кенгайиб бормоқда.

Сўнгги йилларда технопарклар (ТП), инновацион-технологик марказлар (ИТМ), инновацион-ишлаб чиқариш комплекслари (ИИК) кўпроқ ривож топмоқда.

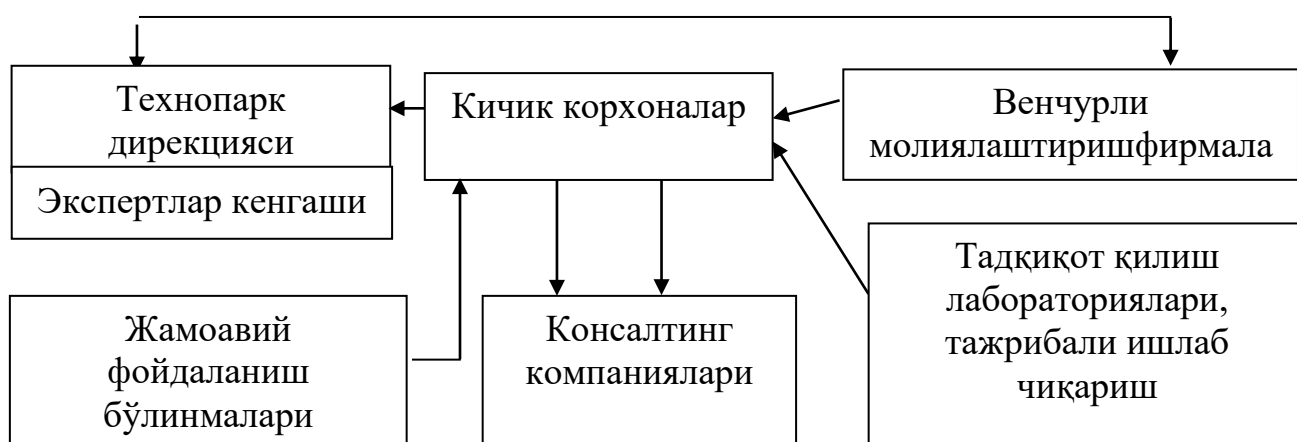
Илмий-технологик марказ –бу бир ерга зич жойлашган комплекс бўлиб, умумий кўринишда илмий муассасалар, олий ўқув юртлари, саноат корхоналари ва кичик фирмалами ўз ичига олиши мумкин.

Илмий ғояларни ишлаб чиқиш ва уни кейинчалик материаллаштиришда янги ташкилий тузилмалар: инновацион марказлар катта роль ўйнайдилар.

Инновацион марказлар таркиби қуйидагилардан иборат:

- технологик парклар (илмий, ишлаб чиқариш, инновацион, бизнес-парк ва ҳоказо);
- технополислар;
- фан ва технологиялар минтақалари;
- инновациялар инкубаторлари.

Технологик парк иерархик тузилмасини қуриш асосида модулли тамойил ётади. Уни қуришда фойдаланиладиган биринчи элемент инкубатордир. Технологик парк ҳар бири инновацион хизматларнинг ихтисослаштирилган мажмуасини тақдим этувчи марказларнинг йиғиндисидан иборатдир.



4.2.1-расм. Технологик паркнинг тузилиши

Технополис – бу технопарклар, инкубаторлар йиғиндиси ва шаҳар ҳаётини таъминловчи турли туман тузилмаларнинг мажмуасидир.

Фан ва технологиялар минтақаси ўз ичига технополислар, технопарклар ва инкубаторларни, ҳамда илмий ва ишлаб чиқариш фаолиятини қўллаб-қувватловчи шохланиб кетган инфратузилмани олиши мумкин.

Технополислар ўзлари жойлашган минтақаларни ривожланишига шакллантирувчи таъсир кўрсатадилар ва қуйидагиларга ёрдам берадилар:

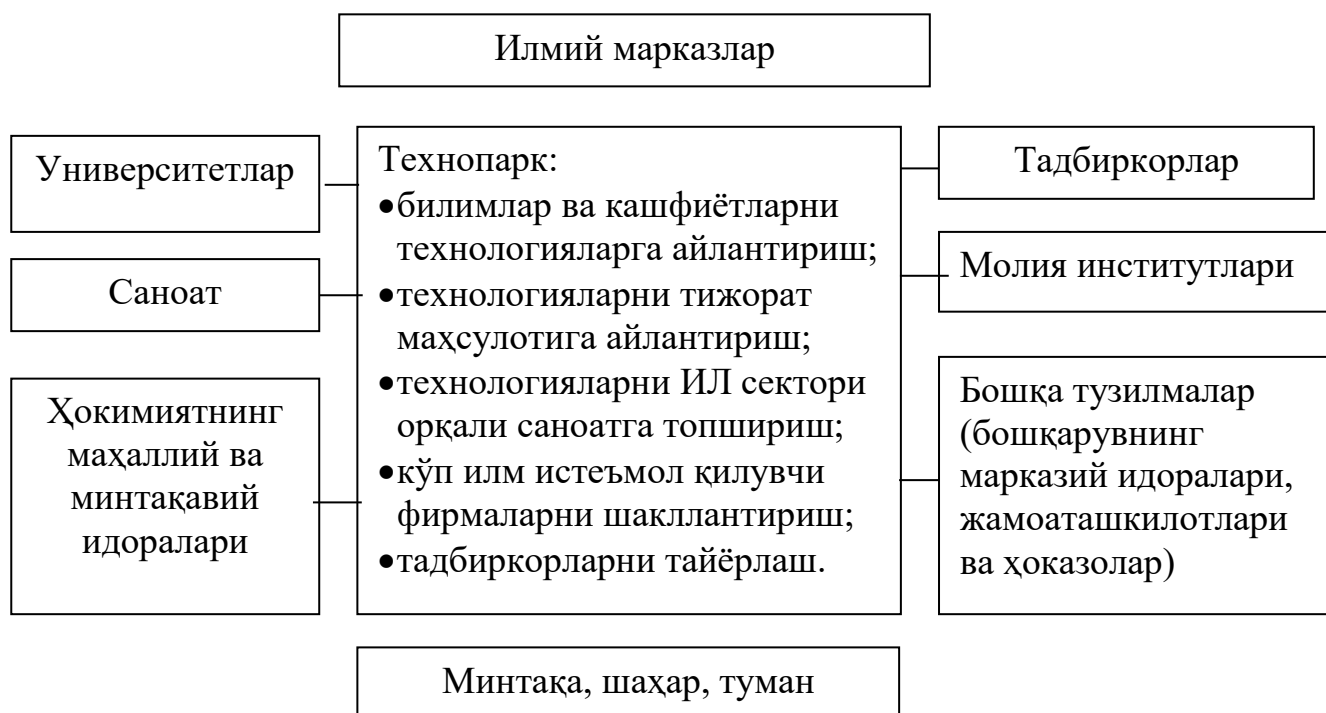
- инновацион фаолликни ошириш;
- инновацион инфратузилмани шакллантириш;
- янгиликларни тижоратлашувини жадаллаштириш;
- саноатни таркибий қайта қуриш;
- янги иш жойларини ташкил қилиш;
- инновацион фаолият механизмларини такомиллаштириш,
- инновацион соҳани институционаллаштириш (қандайдир янги ижтимоий
- институтларни таъсис этиш);
- саноатни ривожланишининг кўп илм талаб қилишини кучайтириш;
- иқтисодиётнинг инновацион қобилиятини такомиллаштиришга.

Технологик паркларни бошқариш учта асосий йўналиш: қонунчилик, молиялаштириш ва ривожлантириш дастурлари бўйича амалга оширилади.

Технологик паркларни бошқаришда давлат ва маҳаллий ҳокимиятлар асосий ролни ўйнайдилар. Улар кичик ва ўрта бизнесни қўллаб қувватлашнинг йирик қўламли дастурларини ишлаб чиқади, янги технологияларни ривожлантиришни рағбатлантиради, фан ва саноатни кооперациялашнинг ёрдам кўрсатади. давлат молиявий ва қонунчилик ёрдамидан ташқари мижоз фирмалар, ҳамда кўп илм истеъмол қиладиган корхоналарга ҳар хил квоталар ва субсидияларни тақдим этишади.

Маҳаллий ҳокимиятлар инновацион лойиҳа устида ишлаш ва унинг асосида кичик кўп илм истеъмол қиладиган фирмаларни ташкил қилишга мутахассисларни жалб қилишга кўмаклашувчи шароитларни тақдим этадилар. Технопарк таъсисчилари ва улар томонидан ечиладиган масалаларнинг базавий чизмаси 4.2.2-расмда кўрсатилган.

Технопарклар яратишнинг асосий мақсади яратилаётган технологиялардан самаралироқ фойдаланиш мақсадида илмий муассасалар, саноат ва бизнес ўртасида ҳамкорликни рағбатлантиришдир.



4.2.2-расм. Технологик парк таъсисчилари ва улар томонидан ечиладиган масалаларнинг базавий чизмаси

Технологик паркнинг асосий функцияси кичик корхоналами инкубациялаш мақсадида тадқиқотлар ўтказиш ва ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар (қоидага кура, кичик ва ўрта инновацион корхоналар) учун бинолар тақдим этиш ҳисобланади.

Кўпинча технологик паркка асосланадиган фирмаларга, шунингдек, бизнесга хизмат кўрсатиш (музокара ўтказиш учун инфратузилма, алоқа, интернетга уланиш, бухгалтерия хизматлари), молиялаштириш манбалари излаб топиш ва маҳсулотни бозорга чиқариш бўйича хизматлар кўрсатилади.

Технологик парк, оддий қилиб айтганда, инновацион маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарни ташкил этиш ва инновацион фаолият натижаларини ишлаб чиқаришга жорий этишга хизмат қилади. У юридик шахс сифатида, мулкчилик шаклидан қатъи назар, давлат рўйхатидан ўтказилади.

Бугунги кунда Тошкент шаҳрининг Юнусобод, Сергели, Яккасарой туманларида бир нечта технопаркка; «Яшнобод» технопаркига; ТТЕСИ ҳузурида Ўқув-амалий тўқимачилик технопаркига асос солинган¹¹.

Бу технологик парклар қуйидаги соҳаларда илмий тадқиқотларни, саноатда тажриба синовларини ўтказишга, инновацион намуналарни ўзлаштириш учун беришга ихтисослаштирилиши кутилмоқда:

- кимё технологиялари, биотехнологиялар, фармацевтика ва тиббиёт биотехнологиялари, ўсимликларни ҳимоя қилиш воситалари;

- материалшунослик, металлларга ишлов бериш технологиялари, сейсмик чидамлилиқ, қурилиш материаллари;

- озиқ-овқат саноати;

- энергия тежаш, муқобил ва қайта тикланадиган энергия манбаларини ишлаб чиқариш;

- электрон ўлчов асбоблари, робот техникаси, машинасозлик, электр техника.

Технопаркларни ташкил этиш ва тугатиш вазифаси Инновацион ривожланиш вазирлигига юклатилди. Технопарк фаолиятини дирекция бошқаради. У резидентларни жалб этиб, унинг ҳудудида жойлаштиради.

Технопарклар ҳудудида лойиҳаларни амалга ошириш учун давлат-хусусий шерикликнинг қуйидаги шакллари таклиф этилмоқда:

- технопарклар бинолари қурилиши учун ер участкаларини бепул асосда доимий фойдаланишга бериш;

- инновацион фаолият юритиш учун бўш турган давлат объектларини “ноль” харид қийматида бериш;

- фойдаланилмаётган бинолар ёки корпусларни хусусий шерикларга узок муддатга бепул фойдаланишга бериш;

¹¹Инновацион технопаркларнинг ташкил этилиши ва фаолият юритиши тартибга солинади. www.kun.uz
/ Ўзбекистон 13.11.2018 18:16 951

- концессия асосида қурилиш, реконструкция қилиш ва жиҳозлаш учун ер участкаси ёки бинони ажратиш;

- хусусий шерикнинг мол-мулки негизида ташкил этилган инновацион технопаркларни моддий-техникавий ва молиявий жиҳатдан таъминлаш.

Лойиҳалар давлат ёки хусусий шерик ташаббусига кўра келишув асосида амалга оширилади.

Ажратиладиган ер участкаларини, шунингдек, фойдаланилмаётган бўш турган биноларни вилоят ҳокимликлари Инновацион ривожланиш вазирлигининг тақдимномасига кўра белгилайдилар. Уларнинг ўзлари бўш турган давлат объектлари “ноль” харид қийматида узоқ муддатли бепул фойдаланишга берилишини таъминлайдилар.

Технопарк мақомини олиш учун қуйидагилар мавжуд бўлиши талаб этилади:

а) инновацион лойиҳа ҳамда ваколатли органнинг ижобий хулосаси;

б) қуйидагилар назарда тутилган технопаркни ташкил этиш ва ривожлантириш концепцияси:

- имкон қадар кўп сонли резидентларни жалб этиш ва технопарк ҳудудида жойлаштириш;

- технопарк резидентларига зарур сервис хизматларини кўрсатиш;

- технопарк резидентларини қўллаб-қувватлаш, шу жумладан: инвесторларни жалб этиш учун инновацион лойиҳаларга эксперт баҳоси бериш, инновацион фаолиятнинг ахборот таъминоти, офис, лаборатория ва ишлаб чиқариш майдонларини имтиёзли шартларда тақдим этиш;

в) алоҳида ҳудуд доирасида умумий майдони камида 1000 м² технопарк эгаллаган ишлаб чиқариш ва офис бинолари;

г) фаолият юритаётган коммуникациялар, алоқа, кичик ишлаб чиқаришлар, лабораториялар, таркибий бўлинмалар ва ҳоказолар бўлган ишлаб чиқариш ва офис бинолари. Улар “ғоядан тажриба намунасигача ва, кейинчалик, саноат маҳсулотигача” тамойили бўйича инновацион фаолиятнинг тўлиқ цикли учун технопарк резидентларига берилади;

д) инновацион корхоналарнинг кузатув (эксперт) кенгаши, ўқув маркази, сервис хизматлари маркази;

е) технопаркни ривожлантириш учун захира майдонлар.

Технопарк лойиҳалари қуйидаги манбалардан молиялаштирилади:

- давлат бюджети ва маҳаллий бюджетларнинг маблағлари;

- жалб этиладиган инновацион фаолият субъектларининг бюджетдан ташқари манбалардан олинган маблағлари, шу жумладан, кредит, халқаро, суғурта ташкилотлари, инновацион венчур фондлар ва бошқа инвесторларнинг маблағлари;

- жисмоний ва юридик шахсларнинг ихтиёрий ажратган маблағлари;

- кредитлар ва грантлар;

- хорижий ва маҳаллий инвестициялар;

- технопаркнинг инновацион ва илмий-тадқиқот, маслаҳат бериш ва бошқа фаолиятидан олинган маблағлари;

- бошқа тақиқланмаган манбалар.

Технологиялар трансфери марказлари (ТТМ) илмий-техник натижаларнинг тижоратлашувини тезлатиши, кичик инновацион корхоналар, жумладан, технопарклар ва инновацион-технологик марказлар таркибида яратишни таъминлаши кўзда тутилган.

Шуни таъкидлаш жоизки, ТТМ тизимининг самарали ишлашига қатор омиллар тўсқинлик қилади. Уларнинг орасида қуйидагиларни алоҳида ажратиб кўрсатиш мумкин:

- минтақалар миқёсида инновацион жараёнлами бошқаришнинг сушт ташкил этилганлиги;

- кўпчилик ТТМда ҳам ички, ҳам хорижий бозорларги чиқиш билан боғлиқ муаммолар;

- ТТМ ташкил қилиш ва фаолият кўрсатиши учун ресурслар базасининг етарли эмаслиги;

- инновацион фаолият кучайишини рағбатлантирадиган меъёрий-хукукий асосларнинг йўқлиги.

Инновацион марказлар, технопарклар ва технополислар мисолида инновацион инфратузилманинг аҳамияти айниқса сезиларлидир, у фаннинг бозор муҳитига кириши, илмий-техник соҳада тадбиркорликнинг ривожланиши ва янгиликларнинг иқтисодий самарадорлигини ошишига ёрдам беради.

Инновацияларнинг тижорат муваффақиятининг эҳтимоли махсус институтлар ва ташкилотларнинг шаклланиши ва ягона инновацион соҳада шаклланган инновацион жараёни таъминлаш тизимлари туфайли кескин ошади

4.3. Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва қўллаб-қувватлаш

Мамлакатимизда тадбиркорликни ривожлантириш– иқтисодиётни кўтариш, аҳоли фаровонлигини оширишнинг асосий шартидир. Иқтисодий тараққиётнинг ҳозирги босқичида тадбиркорликни янада ривожлантиришга катта аҳамият берилиб, бу соҳадаги вазифалар давлат сиёсатининг устувор йўналишларидан бирига айланиб бормоқда.

Таъкидлаш лозимки, мамлакатимизда тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш,, хўжалик юритувчи субъектлар ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилишни таъминловчи бир қатор қонун ҳужжатлари, жумладан, Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни қабул қилинган.

Қонуннинг 3-моддасида: “Тадбиркорлик фаолияти (тадбиркорлик) тадбиркорлик фаолияти субъектлари томонидан қонун ҳужжатларига мувофиқ амалга ошириладиган, таваккал қилиб ва ўз мулкӣ жавобгарлиги

остида даромад (фойда) олишга қаратилган ташаббускор фаолият”¹², дейилган.

Тадбиркорлик моҳиятини чуқурроқ англашда тадбиркорларнинг ўзаро боғлиқ тўрт фаолиятини алоҳида кўрсатган америкалик иқтисодчилар Кэмпелл Р.Макконнелл, Стенли Л.Брюларнинг қуйидаги нуқтаи назарлари алоҳида аҳамият касб этади:

- тадбиркор ер, маблағ ва меҳнат ресурсларини маҳсулот ишлаб чиқариш ҳамда хизмат жараёнига бирлаштириш ташаббусини ўз зиммасига олади;

- тадбиркор бизнесни олиб бориш жараёнида асосий қарорларни ишлаб чиқиш ва қабул қилишни, яъни бизнесни ривожлантириш йўналишлари, корхона фаолияти йўналишини белгиловчи операцияларни ўз зиммасига олади;

- тадбиркор янги маҳсулот (хизмат)ларни ишлаб чиқаришга интилувчи, янги ишлаб чиқариш технологияларини ишлаб чиқарувчи ёки бизнесни ташқил қилишни ва ривожланишнинг янги шакллари олиб кирувчи ташаббускор шахсдир;

- тадбиркор тадбиркорлик фаолиятида юзага келадиган хавфни ўз зиммасига олади, зеро, тадбиркор учун даромад олиш кафолатланмаган, сарф этилган вақт, ҳаракат ва қобилиятлардан даромад олиш баробарида зарар кўриш ҳам мумкин. Бундай ҳолларда тадбиркор нафақат ўзининг ўз вақти, меҳнати ва ишбилармонлик обрўси билан, балки сарф этилган маблағ билан ҳам таваккал қилади¹³.

Демак, ижодкорлик тадбиркорлик вазифаларидан бири бўлиб, тадбиркорлик фаолиятида доим мавжуд бўлиши шартдир.

Шуни таъкидлаш лозимки, ҳар қандай тадбиркорлик ҳам инновацион бўла олмайди. Фақатгина инновацион фаолиятни амалга оширувчи

¹²Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни, 2000 йил 25 май,

¹³Кэмпелл Р.Макконнелл, Стенли Л.Брю. Экономикс: принцип, проблемқ и политика. Том 1. –Таллин, 1993, стр.37-38.

ташкilotлар инновацион тадбиркорлик субъектлари ҳисобланади.

Инновацион тадбиркорлик– капитални йўналтиришнинг янги соҳаларини излаш, мавжуд маҳсулотлар ишлаб чиқаришни такомиллаштириш ва янгиларини яратиш, шахсий устуворликни таъминлаш, даромад олиш учун турли имкониятлардан самарали фойдаланишдир.

Инновацион тадбиркорликнинг энг муҳим ва шу билан бирга энг мураккаб вазифаси– янги ғояларни излаш ва уларни татбиқ этишдир. Чунки, бу ҳолда тадбиркордан нафақат ижодий фикрлаш ва янги ечимларни топиш, балки истикболли фикрлаш, келажакдаги жамиятнинг эҳтиёжларини кўра олиш хусусиятини ҳам талаб этади.

Инновация – тадбиркорликнинг алоҳида қуроли, тадбиркорона фикрлаш инновацион кўринишидир. “... инновация ва янгиликлар инновациявий фаолият натижасида юзага келади, улар ўзаро боғлиқ ва бири иккинчисисиз мумкин эмас. Уларнинг асосий фарқи шундаки биринчи ҳолатда – янги маҳсулот шаклланиши жараёни рўй берса, иккинчисида – уни тижоратлаштириш жараёни амалга оширилади”¹⁴.

Инновацион тадбиркорликнинг ривожланишига: иқтисодий ва технологик, сиёсий ва ҳукукий, бошқарув-ташкилий, социал-психологик ва маданий кабиомиллар таъсир этади (4.3.1-жадвал).

Инновацион тадбиркорликнинг ривожланишга, юқорида келтирилганлардан ташқари, инновацион фаолиятни молиялаштирувчи давлат дастури, инновацияларни татбиқ этиш ва кўпайтиришнинг мақсадга мувофиқлигини экспериментал текшируви, тадбиркорлик таваккалчилигини камайитириш учун янгиликнинг ракобатбардошлигини текшириш ва ҳоказолар ҳам ўз таъсирини ўтказади.

Инновацион тадбиркорликни ривожланишнинг зарурияти қуйидагилар билан изоҳланади:

- иқтисодий фаолиятнинг барча соҳаларида инновацияларни қўллашга

¹⁴Эргашев Р.Х. Иқтисодиётни инновацион ривожлантиришнинг илмий-назарий ва ҳукукий асослари. //Иқтисодиётни инновацион ривожлантириш истикболлари. Монография. Муаллифлар жамоаси. – Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2019, 13 бет.

кўмаклашувчи ишлаб чиқаришнинг интенсив омили ролини ошириш;

- ишлаб чиқиш самарадорлигини кўтаришда фаннинг муҳим роли ва янги техникани жорий этиш;

- яратиш муддатларини сезиларли қисқартириш зарурияти, янги техникани ўзлаштириш, ишлаб чиқаришнинг техник даражасини кўтариш,

4.3.1-жадвал

Инновацион тадбиркорликнинг ривожланишга кўмаклашувчи омиллар¹⁵

Омиллар	Омиллар
Иқтисодий, технологик	Молиявий, моддий-техника воситалари захираси, илгор технологиялар; зарур хўжалик ва илмий-техник инфратузилма, инновацион фаолият учун моддий рағбатлантириш.
Сиёсий, ҳукукий	Инновацион фаолиятни рағбатлантирувчи конунчилик чоралари, инновацион фаолиятнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши.
Бошқарув-ташкилий	Ташкилий таркибларнинг эгилувчанлиги, бошқарувнинг демократик услуби, ахборотнинг горизонтал йўналиши, устуворлиги ўз-ўзини режалаштириш, тузатишлар киритиш имконияти, номарказлаштириш, ўз-ўзини бошқариш (идора қилиш), мақсадли-муаммоли гуруҳларни шакллантириш.
Социал-руҳий ва маданий	Маънавий рағбатлантириш, жамиятда тан олиниш, ўз-ўзини намоён этиш имкониятини таъминлаш, ижодий меҳнат эркинлиги, меҳнат жамоасида руҳий муҳит (вазият).

ихтирочи ва рационализаторлар ижодини оммавий ривожлантириш зарурияти;

- натижаларнинг ноаниқлиги, тадқиқотларнинг кўп вариантлилиги, таваккалчиликнинг мавжудлиги ва салбий натижаларга эришиш мумкинлиги билан ифодаланувчи илмий-техникавий ишлаб чиқариш жараёнининг ўзига хослиги;

- сарф-харажат ортиши ва янги маҳсулотни ўзлаштиришда корхоналарнинг иқтисодий кўрсаткичлари пасайишида; техника ва

¹⁵Яковенко М. Н. Экономика и организация инновационной деятельности : учебное пособие / М. Н. Яковенко, Е. О. Коваленко, В. В. Ровенская. –Краматорск.: ДГМА, 2011, стр.21-22.

технологиянинг шиддатли маънавий эскиришида; янги техника ва технологияни тезкор татбиқ этишнинг объектив зарурати билан ва ҳоказо.

Инновацион тадбиркорликнинг ривожланиши истеъмолчилар томонидан инновацияларга, миллий иқтисодиётнинг илмий-техник салохияти ривожланиши, таваккал инновацион фаолиятни молиялаштирувчи венчур фирма ва инвесторлар фаолиятига боғлиқ.

Венчур фирмаларининг асосий вазифалари:

- илмий муҳандислик ишларини бажариш;
- янги техника, технология, товар намуналарини яратиш;
- ишлаб чиқаришни бошқариш;
- тижорат ишини ташкил этиш усуллари ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш;
- йирик фирмалар ва давлат ижара контракти буюртмаларини бажариш каби ишларни амалга оширадilar.

Венчур корхоналари бу вазифаларни давлат ва йирик фирмалар буюртмасига биноан контракт-битимлар асосида бажаришади. Венчур корхоналар техниканинг янги йўналишларида фаоллик кўрсатади ва бу билан фан-техника тараққиётига ўз ҳиссасини қўшади.

Янги техника ва технологияларни ҳамда янги маҳсулот намуналарини яратишда йирик корхоналарнинг алоҳида ўрни бор. Уларда, “... биринчидан, фан-техника ютуқларини ҳаётга татбиқ этиш асосида юқори сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш имконияти мавжуд, иккинчидан, янги маҳсулот турларини ихтиро этиш нуқтаи назаридан, илмий-қидирув лабораториялари фаолиятини йўлга қўйиш мумкин. Бу йўсиндаги ишлар, табиийки, мамлакатда фан-техника тараққиётининг ривожланишига йўл очиб беради”¹⁶.

Инновацион тадбиркорлик— ғоя ва ихтиролардан амалий фойдаланиш орқали янги маҳсулот ва технологиялар яратиш жараёни ҳисобланади. Одатда, тадбиркорлик фаолияти замирида янги эҳтиёжларни қондиришга

¹⁶ Шавқиев Э.Ш. Тадбиркорлик – аҳоли фаровонлигини оширишда асосий омил. //Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар. Монография. Муаллифлар жамоаси – Т.: “Fan va texnologiya”, 2019, 104 бет.

имкон берувчи, янги бозорни барпо этиш, маҳсулот ёки хизматлар соҳасига янгилик киритишдир.

Инновациялар – тадбиркорликнинг махсус қуроли бўлиб, бунда инновациялар ўз ҳолича эмас, балки янгиликларни йўналтирилган ташкилий излаш, уларга тадбиркорлик таркибларининг мунтазам қаратилганлигидир. Тадбиркорлар фикрлашнинг инновацион турини фарқлайди, инновацион фаолият эса ўзида тадбиркорликнинг алоҳида қуралини акс эттиради.

Инновацион тадбиркорлик– янгилик яратишнинг алоҳида ижодкорлик жараёнидир. Унинг замирида мунтазам янги имкониятларни излаш, инновацияларга йўналтирилганлик ётади. Бу янги лойиҳаларни амалга ошириш ёки мавжуд лойиҳани такомиллаштиришдаги таваккалчиликни, шунингдек, бу жараёнда юзага келадиган молиявий, маънавий ва социал жавобгарликни тадбиркор ўз зиммасига олишга тайёрлиги билан боғлиқ.

Инновацион тадбиркорлик жараёнида янги технологиялар воситасида янги маҳсулотлар ишлаб чиқарилади.



4.3.1-расм. Инновациявий янги маҳсулот яратиш босқичлари¹⁷

¹⁷ Эргашев Р.Х. Иқтисодий инновацион ривожлантиришнинг илмий-назарий ва ҳукукий асослари. //Иқтисодий инновацион ривожлантириш истикболлари. Монография. Муаллифлар жамоаси. – Т.: “Iqtisod-Moliya”, 2019, 14 бет

Янгилик ижод қилувчи тадбиркорнинг вазифаси– ихтироларни татбиқ этиш билан бирга ишлаб чиқаришни ислох қилишдир, яъни янги технологик имкониятларни қўллаш орқали янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш эвазига эски маҳсулотларни янги услубда ишлаб чиқаришдан иборатдир.

Инновация ёки янгилик киритиш янги жараён, янги воситани маҳсулот жараёнини (техник, иқтисодий, ташкилий, маданий ва бошқалар) яратиш ва фойдаланиш. Фаолият воситалари маҳсулот ва услубларини такомиллаштирувчи тубдан (бутунлай) янгилик ва янгиликларни ажратади.

Инновацион тадбиркорликнинг қуйидаги асосий тури мавжуд:

- маҳсулот инновациялари;
- технологик инновациялар;
- социал инновациялар.

Маҳсулот инновациялари – корхонанинг сотиш салоҳиятини ошириш, миқдорларни ушлаб туриш, бозордаги улушини кенгайтириш, олинмаган фойда ҳажмини қўпайтириш, молиявий ҳолатини мустаҳкамлаш, нуфузини ошириш, янги иш жойларини яратишга қаратилган.

Технологик инновациялар – ишлаб чиқариш салоҳиятини янгилаш жараёни ҳисобланади. У меҳнат унумдорлигини оширишга, энергия, хом ашё ва бошқа ресурсларни тежашга қаратилган бўлиб корхона фойда ҳажмини оширишга имкон беради. Шунингдек, техника хавфсизлигини такомиллаштириш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш тадбирларини ўтказиш, корхона ички ахборот тизимларидан самарали фойдаланиш имкониятини беради.

Социал инновациялар – корхонанинг социал муҳитини режали яхшилаш жараёнидир. Бу турдаги инновацияни татбиқ этиш бозорда ишчи кучи имкониятларини янада кенгайтиради, ташкилот ходимларини қўйилган мақсад сари сафарбар этади, корхонанинг социал мажбуриятларга нисбатан ишончини мустаҳкамлайди.

Инновацион тадбиркорликнинг барча турлари асосида маҳсулотларнинг янги турларини тайёрлаш ва ўзлаштириш ётади. Бундай

тадбиркорликнинг асосий мақсади – истеъмолчи (харидор)ларга етказиб бериладиган илмий-техник маҳсулот, ахборот, интеллектуал бойлик яратиш ва ишлаб чиқаришдир.

Инновацион тадбиркорлик натижасида янги тайёр маҳсулот юзага келади. Уни инновацион фаолиятни амалга оширувчи тадбиркорлик субъектлари (инновацион фаолиятни амалга оширишдаги сарф-харажатлар ва даромадини ўз ичига олган нархда) инновацион маҳсулот истеъмолчиси бўлган корхоналарга сотади.

Мамлакатимизда инновацион фаолликни оширишда давлатнинг роли ўта муҳим ҳисобланади. Бу фақат Ўзбекистонга хос кўриниш эмас, балки дунёда инновацион фаол ҳисобланган мамлакатларда ҳам инновацион муҳитни яхшилаш ва инновацион тадбиркорларни қўллаб-қувватлаш борасида самарали ишлар олиб борилмоқда.

Маълумки, Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг сўнгги уч йилда АҚШ, Россия, Хитой, Туркия, Франция, Жанубий Корея ва яқин қўшни давлатларга амалга оширилган ташрифларида, бу мамлакатларнинг тадбиркор-ишбилармонлари билан бизнес форумлар ўтказиб, уларни мамлакатимиз иқтисодиётига молиявий ва интеллектуал капитал киритишга бўлган қизиқишларини ошириш сиёсатини юритмоқда.

Хорижий давлатлар билан тузилган шартномаларга кўра:

- Россия билан ҳамкорликда Жиззах, Қашқадарё ва Сурхондарё вилоятларида нефть ва газ конларини қидириб топиш ва ўзлаштириш;
- Туркия билан қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришини қласстер асосида ташкил этиш, текстил ва қайта ишлаш саноатини ривожлантириш;
- хорижий технологиялар асосида гидропоник усулда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш ва бошқа шу сингари лойиҳалар мамлакатимиз саноат ишлаб чиқаришини ривожлантиришнинг истиқболли йўналишлари ҳисобланади.

Хулоса қилиб айтганда, инновацион тадбиркорлик— хўжалик юритишнинг алоҳида ижодкорлик жараёни бўлиб, унинг асосида янги имкониятларни мунтазам излаш, инновацияга йўналтирилганлик, турли-туман манбалардан доимий масалаларни ҳал этиш учун ресурслар излашни уддалаш ва улардан фойдаланиш демакдир. У мавжуд лойиҳани яхшилаш ёки янгисини татбиқ этиш билан боғлиқ барча таваккалчиликни ўз зиммасига олишга тайёрлиги, молиявий, маънавий ва социал жавобгарликни ўзига олиши ва пировардида даромад олишдан қониқиш ҳосил қилиши билан тавсифланади. Инновацион тадбиркорлик— тадбиркорлик фаолиятининг барча соҳалари ривож учун таянч ҳисобланади.

Таянч иборалар

Инфратузилма, фан, илм, таълим, илмий-техника фаолият, инновацион маҳсулот, ишлаб чиқариш, рақобатбардолик, инновацион ишланмалар бозори, интеграция, технологиялар трансфери, интеграцион алоқалар

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Инновацион фаолият инфратузилмасини ёритинг.
2. Инновацион фаолиятнинг бугунги инфратузилмасини тушунтиринг.
3. Инновацияларни амалга оширишда танловнинг аҳамияти нимада ?
4. Инновацион тадбиркорлик соҳасида таълим муассасалари, илмий-тадқиқот институтлари, кичик инновацион фирмаларнинг ролини кўрсатинг.

5-Мавзу. Инновацион иқтисодий ривожлантириш омиллари.

Режа

5.1. Корхоналарда инновацион фаолиятда иқтисодий усуллар, инновацион бошқариш (менежмент) усулларида фойдаланиш

5.2. Инновацион фаолият самарадорлиги ва корхоналарда инновацион салоҳиятни ошириш

5.1. Корхоналарда инновацион фаолиятда иқтисодий усуллар, инновацион бошқариш (менежмент) усулларида фойдаланиш

Ҳар қандай корхона узоқ муддат бозорда улушини сақлаб қолишни истар экан, инновацион бошқарув усулларига мурожаат қилишига тўғри келади. Инновацион бошқарув деганда инновацияларни жорий этиш ҳисобига корхонанинг доимий ривожланишини таъминлаш тушунилади.

Умуман олганда, корхоналарда инновацион менежментни икки турга ажратиш мумкин:

1) Анъанавий репродуктив менежмент- Корхона фаолиятига киритилган ресурслардан максимал фойда олишга қаратилиб, ишлаб чиқаришни бошқаришга катта эътибор қаратилади. Бунда рентабелликни ошириш, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш ва маҳсулотлар ассортиментини кенгайтириш бош мақсад қилиб олинади.

2) Инновацион менежмент- Мавжуд бошқарув усулларида фарқ қиладиган янги ривожланиш йўлини доимий излаш орқали бошқариш тушунилади. Асосий эътибор ташқи ресурслар шу жумладан инновацияларга қаратилиб, корхона фаолиятини доимий такомиллаштириб боришга қаратилади.

Инновацион менежмент тушунчаси XXасрнинг 60-70 йилларида Й. Шумпетер томонидан фанга киритилган. Инновацион менежмент концепцияси деганда қуйидаги кетма кет жараённи амалга ошириш тушунилади:

1.Инновацион маҳсулот истеъмолчилари таҳлили;

- 2.Истиқболли ғояларни излаш;
- 3.Инновацияни яратиш ва жорий этишни ташкиллаштириш;
- 4.Инновацион маҳсулотни бозорга чиқариш

5.2. Инновацион фаолият самарадорлиги ва корхоналарда

инновацион салоҳиятни ошириш

Корхоналарда ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишни самарали фаолиятини ташкил этиш ва уни бошқариш бўйича турли олимлар томонидан ҳар хил усуллар ишлаб чиқилган. Машҳур америкалик иқтисодчи М.Портер айнан корхона даражасида инновацион фаолиятни самарали ташкил этиш ва бошқаришнинг ўзига хос моделини яратди. Унинг фикрига кўра корхоналар ўзи учун энг мақбул рақобат стратегиясини танлашда бешта куч таъсирини инобатга олиши лозим бўлади. Бу бешта куч :

- 1)Ўриндош товар ёки маҳсулотларнинг пайдо бўлиш хавфи;
- 2) Янги рақобатчиларнинг бозорга кириш хавфи;
- 3) Рақобатнинг интенсивлик даражаси;
- 4)Харидорлар(мижоз)нинг нархга таъсир даражаси;
- 5)Таъминотчи (сотувчи)ларнинг нархга таъсир даражаси.

Юқоридаги бешта куч таъсирини инобатга олган М.Портер қуйидаги инновацион фаолият самарадорлигига эришиш учун умумий стратегияларни қўллашни тавсия этади:

- 1) Дифференциация;
- 2) Харажатлар бўйича абсолют устунлик
- 3) Фокус стратегияси

Инновацион иқтисодиётда дифференциация стратегияси бу тармоқда ягона ўзига хос хусусиятларга эга бўлган товар ёки хизмат ишлаб чиқариш ҳисобланади. Дифференциация ҳар хил кўринишда бўлиши мумкин, масалан, дизайн ёки бренд (Фиелдсрест -сочиқлар ва ички кийим ишлаб чиқарувчи), технология(Хўстер юк мошиналарини ишлаб чиқарувчи, Солеман кемпинг ускуналар ишлаб чиқарувчи), функционал имкониятлар

(ЖеннАир электроплита ишлаб чиқарувчи), истемолчиларга хизмат кўрсатиш (Сроун Сорканд Сеал металл идишлар ишлаб чиқарувчи) дилелик тармоқлари (Сатерпиллар Трастор қурилиш техникасини ишлаб чиқарувчи) ва бошқалар. Дифференциация стратегияси истемолчиларнинг нархга таъсирчанлигини камайитириш ва “содиқ” мижозлар гуруҳини яратиш орқали бозордаги кучли рақобатдан ҳимоя қилади. Мижозларнинг “содиқлиги” ва янги маҳсулот яратишга бўлган мажбурлик янги рақобатчиларнинг бозорга кириб келишига халақит беради.

Харажатлар бўйича абсолют устунликстратегияси деганда корхонанинг берилган соҳада харажатларни камайитириш бўйича етакчига айланиши тушунилади. Рақобатчиларга нисбатан кам харажат қилиш бу корхонага тармоқдаги ўртача даромаддан юқори даромад кўриш имкониятини беради. Бундан ташқари бундай корхоналар кучли рақобатга ҳимояланган бўлади, чунки уларнинг рақобатга зарар кўраётган пайтда улар фойда билан чиқишда давом этади. Харажатлар бўйича абсолют устунликка эришишда одатда фаолият олиб бориловчи бозорнинг катта қисмини эгаллаш тадаб этилади. Шу билан бирга, кўп миқдорда янги жиҳозлар капитал кўйилмалар, ҳужумкор нархлаштириш, бозорнитез эгаллаш стратегияси кабилар талаб этилади. Бозорнинг катта қисмини эгаллаш **миқёс самараси** учун имконият яратади. Устунликка эришиб бўлгач эса олинган юқори фойдани қайта инвестициялашга йўналтириш соҳада етакчилиқни ушлаб қолишга имкон беради. Бу стратегияни қўллаган БригтсандСтраттон кам қувватли бензин двигателларини ишлаб чиқариш корхонаси 2000 йилларда жаҳон бозорининг 50% ни эгаллашга эришган¹⁸. Ҳарнисчфегер корхонаси 1979 йилда юк кўтарувчи кранлар ишлаб чиқариш бўйича шунга ўхшаш стратегияни қўллаган. Аввалига корхона бозорнинг 15 % ни назорат қилган бўлса, ишлаб чиқаришнинг ҳар бир босқичини қайта ташкил этиш ва тежаш мақсадида керакли запчастларни катта миқдорда харид қилиш орқали бозордаги улушини 25%га чиқаришга эришди.

¹⁸Портер М. “Конкурентная стратегия” стр.75

Фокус стратегияси бу маълум бир харидорлар гуруҳига (фокусга) диққатини қаратиш ҳисобланади. Фокус стратегияси турли кўринишда қўлланиши мумкин. Бу стратегия асосида корхона тор доирадаги мақсадларга эришиши кенг қамровли мақсадларга нисбатан осонроқ амалга ошади деган тахмин ётади. Фокус стратегиясини қўллаган корхоналар охир оқибат маҳсулот дифференциацияси ёки харажатларни камайтиришга эришади. Бунда ҳам корхоналар ўзлари фаолият юритувчи тармоқда ўртача фойдадан юқори фойда олиш имкониятига эга бўлади, аммо бозорда катта улушга эга бўла олмаслик эҳтимоли ҳам бўлади.

Инновацион фаолиятнинг асосий мақсади бозорда узоқ муддат давомида самарали фаолият олиб боришга эришиш ҳисобланади. Масалан, АКТ соҳасида инновацион маҳсулот яратган Мисрософткомпанияси ўзининг инновацион фаолияти ҳисобига мана 23 йилдирки кучли рақобатчиларнинг мавжудлигига қарамай ахборот технологиялари бозорида етакчиликни сақлаб турибди. Бу мақсадга эришиш учун қуйидаги вазифаларни амалга ошириш лозим:

- бозордаги улушини кўпайтириш;
- янги бозорларга чиқиш;
- мослашувчан инновацион корхона имиджини яратиш;
- фаолиятни диверсификациялаш.

Амалиётда корхоналар кучли рақобат шароитида инновацияларга эҳтиёж сезишади ва бошқарувнинг барча босқичларида ривожланишнинг янги йўллари қидиришади.

Таянч иборалар

Корхона, маҳсулот, стратегия, рақобат, технология, дифференциация, харажат, самара, иқтисодий самарадорлик, инновационсалоҳият.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Инновацион жараённинг мураккаб занжирини ифодалаб беринг.
2. Инновацион фаолиятга таъсир этувчи асосий омилларни ёритинг.

3. Инновацион фаолиятнинг иқтисодий самарадорлигини тушунтиринг.
4. Корхонанинг инновацион салоҳияти деганда нима тушунилади?
5. Харажатлар бўйича устунлик деганда нима тушунилади?

6-Мавзу. Инновацион иқтисодиёт инсон омилини фаоллаштиради

Режа

- 6.1. Инновацион тизимда инсон омили, ўрни ва аҳамияти
- 6.2. Инсон омилини фаоллаштириш асосида инновацион соҳада корхонани бошқариш
- 6.3. Кадрларни танлаш, улар фаолиятини баҳолаш ва рағбатлантириш асосида инновацион фаолликни таъминлаш тизими

6.1.Инновацион тизимда инсон омили, ўрни ва аҳамияти

Инсоният тараққиётининг постиндустриал босқичи инновацион иқтисодиётнинг шаклланишини, шунингдек меҳнат ва истеъмол стратегиясини индивидуллашувини назарда тутди. Бу эса ўз навбатида инсоннинг иқтисодий и ижтимоий ҳаётдаги фаолият шакллари назарий жиҳатдан тушуниш масаласининг долзарблигини белгилаб беради. Билимларга асосланган замонавий иқтисодиёт учун инсон омили инновацион ривожланишнинг воситаси ва шу билан бирга мақсадини ҳам ифодалайди.

Меҳнат фаолияти иштирокчиларининг сифат кўрсаткичлари янги илғор ғояларни ўзлаштириш ҳамда ижтимоий-иқтисодий жорий этиш суръатларини таъминлаш қобилияти рақобатда устунликнинг асосий манбаси ҳисобланади.

Ижтимоий тизимларнинг инновацион қайта шаклланиш шароитида инсон омили иқтисодиёт ва бутун жамият инновацион ривожланишининг асосий ресурси ҳисобланади.

Инсон омилининг инновацион иқтисодиётдаги мазмунини назарий жиҳатдан ўрганишда икки гуруҳ назарияларни ажратиш кўрсатиш мумкин:

1. Иқтимоий-иқтисодий концепциялар. Бунда инсон омилининг ишлаб чиқаришдаги ўрни алоҳида корхона миқёсида кўриб чиқилади. Инсон омили таркиби ходимнинг инсоний салоҳияти ташкил этувчилари орқали

баҳоланади. Шу жумладан, ходимнинг унумли меҳнатга бўлган моддий ва маънавий қобилиятлари асосида ўрганилади.

2. Ижтимоий-маданий ёндашувлар. Унга кўра, инсон омили иқтисодий омилар билан бирга ўз маданий шаклига асосан ҳам тубдан фарқ қилади. Бу иштирокчиларнинг меҳнат, бошқарув ва инновацион фаолиятдаги маданиятида намоён бўлади. Бунда тўпланган маданий қадриятлар жамиятнинг инновацион ривожланишидаги асосий омил сифатида қаралади.

Саноатлашувнинг замонавий босқичида, жамиятнинг инновацион ривожланиш турига ўтишида инсон омили ўзида ижтимоий инсон омилини акс эттиради. Мазкур тушунчани белгиловчи ҳолатлар қуйилагилардир:

1. Аҳолининг меҳнатга лаёқатли қисми

2. Инсон омилининг таълим, маданият, касб билан боғлиқ кенг қамровли салоҳиятига эга бўлган одамлар

3. Иқтисодий ҳаркатларни амалга оширувчи ва иқтисодий тизимлар фаолиятига таъсир этувчи одамлар

4. Ўз ижтимоий-иқтисодий мақсадларига эришиш учун иқтисодий ҳаракатларни амалга оширувчи одамлар

Шундай қилиб, замонавий иқтисодиётда инсон омили бу – меҳнатга лаёқатли аҳоли,

Ижтимоий, маданий, таълимий, касбий қобилият шаклидаги инсоний салоҳиятга эга бўлган, турли ижтимоий-иқтисодий шаклда ўз меҳнат ҳаракатларини амалга оширувчи одамларнинг ташкилий бирлашмасидир.

Инновацион ривожланиш шароитида инсон омили тор маънода, яъни меҳнат жараёнида ўзининг тор касбий билим, малака ва кўникмаларини намоён этувчи “яхлит ходим” сифатида кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ эмас.

Миқдорий жиҳатдан иқтисодиётнинг ижтимоий инсон омили жамиятнинг иқтисодий ҳаракатларининг субъектлари йиғиндисини ифодалайди. Иқтисодий ҳаракатлар субъекти сифатида аҳоли турмуш

фаровонлигини ошириш учун мақсадли хўжалик фаолиятини амалга оширувчи ижтимоий гуруҳлар, жамоалар, бирлашмалар тушунилади.

Иқтисодий ҳаракатларнинг турли субъектлари инсон омили сифатида турлича намоён бўлади. Бу ҳолат одамларнинг ижтимоий статуси, ижтимоий-иқтисодий ва маданий салоҳияти, иштирокчилар фаолият кўрсатаётган ижтимоий-маданий муҳитга боғлиқ.

Инсон омили - бу маълум маънода тартиблашган таркибий элементлар йиғиндиси бўлиб, уларнинг асосийлари қуйидагилардир:

- ижтимоий-демографик компонент бир қатор тизимли кўрсаткичлар билан тавсифланади: аҳоли таркиби, меҳнатга лаёқатли аҳоли таркиби, туғилиш ва ўлим даражаси, ўртача умр кўриш даражаси, оила институтининг ривожланиши;

- жисмоний компонент — аҳолининг жисмоний соғлиғи ва аҳолининг руҳий соғлиғи каби кўрсаткичлар тизими билан тавсифланади;

- ижтимоий-иқтисодий компонент — учта кўрсаткичлар тизими билан тавсифланади: аҳоли бандлиги таркиби ва даражаси; аҳолининг меҳнат ва интеллектуал қобилиятларига бўлган талаб; аҳолининг турмуш сифати.

- ижтимоий-маданий компонент — тўртта кўрсаткичлар тизими билан тавсифланади: жамиятда таянч таълимнинг сифати; касбий таълим даражаси; ходимларнинг малака ва касбий маҳоратининг ўсиши; аҳолининг ижтимоий маданияти даражаси (шахснинг меъёрий-қадриятлар бўйича тушунчаси, тамойиллари ва эътиқодларининг ўзига хослиги, ахлоқи ва одоби даражаси, рағбатлантиришдаги афзалликлари, ҳуқ-атвори, аҳолининг турли қатламлари ва гуруҳларининг маданий интеграцияси даражаси).

6.2.Инсон омилини фаоллаштириш асосида инновацион соҳада корхонани бошқариш

Ҳозирги пайтда муваффақиятли ташкилотларнинг асосини персонал ташкил қилади деган тушунча ўз тасдиғини топган. «Бизнес — бу ташкилот бўлиб, унинг барқарор ривожланиши ёки инқирозини белгиловчи асосий куч

унинг ходимлари малакаси ҳисобланади. Жисмоний меҳнат вақт ўтиши билан тўлиқ автоматлаштирилиши мумкин. Лекин билим – бу инсоннинг ўзига хос ресурси бўлиб, уни китоблардан топишнинг имконияти йўқ. Китобдан ахборот олишимиз мумкин; бироқ билим – бу ахборотни аниқ бир фаолият соҳасида қўллай олиш қобилиятидир.

Ташклот шахснинг фаолиятини чеклар экан ўзининг ўзгаришларга мослашиш қобилиятини чеклайди. Ташкилот шахснинг ривожланишини рағбатлантирар экан, унинг янгилалиши доимий ҳисобланади. Шахслар – ташкилотлар янгилалишининг ягона манбаи ҳисобланади.

Ҳозирги пайтда инсон салоҳияти миллий бойликнинг асосий ташкил этувчиси деб тан олинган ва иқтисодий ўсишнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучидир. Унинг сифати илмий-техник тараққиёт, меҳнатни ташкил этиш ва маданияти, самарадорликни белгилаб беради. Юқори меҳнат унумдорлиги нафақат техника, балки персонал салоҳияти билан ҳам белгиланади.

Инновациялар ва технологияларни бошқариш ижтимоий жараёнларни акс эттиради. Меҳнат ресурслари, ишлаб чиқаришнинг субъектив омили бўлиб, инсоннинг жисмоний ва ақлий қобилиятлари йиғиндисини, унинг меҳнатга қобилиятини акс эттиради. Меҳнат ресурслари сифати қуйидагиларга боғлиқ:

- меҳнатнинг ишлаб чиқариш кучида номоён бўлади ва ходимнинг таълим олиши ва шаклланишига сарфланган вақт асосида аниқланади;
- умумий таълим даражаси, касбий билим ва кўникмалар, мутахассислиги бўйича ишлаш давомийлиги ва шароитларини акс эттиради;
- ходимнинг умумий маданият даражаси ва интеллектуал қобилиятлари, кадриятлар тизими, маънавий-ахлоқий, иродавий сифатлари, фуқаролик фаоллиги ва бошқа ижтимоий эгалланган хусусиятлари билан белгиланади.

Персонални бошқариш жараёнларида мутахассислар ва раҳбариятнинг сифат кўрсаткичларини баҳолаш ва қўллашга катта аҳамият берилади:

- ижодий фаолиятга эҳтиёж ва қобилият;

- тадбиркорлик;
- командада ишлай олиш;
- ривожланишнинг потенциал имкониятлари;
- ахлоқий ишончлилиқ ва бошқалар.

Ижодий фаолиятга имкон берувчи ишчанлик муҳитини яратишда ходимларни мотивлаштиришнинг турли усуллари қўлланилади.

«3М» фирмасида (Миннесота Майнинг энд Мэнюфекчуринг, АҚШ) инсон ресурсларини бошқаришнинг инновацион фаолиятни рағбатлантирувчи тамойиллари қўлланилади:

■ юқори меҳнат унумдорлигини рағбатлантириш асосида ҳар бир одамнинг индивидуаллиги ва қадриятларини таъкидлаб ўтиш. Инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш; ходимларнинг бир-бирига ишончли ва ўзаро ҳурматга асосланган муносабатларини ривожлантириш; персоналга таълим бериш ва малакасини оширишга жавобгарлик.

■ ҳар бир ходимнинг ташаббусини қўллаб-қувватлаш ва шу билан бирга эркин ижодий фаолиятни таъминлаш; мураккаб вазиятларда жавобгарликни ўзига олишни рағбатлантириш.

■ ҳар бир кишига ўз индивидуал қобилиятларини рўёбга чиқаришига имконият яратиш; кадрлар жойлашувини тўғри танлаш; ходимлар меҳнат салоҳиятининг ривожланишида раҳбарларнинг масъулиятини ошириш.

■ яхши бажарилган иш натижалари учун адолатли ҳақ олишда ҳаммага тенг имкониятлар яратиш; қўйилган мақсадлар асосида ишлаб чиқариш фаолияти натижаларини баҳолаб бориш.

Ҳозирги пайтда инновацияларни яратиш оммавий тус олмоқда – “иштиролар саноати” яратилмоқда. Бунда ҳар бир янгилик ўзига хос бўлиб, алоҳида индивидуал ижодий жараён маҳсулини акс эттиради.

“Иштиролар саноати”нинг ривожланиши жиддий ресурслар таъминотини талаб этади. Янгиликнинг яратиши ва бозорга чиқиши учун илмий, лойиҳа-конструкторлик, технологик, маркетинг ва бошқа бўлинмалар керак бўлади. Замонавий бозорнинг янги маҳсулот сифати ва намоён

қилишга талаблари жуда юқори ва муваффақият кўп жиҳатдан хилма-хил билимларни қўллай олишга боғлиқ. Шу сабабли янги маҳсулотни яратиш – бу турли мутахассисларнинг жамоавий фаолияти натижасидир.

Шу сабабли янгиликлар яратувчи хусусий ихтирочилар ва саноат корхоналари ўртасидаги меҳнат тақсимоти чуқурлашиб боради. Шубҳасиз, инновациялар юзага келишига асосий туртки бўлган ихтирочилар ва олимларнинг янги ғоялар генератори сифатидаги аҳамияти юқори бўлиб қолади.

Инновацион ташкилотларнинг асосий хусусияти ижодий шахсларга нисбатан эътиборли бўлишларидир. Ижодий қобилият – шахснинг муаммони ечишда ўзига хос ечимни топиш ва ноанъанавий қарорларни қабул қилишида номоён бўлади. Ижодий қобилият ҳар бир инсонда туғилганидаёқ бўлиши мумкин, лекин ижодий ёндашув рағбатлантириладиган муҳитдагина тўлиқ намоён бўлади.

Ўз ишига ҳаддан ташқари берилиб кетган инсонлар – ташаббускорларни алоҳида таъкидлаб ўтиш мақсадга мувофиқ Ташаббускор – бу ташкилотнинг энг қимматли ва кўп ҳолларда ягона капиталидир. Моддий ва маънавий рағбатлантиришнинг ҳеч бир усули ташаббускор каби ходимни мақсад сари йўналтиришга мажбур қила олмайди.

Янгиликларни жорий этиш нафақат янгиликларни яратиш ва қўллаш билан боғлиқ ташкилий-технологик жараён, балки ташкилот функциялари, тузилмаси ва кадриятлари ўзгариши билан боғлиқ ижтимоий-маданий жараённи ҳам ифодалайди. Янгиликларни жорий этиш – бу мавжуд маданий муносабатларга янги маданият элементларининг кириб боришидир. Шу сабабли янгиликларни жорий этишда кўпинча ташкилот персонелининг янгиликларга қаршилиги юзага келади. Бу қаршиликлар очик, яъни лойиҳага очик танқидий муносабатлар кўринишида, ёки ёпиқ, яъни ички қаршилик ташқи кўринишда розилик сифатида намоён бўлиши мумкин.

Ўзгаришларни амалга оширишда одамлар таваккал қилишга мажбур бўладилар, бу эса уларнинг маданиятига зид келади. Персоналнинг ҳуқуқ-атвори қуйидагилар билан изоҳланади:

- ўзгаришларнинг оқибатлари номаълумлиги сабабли қўрқув ҳисси;
- барқарорликнинг йўқолиши мумкинлигидан безовталиқ;
- даромадларнинг пасайиши мумкинлигидан;
- мавқеини йўқотиш мумкинлиги;
- ташкилотга кераксиз бўлиб қолишдан қўрқиш;
- келажакда янги ролни бажариш имкониятига эга бўлмаслик;
- янги ишни ўргана олмаслик ёки бажара олмаслик.

Бундан ташқари янгиликларни жорий этишга тўсқинлик ташкилотда вужудга келган умумий маданият таъсирида вужудга келади:

Сиёсийлашган ички муҳит, бу юқори таъсирга эга менежерларга ўзгаришларга қаршилиқ қилишга имконият беради. Кўп масалалар шовқинли қўллаб-қувватлаш ёки кучли таъсирга эга юқори лавозимли шахсларнинг қаршилиги, асосий раҳбарга тайзиқ ўтказиш, маълум натижалардан манфаатдор гуруҳ ёки бўлимлар ўртасидаги низолар асосида ҳал этилади.

Ўзгаришларга ёки уларни ўтказишга интилаётган ходимларга нисбатан душманларча муносабат. Янги ғояларни жорий этиш ташаббуси билан чиқаётган менежерлар ва ходимларни кадрламайдиган мансабдор шахслар мавжуд ҳолатни яхшилашга интилишларга тўсиқ бўлиб хизмат қилади.

Стратегик ривожланиш, рағбатлантирувчи ғоялар ва маданиятни шакллантиришга нисбатан структура, назорат тизими, бюджет, назорат тизимини яхши билувчи менежерларга устувор аҳамият қаратиш. Бу турдаги менежерлар ташкилотнинг ички ташкилий масалаларни муваффақиятли ечишга қодир бўлади. Лекин уларни юқори лавозимларга қўйишганда, компания янги стратегик вазифаларни еча оладиган ишбилармон лидерларга

нисбатан танқислик сезиши мумкин, бу эса узоқ муддатли мақсадларга эришишга имконият бермайди.

Персоналнинг ўзгаришларга қаршилигини пасайтириш учун ташкилот ичида бўлаётган ўзгаришларни енгиллашга имкон берувчи ўзига хос мослашувчан маданиятни шакллантириш керак.

6.3.Кадрларни танлаш, улар фаолиятини баҳолаш ва рағбатлантириш асосида инновацион фаолликни таъминлаш тизими

Ташкилотларда персоналнинг новаторлик фаолиятини кучайтириш ва ўзгаришларга қаршиликни камайитириш мақсадида зарур ўзгаришларга мотивация кўринишидаги турли чоралар кўрилади:

- ташкилот раҳбариятининг новаторлар таклифларига эътибор билан қараши;
- таклифлар, ихтиролар ва ишланмалар муаллифларини моддий ва маънавий рағбатлантириш;
- янгиликларни ишлаб чиқишда зурур шароитларни яратиш, шу жумладан ҳаракатлар эркинлигини таъминлаш;
- ташкилот ичида ва ташқарисида ҳамкасблар ўртасида самарали коммуникацияларни қўллаб қувватлаш;
- новаторлар ва яратувчиларнинг ташкилот муваффақиятидаги ҳиссасини тан олиш;
- хизмат мартабаси жиҳатдан кўтарилиши ва бошқалар.

Ихтирочилар меҳнатини ташкил этиш ва рағбатлантиришда ҳуқуқий, молиявий, ташкилий ва бошқа йўналишларни қамраб олувчи алоҳида сиёсат ишлаб чиқилади ва ташкилотнинг илмий-техник ҳамда истеъмол фаолиятини ривожлантиришга имкон берувчи стимуллаштирувчи кенг ҳаракатлар қўлланилади.

Ихтирочилик фаоллигини стимуллаштириш тизими Японияда, айниқса, батафсил ишлаб чиқилган. Муаллиф патент учун ариза берганда

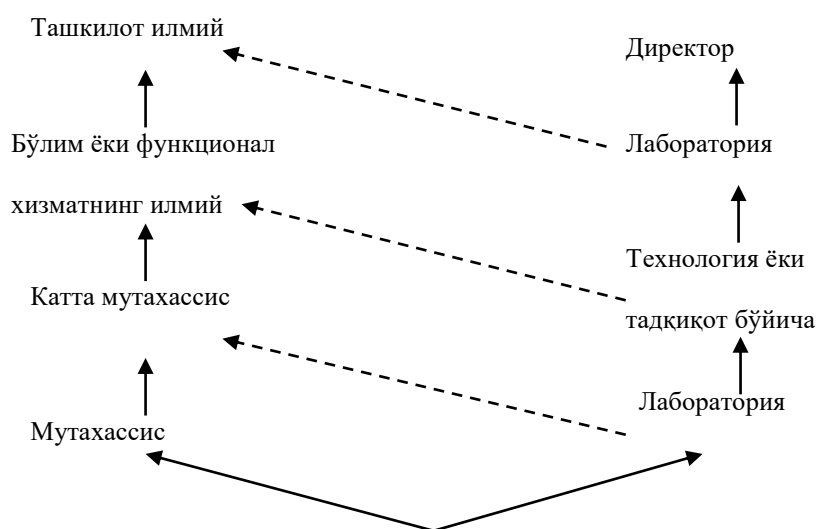
унча кўп бўлмаган мукофот берилади. Агар фирма ихтирочининг ишланмасини ўз фаолиятида қўллаган бўlsa, унга катта миқдордаги мукофот берилади. Фирма томонидан тасдиқланган нуфузли комиссия ихтиродан олинган самарани олти балли шкала бўйича баҳолайди, муаллифларга 6 мингдан 200 минг иенгача мукофот берилади. Сотилган лицензия учун ҳар йили, лицензияни алмаштириш учун ҳар беш йилда мукофот берилади. Агар ихтиро фирмага сезиларли даромад келтирган бўlsa, бу ҳолда алоҳида мукофот берилади.

АҚШ корхоналарида инновацион фаолиятни таъминловчи алоҳида шароитлар яратилган. Киритилаётган таклифларни оператив тарзда жорий этиш ва унинг самарасини дарҳол баҳолаш учун имкониятлар яратилган. Ташаббусни катта миқдордаги мукофот билан тақдирлаш сиёсатини амалга ошириш янгиликларни жорий этишнинг узлуксиз жараёнига кучли рағбатлантирувчи таъсир кўрсатади. Шундай, «Женерал Моторс» корпорацияси техник-технологик ва ташкилий кўринишдаги ҳар қандай таклифни 10 минг доллар атрофида рағбатлантиради. Корпорация ҳар йили ўртача бир ходимдан битта таклиф олади ва бу таклифларнинг учдан бир қисми амалиётга жорий этилади.

АҚШнинг саноат корхоналари объектив сабаларга кўра ёки техник такомиллашмаганлик учун амалиётга жорий этиш имконияти бўлмаган таклифларни ишлаб чиққан новаторларни ҳам рағбатлантирадилар. Уларга «Компания фаолиятига қизиқиш билдиргани ва уни ривожлантиришга ҳаракат қилгани учун» рамзий мукофоти берилади.

Компания «3М» (Minnesota Mining & Manufacturing) ходимлар ўртасида ижодий ташаббусни қўллаб қувватлаш учун ўз ходимларига иш вақтининг 15%ини ўз лойиҳаларини ишлаб чиқишга ажратишга рухсат беради. Компания ихтирочиларни рағбатлантиришнинг яна бир турини жорий этган – бошланғич грант. Фирма ходими ўз лойиҳасини амалга ошириш учун 50 минг доллар миқдорида субсидия олиш имкониятига эга.

Бундан ташқари, компания новаторликнинг ташкилий заҳираларини қидириш бўйича фаол иш олиб боради. Шу жумладан, мутахассисларнинг шахсий ривожланиши учун «3М» да “икки томонлама зина” тизими жорий этилади. Бу тизим ходимларнинг шахсий қобилиятлари ва ҳоҳишларидан келиб чиқиб, маъмурий ёки илмий-инженерлик йўналиши бўйича ўсишига имконият яратади. Илмий-инженерлик йўналиши бўйича лавозимлар бошқарув лавозимларига мос ҳолда келтирилган.



6.3.1-расм. Илмий-инженер кадрлар мартабаси ривожланишининг икки йўналиши

Кўпгина давлатларда профессионал кадрлар тайёрлаш тизими бир нечта буғинлардан иборат бўлади. Ўзбекистонда у қуйидаги босқичлардан иборат:

- умумтаълим мактаблари;
- профессионал-техник коллеж (билим юрти) ёки коллеж (техникум);
- олий таълим муассасалари, уларда бакалавр, магистр тайёрланади;
- ОТМлар ва илмий тадқиқот институтлари қошидаги докторантуралар;
- ОТМлар қошидаги малака ошириш факультетлари.

АҚШдаги расмий профессионал таълим тизими қуйидагиларни ўз ичига олади: бошланғич ва ўрта таълим, профессионал техник билим юрти,

икки йиллик бошланғич коллежлар; профессионал мактаблар ва университет коллежлари, аспирантура ва докторантура. Америкада меҳнат ресурсларининг касбий таълимини таъминловчи манба бўлиб хусусий иш жойида кадрларни тайёрлаш ва корпорациялар ҳузуридаги ўқув марказлари ҳисобланади (6.3.1-жадвал).

6.3.1-жадвал

АҚШда кадрларни тайёрлаш

Ташкилотлар	Фаолият кўрсатаётган меҳнат ресурслари таркибида тайёрланган ходимларнинг улуши, %
Олий ва ўрта мактаб	29
Тўрт йиллик коллежлар	17
Икки йиллик коллежлар	5,2
Ўрта мактаблар	4,9
Мактабдан кейинги хусусий касбий курслар	2,2
Давлат касий курслари	1,7
Компаниялар, фирмалар (иш ўрнида тайёрлаш)	28
Хусусий компанияларнинг касбий марказлари	10
Мудофаа кучлари ўқув бўлинмалари	2

Япониянинг Иккинчи жаҳон урушидан кейинги таълимнинг ривожланишини белгилаб берган бир чизиқли мактаб таълими тизими 6–3–3–4 формуласига асосланади:

- 6 йил – бошланғич мактаб;
- 3 йил – кичик мактаб;
- 3 йил – катта ўрта мактаб;

- 4 йил – олий мактаб (университет).

Япония иқтисодиёти ривожланишини ҳаракатга келтирган куч фирма ичидаги таълимга асосланган кадрларни тайёрлаш тизими ҳисобланади. Фирма ичидаги таълимнинг муваффақиятини қуйидаги ҳолатлар таъминлаб берган:

- Японияликларнинг мактабда олинган фундаментал билимларга асосланган юқори таълим даражаси;

- “ички тайёрлаш”нинг анъанавий амалиёти, бунда корхона ўзи учун керак деб ҳисоблаган кадрларини ўзи тайёрлайди;

- иш вақтида таълимнинг тарбиявий самарасини ошириш имкониятини берувчи персонални бошқариш тизими;

- фирма ичидаги таълимни ривожлантиришга қаратилган давлат сиёсати.

Ҳозирги пайтда илмий-техник ривожланиш таъсирида меҳнат ресурсларининг қайта ишланиши узоқ муддат талаб этади. Бошқа томондан меҳнат ресурсларининг ишлаб чиқариш кучларининг моддий элементлари (асобоб-ускуналарнинг маънавий эскириш даври қисқариб бориши) қайта ишланиш муддати қисқариб бормоқда. Бу эса билимлар ҳажмининг ошиб бориши билан боғлиқ. Жаҳон амалиётида янги билимнинг пайдо бўлиши ва унинг амалда қўлланиш даври кескин қисқариб бормоқда.

Ташкилотдаги ўқитиш – бу ташкилот янги билим, ҳуқ-атвор ва қимматликлар олувчи жараён ҳисобланади. Бу жараён ташкилотнинг барча даражаларида амалга оширилади:

- алоҳида ходимларнинг ўзаро ва ташқи муҳит билан таъсири асосида ҳар кунги иш жараёнида;

- гуруҳларда, аъзолар умумий мақсад учун ҳамкорлик қилишганда;

- атроф-муҳитдан тесқари алоқа таъсирини сезган ҳолда кейинги ўзгаришларни кутиш давомида бутун ташкилот тўлиқ ўқийди.

Янги билимлар янги мақсадлар, процедура, кутишлар ва муваффақият мезонлар мазмунида ўз аксини топади.

Икки турдаги ўқитиш мавжуд – «сақланувчи» ва «инновацион».

«Сақланувчи ўқитиш» – бу маълум ва такрорланувчи вазиятларда ҳаракат қилиш учун аниқ ўрнатилган қарашлар, усул ва қоидаларни ўзлаштиришдир.

Таълимнинг бу тури ҳар қандай жамиятнинг фаолият кўрсатиши ва барқарорлигини сақлаб туришда беқиёс аҳамиятга эга. Бунда бугунги фаолият фақат ўтган даврдаги фаолият билан таққосланади. Таҳрирлаш чоралари вужудга келаётган муваффақиятсизликларни тузатишга қаратилган ҳамда ташкилотнинг янги имкониятлари ва устунликларидан фойдаланиш масаласи эътибордан четда қолган. **«Инновацион ўқитиш»** нташкилотнинг янги шароитдаги ишлашига тайёрлашга қаратилган.

Бу ҳолда ҳали мавжуд бўлмаган муҳит қандай бўлишини аниқлай олиш керак бўлади. Инновацион ўқитиш амал қиладиган келажақдаги вазиятнинг у ёки бу даражадаги аниқ тавсилотлари ҳам мавжуд бўлмайди. Бу вазиятларни аниқ тасаввур қила олиш ҳам бу турдаги ўқитишнинг вазифаларидан бири ҳисобланади. Инновацион ўқитиш вужудга келадиган қуйидаги муаммоларни ҳал этишга қаратилган:

- ўзига хос бўлиб, шу сабали олдинги хатолар ва тажриба асосида ўқитиш имконияти бўлмаган муаммолар;
- ечими ҳали маълум бўлмаган муаммолар;
- мазмун баҳс ва шубҳаларга сабаб бўлувчи муаммолар.

Ташкилотда инновацион ўқитишнинг мавжуд бўлмаслиги унинг ташқи муҳитга мослаша олиши билан боғлиқ қийинчиликларни келтириб чиқаради. Менежерлар одатда қувватловчи ўқитишга яхши тайёргарлик кўришган. Лидернинг вазифаси инновацион ўқитишни таъминлашдан иборат.

Инновацион ўқитишнинг қуйидаги турлари мавжуд:

1. *Тарихни янгича талқин этиш.* Бу йўналиш ташкилотнинг ўзида тўпланган иш тажрибаси ва анъаналарини баҳолаш асосида уларни янги шароитда қўллашга қаратилган.

2. *Тажриба ўтказиш.* Ташкилот ўзгаришлар йўналишининг аниқланган илмий фаразларини бошқариладиган тажрибалар ва уларнинг оқибатларини ўрганиш асосида текшириб кўриши мумкин.

3. *Ўхшаш ташкилотларнинг тажрибасидан фойдаланиш*— маълум ва амалиётда кенг қўлланиладиган усул ҳисобланади. Иккинчи жаҳон урушидан кейинги узоқ йиллар давомида япон тадбиркорлари жаҳон бозорида қандай рақобат курашини олиб боришни хорижий мамлакатларнинг ўхшаш компанияларидан ўрганганлар. Минглаб япон менежерлари ва муҳандислари америка компанияларига бориб, ишлаб чиқариш жараёнининг миллионлаб фотосуръатларини олишган, кўплаб америкалик ҳамкасблари билан суҳбатлашишган, ва уйга қайтгач, ўрганган нарсаларининг энг яхшиларини ўз ташкилотларида қўллаганлар. Ҳозирда тескари жараён юз бермоқда. Энди АҚШ мутахассислари япон ишлаб чиқарувчиларининг тажрибасини ўрганишга ҳаракат қилишмоқда.

4. *Таҳлилий жараёнлар.* Кўпгина ташкилотлар ташқи муҳитдаги ўзгаришлар тенденциясини мақсадли таҳлил қилиш асосида, вужудга келаётган муаммоларни аниқлаш ва унинг ечиш усуллари аниқлашга асосланган ўқитишни амалга оширади.

5. *Ўқитиш ва таълим*, яъни расмий ўқитиш, бунга ҳозирда кўплаб корхоналар катта эътибор қаратмоқда. Америка фирмалари бунинг учун йилига умумий ҳолда 30 миллиард долларгача маблағ ажратишмоқда.

Янгиликларга қаршилиқ кўрсатиш ва новаторлик фаолиятини кучайтириш персонални мотивлаштиришнинг махсус тадбирларини ўтказиш орқали амалга оширилади. Бунда рағбатлантиришнинг моддий ва маънавий усуллари қўлланилади. Раҳбарият ходимларнинг янги ғояларни илгари суриши, бу ғояларни амалга ошириш учун шароит яратишга эътиборни кучайтириши керак.

Таянч иборалар

Инсон омили, ресурс, инсонресурслари, бошқариш, концепция, кадрлар, стратегия, кадрларни танлаш, кадрларни тайинлаш, рағбатлантириш, малакали кадрларни тайёрлаш, кадрларни қайта тайёрлаш.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

- 1.Инновацион тизимда инсон омилини шарҳлаб беринг.
- 2.Инсон омилининг фаоллик даражасини баҳолаш мезонларини айтинг.
- 3.Инсон ресурсларини бошқариш концепцияси тўғрисида тушунча беринг.
- 4.Кадрларни бошқариш стратегиясининг моҳияти ва турларини ёритинг.
- 5.Кадрларни бошқариш стратегиясининг турларини санаб беринг.
- 6.Кадрларни танлаш ва баҳолашда нималарга эътибор қаратилади?

7-мавзу. Инновацион иқтисодиётда хизматлар бозорини ривожлантириш

Режа

- 7.1.Инновацион иқтисодиёт шароитида хизматлар бозорининг мазмун-моҳияти ва аҳамияти
- 7.2.Хизматлар бозорининг мамлакат иқтисодиётининг ривожланишида тутган ўрни
- 7.3.Ўзбекистонда инновацион хизматлар бозорини ривожлантириш йўллари

7.1.Инновацион иқтисодиёт шароитида хизматлар бозорининг мазмун-моҳияти ва аҳамияти

Кишилиқ жамиятидаги буюк тарихий кашфиётлардаи бири— бозор ҳисобланади. Бозор ўз тараққиёти давомида иқтисодий аҳамияти билан бирга, одамларнинг маънавий юксалишига ҳам ўзининг таъсирини кўрсатиб келган. Инсон бозордаги товарларни харид қилиш билан мамлакат ва жаҳон иқтисодиётидаги ўзгаришлар ва янгиликлардан баҳраманд бўлади, ўз маҳорати ва билимини янада оширишга интилади. Бу эса ўз навбатида илмий-техник жараёни рағбатлантиради ва ишлаб чиқаришнинг жадаллашишига олиб келади.

Республикамизда аралаш иқтисодиётнинг вужудга келиши ва иқтисодиётимизни бошқаришда демократик тамойилларнинг қўлланилиши тадбиркорлик субъектларига кенг йўл очилиши— жаҳондаги илғор тажрибалар ва меъёрлар асосида ички ҳамда ташқи бозорларда фаолият юритишларига замин яратмоқда. Бундай шароитда, табиийки, бозорнинг қонуниятларини ўрганиш муҳим йўналиш ҳисобланади.

Ҳозирги даврда, бозор ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчиларнинг кўп қиррали мураккаб алоқаларини, уларнинг ўзаро бир-бирларига бўлган таъсирини боғлайдиган бўғин, жамият тараққиётида модда алмашувини

таъминлайдиган жараён сифатида шаклланди. Бозор тушунчасига жуда кўплаб таърифларни келтиришимиз мумкин.

К. Р. Макконел ва С. Л. Брюлар бозорни маҳсулот ва хизматни сотувчи ва сотиб олувчиларни қўшувчи механизм деб аташади¹⁹.

Н. Тухлиевнинг фикрича: “Бозор товар ишлаб чиқариш қонунлари асосида ташкил қилинган айрибошлаш, товар ва пул муомаласи муносабатларининг йиғиндиси, ишлаб чиқариш ва истеъмол ўртасидаги муҳим боғловчи бўғиндир”²⁰.

А.Ўлмасов ва А.Вахобовлар қаламига мансуб “Иқтисодиёт назарияси” дарслигида: “Бозор – бу харидорлар билан сотувчилар орасидаги иқтисодий алоқалар, уларни бир-бирига боғлайдиган механизмдир”²¹, дейилган. .

Б.Ю.Ходиев ва Ш.Ш. Шодмоновлар муаллифлигида ёзилган “Иқтисодиёт назарияси” дарслигида эса: “Бозор – ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар (сотувчилар ва харидорлар) ўртасида пул орқали айирбошлаш жараёнида вужудга келадиган муносабатлар мажмуаси”²², деган таъриф берилган.

Юқорида келтирилган таърифлардабозорнинг моҳияти қайсидир даражада очиб берилган. Улар асосида айтиш мумкинки, бозор– ишлаб чиқарувчи (сотувчи)лар ва истеъмолчи (харидорлар) лар ўртасида пул орқали айирбошлаш жараёнида бўладиган муносабатларни боғлайдиган тузилмадир.

Бозорнинг асосий белгилари сотувчи ва харидорларнинг ўзаро келишуви, эквивалентлилик тамойили асосида айирбошлаш, сотувчиларнинг харажатлари қопланиб, фойда олиши ва тўловга қодир бўлган харидорларнинг талабини қондириш ва рақобатчиликдан иборатдир.

Шуни таъкидлаш лозимик, бозорнинг моддий асосини жой эмас, балки товар ва пулнинг ҳаракати ташкил этади. Бозор тушунчаси иқтисодиётнинг тўртта фазаси (ишлаб чиқариш, айирбошлаш, тақсимлаш ва истеъмол

¹⁹Кэпбелл .Р. Макконелл, Стэнли Л. Брю. Экономикс: принципы, проблемы и политика.Том 1. –Таллинн: 1993,.стр.77.

²⁰ Тўхлиев Н. Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли. –Т.:”Ўзбекистон”, 1999, 13 бет.

²¹ Ўлмасов А., Вахобов А.. Иқтисодиёт назарияси. -Т.: “Шарқ” нашриёти, 2010,.90 бет.

²²Xodiyev B.Y., Shodmonov Sh.Sh. .Iqtisodiyot nazariyasi: Darslik. – Т.: “Barkamol fayz media”, 2017, 160 bet.

жараён-лари)дан фақат айирбошлаш жараёнидаги иқтисодий муносабатларни ўз ичига олади. Бозорда ҳеч қандай бойлик яратилмайди, ишлаб чиқарилмайди, кишиларга бахт, ризқу рўз ҳам улашилмайди, лекин унда турли мамлакатларда, жумладан, Ўзбекистонда мавжуд бўлган минглаб корхоналарда ишлаётган миллионлаб кишилар томонидан яратилган товар ва хизматлар, кўчмас мулклар, иқтисодий ресурслар, ишчи кучи пулга сотилади ва сотиб олинади.

Бозор мураккаб тузилишга эга. Шу сабабдан, уни туркумлашга ҳар хил мезонлар асос қилиб олинади. Булар бозорнинг етуклик даражаси, сотиладиган ва сотиб олинadиган маҳсулот тури, бозор субъектлари хусусиятлари, бозор миқёси, иқтисодий алоқалар характери ва бошқалар.

Бозорнинг етуклик даражасига қараб ривожланмаган бозор, эркин (классик) бозор, ҳозирги замон ривожланган бозорларга бўлинади. Ривожланмаган, шаклланаётган бозор кўпроқ, тасодифий характерга эга бўлиб, унда товарга -товар айирбошлаш усули (бартер) кўпроқ қўлланилади. Бозорнинг бу тури тарихан ҳали ҳақиқий пул келиб чиқмаган даврга тўғри келади. Лекин ҳозирги даврда ҳам айрим мамлакатларда пул инқирозга учраб, ижтимоий ишончни йўқотган, бозор иқтисодиётига ўтаётган даврларда ҳам бу бозор амал қилиши мумкин.

Эркин (классик) бозорда товар ва хизматларнинг ҳар бир тури бўйича жуда кўп ишлаб чиқарувчи (сотувчи)лар ва истеъмолчи (сотиб олувчи)лар бўлиб, пул орқали айирбошлаш жараёнида улар ўртасида эркин рақобат келиб чиқади, нархлар талаб ва таклиф ўртасидаги нисбатга қараб эркин шаклланади, рақобатнинг турли усуллари қўлланилади, аҳоли ва ишлаб чиқарувчилар кескин табақалашади.

Ҳозирги замон ривожланган бозорида давлат унинг фаол иштирокчиси бўлади. Бунда бозор анча тартиблаштирилади ва бошқарилади, турли хил биржалар ва бошқа олди-сотди жараёнига хизмат қилувчи тармоқлар ривожланган бўлади, рақобат курашлари, аҳолининг табақалашуви юмшатилиб, уларнинг даромадлари даражаси ўртасидаги фарқлар камаяди.

Назария ва амалиётда бозорларни турларга ажратишда, уларда иштирок этувчи товарлар ва хизматлар асос қилиб олинади. Аксарият иқтисодий адабиётларда бозорларнинг қуйидаги асосий турлари келтирилади:

- истеъмол товарлари ва хизматлар бозори;
- ишлаб чиқариш воситалари бозори (ресурслар бозори);
- меҳнат бозори;
- молия бозори ва бошқалар.

Бозорлар таркибида истеъмолтоварлари ва хизматлар бозори— асосий таркибий қисмлардан бири ҳисобланади. Унда хўжалик субъектларининг барча учта тури: уй хўжаликлари, давлат ва корхоналар қатнашади.

Истеъмол товарлари бозори — аҳолининг шахсий эҳтиёжини қондирувчи ва ҳаёт кечириш учун уй-рўзгорини жиҳозлаш мақсадида харид қилинувчи асосий ва ҳаёт учун зарур бўлган маҳсулотларнинг олди сотди муносабатлари мажмуини ўз ичига олади. Истеъмол товарлари бозори ўз навбатида жуда кўплаб махсус бозорларга бўлиниб ҳам ўрганилади: озиқ-овқат, кийим- кечак, хўжалик, маданий моллар ва бошқаларга бўлинади. Бу бозорнинг моддий-техника асоси(инфраструктураси) бўлиб: улгуржи савдо базалари, дўконлар ва барча чакана савдо-сотик билан шуғулланувчи шахобчалар ҳисобланади.

Хизматлар бозори — аҳолига маиший, маърифий, тиббий, техник, коммунал, маданий, алоқа, транспорт, консалтинг, инжиринг, лизинг ва бошқа хизматлар кўрсатиш бўйича олди-сотди муносабатларини ифодалайди. Унинг ҳам ўзига хос шахобча ва муассасалари шаклланади. Истеъмол товарлари ва хизматлар бозорларининг ўхшашлиги шундаки, улар тўғридан-тўғри инсонлар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган.

Истеъмол товарлари ва хизматлари бозорининг махсус тури— интеллектуал товарлар бозоридир. Унда ақлий меҳнат маҳсули бўлган товарлар — илмий ғоялар, техника янгиликлари, санъат ва адабиёт асарлари,

хар хил ахборотлар олди-сотди қилинади. Ушбу бозор таркибида илмий-техника ишланмаларини айирбошлаш катта ўрин тутди.

Интеллектуал товарлар бозорининг функцияси – патент, лицензия ва ноу-хау сотишдан иборат. Бу бозорда асосан инновация фирмалари фаолият юритишади. Улар янгиликлар яратиш, бозорда сотиш ва ишлаб чиқаришга жорий этиш бўйича хизмат кўрсатишади.

Ишлаб чиқариш воситалари бозорида саноат корхоналари, деҳқон, фермер хўжаликлари ва иқтисодиётнинг барча тармоқлари муассасаларининг таъминоти учун зарур бўлган дастгоҳ, хом-ашё, жиҳоз ва бутун керакли товарлар олди-сотдиси ташкил этилади. Бу бозор бизнинг мамлакатда “Ўзулгуржибиржасавдо” тизими, товар-хом ашё биржалари миқёсида ташкил этилган.

Ишлаб чиқариш воситалари бозори товар биржалари орқали ҳам амалга оширилади.

Молия бозори – нақд пул, валюта, капитал ва қимматли қоғозлар олди-сотди муносабатлари мажмуини билдиради. Молия бозори суғурта тизимини ҳам ўз ичига олади. Молия бозорининг сотувчилари сифатида пул эгалари – аҳоли, фирма, корхона, давлат ва тижорат банклари қатнашадилар. Молия бозорининг харидорлари – пулга муҳтож бўлган барча субъектлардир.

Меҳнат бозори деганда ишчи кучини олди-сотди жараёни тушунилади. Бозор иқтисодиёти шароитида меҳнат ресурсларини ҳам эркин олди-сотдиси ташкил этилади. Ортиқча меҳнат ресурси ишчи кучи сифатида таклиф этилади ва корхона, фирмаларнинг талаблари асосида эркин баҳоларда сотилади. Демак, меҳнат бозорида ҳам талаб, таклиф ва баҳо мавжуд. Ишчи кучи қийматининг баҳоланиши, сотиб олинаётган ишчининг иш ҳақи ва қўшимча имтиёзлари билан аниқланади.

Меҳнат бозори – меҳнат биржалари орқали уюштирилади. Меҳнат биржаси туман, шаҳар ва вилоятларда ўз тармоқларига эга.

Меҳнат биржасида корхона ва фирмаларда бўш иш жойлари рўйхати ва ишсизлар тўғрисида маълумотлар йиғилади. Меҳнат биржасига мурожаат

қилган ишсизларга бўш жойлари ёки янги касбни егаллаш тавсия этилади. Янги мутахассисликларни егаллашга муҳтож кишиларга махсус ўқиш курслари ташкил этилади.

Юқорида келтирилган фикрларга эътибор берадиган бўлсак, истеъмол товарлари, ишлаб чиқариш воситалари (ресурслар), меҳнат ва молия бозорлари фаолияти ўз мазмун-моҳиятига кўра хизмат кўрсатишга қаратилган. Шу сабабдан, бу бозорлар алоҳида (турли) номлар билан аталсада, аслида уларнинг барчаси жисмоний ва юридик шахсларга хизмат кўрсатишади.

Хизматлар бозори бизнинг мамлакатимизда ҳам жуда катта истиқболга эга. Жаҳондаги энг ривожланган мамлакатларда ишга яроқли аҳолининг 65-70 фоизи ана шу хизматлар бозори соҳаларида фаолият кўрсатади ва уларнинг иқтисодиётдаги салмоғи ҳам жуда юқори.

Ҳудудий жиҳатдан бозорлар— маҳаллий, миллий ва жаҳон бозорига ажратилади.

Юқорида баён этилган бозорлар, уларда сотилаётган товар ёки хизматлар турларига қараб бир-неча минглаб хилларга бўлиниб кетади. Амалиётда ҳар қайси товар ёки хизмат турининг хусусиятларига қараб бозорни ташкил этиш ва бошқариш тартиб-қоидалари мавжуд.

Хорижий адабиётларда бозор турларига қараб маркетинг фаолиятининг икки мингдан ортиқ таърифи бор эканлиги қайд этилади. Амалиётда қанча турдаги товар ёки хизматлар бозори ташкил этилаверса ва бошқариш тизими шаклланаверса, шунча маркетинг фаолияти таърифи берилаверади.

Аҳоли фаровонлигини оширишни кўзда тутувчи бозор муносабатлари сари бораётган мамлакатимизнинг ривожланиш даражасини кўтариш бўйича улкан ишлар амалга оширалаётган ҳозирги шароитда, истеъмолчилар талабига ҳар томонлама жавоб бера оладиган арзон ва сифатли, шунингдек, бозорда рақобатбардош хизматларни яратиш энг долзарб вазифаси ҳисобланади.

Ўзбекистонда ҳозирги замон талабига жавоб бераоладиган маданиятли хизматларни қарор топтириш мақсадида “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги ва “Реклама тўғрисидаги” қонунлар ҳамда бир қатор қонуности ҳужжатлар қабул қилинган. Уларга риоя қилиш учун давлат назорати амалга оширилади. Бу қонун ва қарорларга мувофиқ инсофсиз рақобатчилар томонидан товар ёки хизмат бозорларини моноплаштириш юзасидан ҳар қандай уринишларнинг олдини олиш, уларни чеклаш ва барҳам бериш, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш жиҳатлари билан биргаликда нархларнинг асоссиз равишда ўсиб кетишига, бозорда сифатсиз хизматлар кўрсатилишига олиб келувчи рақобатнинг олдини олиш чоратадбирлари кўрилади.

Мамлакатимизда хизматлар бозорида рақобат муҳитининг ривожига тўсиқ бўлаётган муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш – миллий иқтисодиётимизни ривожлантириш стратегиясининг асосини ташкил этмоқда. Шунинг учун ҳам бозорларимизда эркин рақобат муҳитини шакллантириш ва корхоналаримиз рақобатбардошлигини ошириш омилларини таҳлил этиш амалиёти қўлланилмоқда.

Ўзбекистон иқтисодиётининг янги ривожланиш боқичига ўтаётган даврда асосий эътибор хизматлар бозорини экстенсив ривожлантиришгагина эмас, балки фан-техника тараққиёти негизида, улар фаолиятини ҳар томонлама интенсивлаштиришга, инновацион ғоялар ва ишланмаларни жорий этган ҳолда ривожлантишга қаратилмоғи зарур.

7.2.Хизматлар бозорининг мамлакат иқтисодиётининг ривожланишида тутган ўрни

Мамлакатимизда ишлаб чиқариш кучларининг ривожланиши билан бир қаторда, аҳолининг хизматларга бўлган талаби ортиб бормоқда. Хизматлар иқтисодиётида муҳим ўрин эгаллай бошлади. Натижада хизматлар бозори иқтисодиётнинг муҳим буғунига айланмоқда.

Замонавий иқтисодиётнинг глобал тенденцияларидан бири – кўрсатилаётган хизматларнинг кескин даражада ўсиши ҳисобланади. Давлат статистик органлари маълумотларига кўра ривожланган давлатлар ялпи миллий маҳсулотидаги хизматлар ҳиссаси ҳозирги кунда 2/3 дан 3/4 гача ташкил қилмоқда. АҚШ да хизматлар бозорида ишловчилар, умумий банд бўлганларнинг 77 фоизни ташкил этган ва башоратларга кўра ушбу соҳа яқин йилларда янги иш жойларининг 90 фоизни таъминлаши лозим.

Ривожланган давлатларда аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг ҳиссаси 50-80 фоизни ташкил этади. Республикамизда эса ушбу кўрсаткич бор йўғи 10-15 фоизга ташкил этади, холос.

Хизматлар бозорида аксарият ҳолларда тижорат ташкилот (корхона)лар фаолият юритишади. Улар таркибига савдо ва умумий овқатланиш корхоналари, туристик ва консалтинг фирмалари, хусусий тиббий муассасалар, авиакомпаниялар, банклар, маълумотларни компьютерда қайта ишлаш бюрolari, юридик, суғурта, кўчмас мулк савдоси билан шуғулланувчи компаниялар ва бошқалар киради.

Юқорида қайд этилганидек, хизматларни ишлаб чиқариш билан давлат ҳам шуғулланади. Дунёдаги кўпчилик давлатларда таълим муассасалари ва музейлар давлат ихтиёрида бўлади ва улар ўз фаолиятларидан фойда олишни мақсад қилиб қўйишмайди. Улар нотижорат ташкилотларидир. Аммо шундай давлатлар мавжудки, бундай ташкилотлар тижорат ташкилотлари ҳисобланади.

Хизматлар бозорида бир-биридан ўлчамлари билан фарқланадиган турли субъектлар: тижорат банклари, суғурта ва телекоммуникация компаниялари, меҳмонхона хўжалиги мажмуалари, ташиш каби соҳалардаги йирик халқаро корпорациялардан тортиб, кафе, таъмирлаш устахоналари каби маҳаллий даражадаги турли хил кичик корхоналарни фаолият юритишади.

Хизматлар бозорининг динамик даражада ривожланишини таъминлашнинг асосий йўлларида бири бўлиб, фан-техника тараққиёти

ҳисобланади. Унинг натижаси – ишчи кучи ва капиталнинг қўшимча оқимини таъминловчи инновацион хизмат турларининг яратилиши бўлди.

Инновацион технологияларнинг²³ пайдо бўлиши истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш билан шугулланувчи ташкилотларда бизнесни амалга ошириш усулларини тубдан ўзгартиради. Мисол тариқасида, ҳозирги кундаги компьютер техникаси ва телекоммуникация воситаларининг интеграллашувини келтириш мумкин.

Миллий ёки глобал электрон хизмат кўрсатиш тизимларининг яратилиши–молиявий компаниялар, банклар ва бошқа хизмат кўрсатиш ташкилотлари фаолиятлари миқёсини қайта ўзгартирди. Уларнинг тасарруфида юқори интеллектуал компьютер тизимлари мавжуд бўлиб, улар талаб ва таклиф ўртасидаги қонуниятларнинг ўзгаришини оператив таҳлил қилиш орқали қабул қилинаётган қарорлар хавф хатарини баҳолаш, миқдорнинг тўлов қобилиятларини аниқлаш, амалга ошириладиган операциялар даромадлилиги ва бошқаларни ўрганишга имконият баради.

Инновацион-технологик тараққиёт–хизмат кўрсатишнинг барча турларига таъсир кўрсатади. Янги ва такомиллаштирилган тизимларнинг яратилиши буюртмаларни қабул қилиш, тўловларни амалга ошириш ва бошқа бир қатор ишларни бажариш учун замин яратади. Масалан, банкларда пулларни қабул қилиш, кредитларни ёпиш, нақд пулларни бериш каби банк операцияларининг автоматлаштирилиши ҳисобланади.

Банк автоматларининг жорий этилиши ходимлардан фойдаланишнинг имконияти бўлмаган жойларда кечаю-кундуз хизмат кўрсатиш имконини беради. Кредит карталарининг қўлланилиши қоғоз пулларни муомала воситаси сифатида сиқиб чиқаради ва истеъмолчиларга тааллуқли электрон терминаллари билан жиҳозланган савдо марказлари ва бошқа харидни амалга оширадиган жойларда бевосита ҳисоб-китобларни қилиш имконини беради.

²³Технология (юнон сўзи): techne – маҳорат, санъат + logos – таълимот. Технология – бу, маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқаришнинг ўзгартиришда қўлланиладиган усул.

Иқтисодийнинг инновацион-технологик тараққиёт негизида ривожланиши техник жиҳатдан қийин ҳисобланган товарларни етказиб бериш ва келгусидаги эксплуатацияси билан боғлиқ бўлган қўшимча хизматлар (сервис)нинг ошишига олиб келади.

Хақиқатда ҳар қандай инновацион маҳсулот (товар), айниқса юқори технологик ва узоқ муддатли фойдаланиладиганлари турли хизматларга эҳтиёжларини юзага келтиради.

Маҳсулот тавсифига боғлиқ ҳолда хизматларга бўлган эҳтиёж қуйидагиларни ўз ичига олиши мумкин:

- юклаш-тушириш ва тахлаш;
- ўрнатиш ва монтаж;
- ёқилги қуйиш;
- техник хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш;
- тозалаш ва ташқи кўринишни тиклаш;
- экологик утилизациялаш ва бошқалар.

Ушбу хизматларнинг айримлари қўшимча даромад манбаи ҳисобланади. Айрим ҳолларда сотишдан кейинги хизматларни кўрсатиш орқали олинадиган даромадларни йиллар давомида олиш мумкин. Ҳозирги кунда инновацион-технологик асбоб-ускуналар ва машиналарнинг кўпчилик таъминотчилари ўз эътиборларини юқори билим ва ҳунарни талаб қилинадиган қийин турдаги хизматлар тўпламини яратишга қаратмоқдалар.

Бундай хизматлар нафақат қўшимча даромад келтиради, балки ишлаб чиқарувчи корхона (фирма)нинг истеъмолчиларга яқин бўлиши харид қилинган асбоб-ускунанинг эксплуатация имкониятларини вужудга келтиради.

Бугунги кунда ўзларининг рақобатбардошлигини ҳамда маҳсулотларининг жозибадорлигини ошириш мақсадида кўпчилик ишлаб чиқарувчи корхона (фирма)лар ўзлари томонидан яратилган асбоб-ускуналарни таъмирлаш имкониятларини, шунингдек, уларга техник хизмат

кўрсатиш ва вужудга келган муаммоларни ер шарининг ҳар қандай нуктасида ҳал этиш мумкинлигини реклама қиладилар.

Ҳозирги замон бозор иқтисодиётида хизматлар – олди-сотдининг тўлақонли объекти бўлиб қолди. Бунинг натижасида ушбу хизматлар мамлакат иқтисодий ривожланишининг асосий кўрсаткичлари ҳисобланган миллий даромад, ялпи ижтимоий маҳсулот кабилар таркибига киритилган.

Юқорида қайд қилинганлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, хизматлар иқтисодиётда ўта муҳим роль ўйнайди ва бу қуйидаги омилларда ўз ифодасини топади:

- хизматларнинг юқори ликвидлилиги, яъни даромадлилиги билан. Улар одатда ишлаб чиқарилган пайтда истеъмол қилинади.

- нисбатан юқори бўлмаган материал сиғими билан (номоддий деб номланадиган харажатларни қўшган ҳолда). Бу ўз навбатида қўшилган қиймат ҳажмини оширади ва тегишли равишда моддий даромадни ҳам.

- хизматларни бажарганлик учун ҳақ олишнинг қисқа муддати билан.

Шундай қилиб, иқтисодий омилларнинг хизматлар бозорига таъсири ялпи миллий маҳсулотнинг умумий динамикасида, истеъмол ва инвестицион товарларга бўлган талабнинг ўзгаришида, аҳолининг бандлик ҳолатида ва даромадлар даражасида (иш ҳақида) ва бошқа бир қатор макроиқтисодий кўрсаткичларда ифодаланади.

Ижтимоий меҳнат тақсимотини ўсиши билан иш ва бўш вақт ўртасидаги меҳнат ва дам олиш ўртасидаги нисбат ўзгаради. Замонавий цивилизациянинг қонуниятларидан бири бўлиб ҳисобланмиш: ишловчиларнинг бўш вақтларини мазмунли ўтказишлари учун турли хилдаги хизматларга (спорт билан шуғулланиш, маданий, соғломлаштириш чоратадбирларида қатнашиш, саёҳат, туризм ва бошқаларга) бўлган талаб кенгаяди.

Шунингдек, хизматлар бозорида молиявий ва ишчан хизмат кўрсатиш билан бирга (лизинг, франчайзинг) янги динамик соҳа бўлган ахборотни

ишлаб чиқариш, сақлаш ва тарқатиш билан боғлиқ бўлган хизматларнинг ҳам роли ортиб бормоқда.

Иқтисодиётнинг барча тармоқлари, шу жумладан, хизматлар бозорига (ташқи муҳит таъсири тизимидаги) демографик омил хизматларнинг турли бозорларига бевосита таъсир кўрсатади. Мисол сифатида инсон ҳаётини суғурталаш бўйича хизматларни олишимиз мумкин. Суғурта хизматларининг ушбу тури индустриал ривожланган давлатлардаги суғурта бизнесининг етакчи ўрнини эгаллайди.

Мамлакатнинг социал-иқтисодий ҳаётида аёллар ролининг интенсив ўзгариш жараёнлари содир бўлмоқда. Уларнинг ижтимоий ишлаб чиқаришда қатнашишлари ҳам кенгаймоқда. Бундай ҳолат аввал уй шароитида бажариладиган турли хил хизматларга талабнинг ошиши билан кузатилмоқда. Улар жумласига овқат тайёрлаш, ювиш, уй ва хоналарни тозалаш ва ҳоказолар киради. Уй ҳўжалигига йўналтирилган уйдан ташқари хизматларни бажаришга ихтисослаштирилган фирмаларга эҳтиёж пайдо бўлади.

Ўзбекистонда ҳозирги пайтда тўлақонли хизматлар бозорини шакллантириш учун маълум иқтисодий шарт-шароитлар мавжуд. шунингдек, тадбиркорларнинг ҳуқуқини ҳимоя қилувчи қонунлар ва қонун ости ҳужжатлар ушбу соҳа ташкилот (корхона)ларнинг иқтисодий мустақиллиги ва фаолият натижаларининг ошишига замин яратмоқда.

7.3.Ўзбекистонда инновацион хизматлар бозорини ривожлантириш йўллари

Ўзбекистонда хизматлар бозорининг ривожланиши ўзига хос бўлиб, у моддий ишлаб чиқариш билан бирга параллел равишда шаклланмоқда ва ривож топмоқда.

Мамлакат иқтисодиёти тараққиётининг ҳозирги босқичида шундай хизмат турлари вужудга келмоқдаки, уларни ривожлантирмасдан туриб моддий ишлаб чиқариш соҳасини ҳам ривож топтириш қийинлашиб қолади.

Бугунги кунда ахборотларсиз ва уларни амалга оширадиган хизмат тармоқларисиз ишлаб чиқариш ривожини тасаввур қилиш қийин. Улар эса ўз навбатида барча тараққиёт учун, шу жумладан, моддий неъматларни ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун ҳам асосий омилларга айланиб улгурди. Табиийки, бу жараёнда Ўзбекистон ҳам дунё ҳамжамиятидан орқада қолиб кетмаслиги лозим. Бу эса хизматлар бозорини янада ривожлантиришни тақозо қилади;

Хизматлар бозорининг янада ривожланишига бир қатор шароитлар таъсир этади. Уларга асосан қуйидагилар киради:

- бозорнинг фаолият юритиш шароитлари;
- кишининг шахсий манфаати;
- тадбиркорлик, қарорлар қабул қилиши эркинлиги;
- рақобат;
- эркин нархлаштириш;
- ҳуқуқий ва иқтисодий кафолатлар.

Хизматлар бозорининг ривожланишига тўсқинлик қилувчи омилларга — техника ва технологияларнинг замон талабига жавоб бермаслиги, мутахассис кадрларнинг ва молиявий ресурсларнинг тақчиллиги, аҳоли даромадлари ва хизматларга талаб даражасининг пасайиши, бозор нархларининг даражаси, солиқ режими ва ҳоказолар киради.

Миллий иқтисодиётда хизмат турларини ривожлантириш учун, шу соҳада янги иш ўринларини очиш бошқа соҳаларга нисбатан арзонлиги ва қулайлиги, хизматларнинг кўп тури миллийлиги ва анъаналаримизнинг сақланиши ҳамда ривожланишига мойиллигининг мавжудлиги, бозор кўникмасига, хизматларга бўлган талабнинг, бозор конъюнктурасининг ўзгаришига мослашиш имкониятининг катталиги, хусусий секторда ушбу соҳани тез ривожлантириш мумкинлиги, унда моддий манфаатдорликнинг юқорилиги каби омиллар ҳам мазкур соҳанинг ривожланишини тақозо қилади;

Шунингдек, хизматларнинг турлари халқаро иқтисодий муносабатларда сезиларли даражада ривожланиши ҳам мамлакатимизда бу соҳани ривожлантириш заруратини туғдирмоқда. Олдинлари бир мамлакат иккинчи бир мамлакатга асосан транспорт хизматларини кўрсатган бўлса, эндиликда уларнинг улуши камайиб бормоқда. Уларнинг ўрнини ахборот-коммуникация, молия ва банк хизматлари, туризм, экспорт қилинган товарларга истеъмол ва эксплуатация қилинаётган жойларда хизмат кўрсатиш каби турларининг улуши ортиб бормоқда;

Хизматлар бозори такрор ишлаб чиқаришда алоҳида бўғин сифатида ажралиб турмаган бўлсада, унинг мазкур жараённинг амалга оширилишида ва жадаллашишида ҳиссаси катта. У кенгайтирилган ишлаб чиқаришнинг барча бўғинларида иштирок этмоқда. Маҳсулот ишлаб чиқариш, уни тақсимлаш, айрибошлаш ва истеъмол қилишни хизматларсиз тасаввур қилиш қийин. Шу сабабли, кенгайтирилган ишлаб чиқариш жараёнида хизматлар ролининг катталигини эътироф этиш лозим.

Ҳозирги замон бозор муносабатлари шароитида хизмат кўрсатиш корхоналарининг рақобат афзалликлари— улар томонидан танланган стратегик йўналиш ва уни амалга оширишнинг муваффақиятига яқинроқ боғлиқликда бўлади. Шунинг учун хизмат кўрсатиш корхоналари ўзларининг мақсадларига мувофиқ инновацион стратегияни шакллантиришга катта эътибор қаратишлари лозим.

Хизмат кўрсатиш корхоналари инновацион стратегисининг объекти — инновацион фаолиятдан иборат бўлади. Эҳтимол бўлган катта фойдани олиш мақсадларида янги рақобатбардош хизматларни яратиш ва уларни инновацион технологияларнинг замонавий даражасида ишлаб чиқариш объектив зарурият ҳисобланади.

Инновацион стратегия корхоналарнинг умумий стратегиясини чуқурлаштиради, аниқлаб беради ва амалга ошишига кўмаклашади. У корхоналар тасарруфидаги ресурслардан оқилона фойдаланишга, юқори самарали ва қулай социал-иқтисодий натижаларга эришишга ёрдам беради.

Корхоналарнинг умумий стратегияси ва илмий-техник тараққиёт соҳасидаги стратегия ўртасидаги алоқа, янги хизматнинг тадбиқ этилиши ва хизмат кўрсатиш жараёнида намоён бўлади.

Инновацион стратегия— корхона фаолияти муаммоларининг бутун мажмуаси билан узлуксиз боғлиқликда амалга оширилади. Инновацион хизматни тадбиқ этиш стратегияси – корхона нимани, қачон ва қандай, қандай техник-иқтисодий даражада, ҳамда қандай шароитларда ишлаб чиқаришини белгилаб беради.

Инновацион стратегия корхонадаги хизмат кўрсатиш жараёнини ривожланишининг, унинг сифатий таърифлари нуқтаи назаридан самарали динамикасини таъминлайди. У умумий стратегияда двигатель ролини ўйнагандек бўлади. Бир қатор ривожланган давлатларда инновацион стратегия – корхонанинг рақиблар, истеъмолчилар, етказиб берувчилар билан муносабатларини таърифлайди.

Демак, инновацион стратегия йўналишларини белгилаш, истиқболли ривожланишнинг устуворликларини танлаш – корхонанинг ривожланиши ва мақсадларга эришиш учун чора-тадбирлар мажмуасига қўйиладиган талаблардан иборат бўлади.

Ўзбекистон иқтисодиёти олдида турган энг долзарб муаммолардан бири – бу ҳудудлар иқтисодиётини ривожлантириш ҳисобланади. Мамлакатдаги айрим ҳудудларининг ривожланиш даражаси, турли омиллар таъсирида (ресурсларнинг камлиги, географик жойлашувнинг ноқулайлиги ва ҳоказолар туфайли) бошқа ҳудудларга нисбатан жиддий ортида қолиши кузатилмоқда.

Ҳудудлар ўртасида социал-иқтисодий ривожланиш бўйича дифференциациянинг кучайиб боришини бартарф этишда, турли механизмлар воситасида, уларда инновацион хизматлар бозорини ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади.

Инновацион хизматлар бозорининг ҳудуд иқтисодиёти ривожланишига қуйидаги чора-тадбирлар таъсир этиши мумкин:

- инновацион таклиф ва янгиликларнинг амалиётга тадбиқ этилишини таъминлаш орқали ҳудуд иқтиодиётининг модернизациялашуви;

- ҳудуддагиўз инновацион ишланмаларини яратишга эришган ва инновацион маҳсулот ёки хизматлар ишлаб чиқариш имкониятлари ошиб бораётган ташкилот (корхона, муассаса)ларнинг қўллаб-қувватланиши ва рағбатлантирилиши;

- ҳудудийинновацион ишланмалар бозорига хорижий инвестицияларни жалб этиш имкониятларини кенгайтириши;

- хизматлар бозорида тадбиркорлик билан шуғулланувчи ва шуғулланиш истаги бор шахсларга бизнесни юритишда асқатадиган (молия, маркетинг, ахборот технологиялари ва бошқа) муҳим масалалар бўйича бепул ўқув семинарларининг ташкил этилиши;

- тадбиркорлик фаолиятини юритишда тўсиқ бўлаётган инфраструктуравий (ичимлик суви, газ, электр энергияси таъминоти, канализация) муаммоларини бартараф этиш учун маҳаллий ҳокимият вакиллари ишининг жонлантирилиши ва бошқалар.

Ҳудудларда инновацион хизматлар бозорини ривожлантириш, нафақат уларнинг барқарор ривожланиб боришини таъминлашнинг асосий шартларидан бири бўлибгина қолмай, мамлакат ҳудудларининг мутаносиб ривожланишини таъминлайди.

Хизматлар бозорининг ривожланиши мамлакат ялпи ички маҳсулоти ҳажмининг ўстириш ва аҳолининг хизматларга бўлган талабини қондириш билан бир қаторда, жамиятда ишсизликни бир мунча камайтириш имконини туғдиради ва ушбу бозорда ишлаётган инсонларнинг моддий фаровонлигини таъминлайди..

Булардан кўриниб турибдики, хизматлар бозорини ривожлантириш нафақат мамлакат иқтисодий салоҳиятини оширади, балки жамиятнинг социал барқарарлигини таъминлашда ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Социал йўналтирилган бозор иқтисодиёти шароитида аҳоли турмушининг муносиб сифат даражасини таъминлаш, кишиларга жаҳон андозалари

даражасида сервис хизматлар ва маиший қулайликлар яратиш, ишчиларнинг маданий ҳордиқ чиқаришлари учун уларнинг уй-рўзғор ташвишлари учун сарфланадиган вақтларини тежаш ва бунинг эвазига бўш вақтларини кўпайтириш муаммолари муҳим аҳамият касб этади. Ушбу муаммоларни ечиш учун хизмат кўрсатиш бозорини жадал суръатлар билан ривожлантириш, унга йўналтириладиган инвестицияларни кўпайтириш, хизматлар хилма-хиллигини ва юқори сифатини таъминлаш зарур бўлади.

Хизматлар бозори – аҳолининг соғлигига, кайфиятига, меҳнатга бўлган муносабатига, ишчи-ходимларнинг меҳнат унумдорлигига, ўз ҳаётидан розилик даражаси ва хурсандлигига, умуман ишлаб чиқариш кучларининг тараққиётига бевосита таъсир кўрсатадиган муҳим иқтисодий сегментдир.

Ишлаб чиқариш кучларининг ривожланиши эса, ўз навбатида, хўжалик жараёнларининг тезлашишига, иқтисодий ўсиш суръатларининг жадаллашишига олиб келади. Бинобарин, ривожланган мамлакатлар тажрибаси ҳам шуни кўрсатадики, қулай социал шароитларда ва кишига қаратилган эътибор кучли бўлганда меҳнатга қизиқишнинг ошиб бориши, иш кучи сифатининг яхшиланиши ва шу асосда меҳнат унумдорлигининг кўтарилиши, ноишлаб чиқариш харажатлари ва кадрлар қўнимсизлигининг қисқариши, ҳаётий куч ва қувватнинг тезроқ ҳамда сифатлироқ тикланиши, асосий ишлаб чиқариш операциялари ва сифатлироқ маҳсулот ишлаб чиқаришга вақтнинг кўпайиши кабилар оқибатида ишлаб чиқаришнинг пировард натижалари яхшиланиб, ялпи маҳсулот ҳажми ошиб боради.

Хизматлар бозорини жадал суръатлар билан ривожлантириш ва шу тариқа унинг мамлакат социал-иқтисодий ҳаётидаги, ялпи ички маҳсулот ишлаб чиқариш, янги иш жойларини яратиш ва аҳоли бандлигини таъминлаш, аҳоли турмуш сифатини яхшилаш, эътиборга молик қулайликлар туғдиришдаги ролини оширишнинг амалий воситаларини ва йўллари, амалга ошириш механизмларини ишлаб чиқиш бугунги куннинг долзарб масалаларига киради.

Таянч иборалар

Хизматлар. хизматлар бозори, инновацион хизматлар, инновацион маҳсулот, инновацион хизмат,худудлар, аҳоли турмуш даражаси, рағбатлантириш,

Назорат ва муҳокама учун саволлар

- 1.Миллий иқтисодиётда хизматларнинг тутган ўрнини ёритинг.
- 2.Хизматлар соҳасидаги инновацияларга таъриф беринг.
- 3.Хизматлар бозорининг янада ривожланишига таъсир этувчи шароитларни санаб беринг.
- 4.Ривожланган давлатларда аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг ҳиссаси қанча?
- 5.Хизматлар бозорининг ривожланишига тўсқинлик қилувчи омилларни айтинг.

8-Мавзу.Инновацияларнинг соҳалар бўйича турлари.

Режа

8.1. Инновацияларни иқтисодиётнинг турли ўзгаришлар таъсирида шаклланиш зарурияти. Инновацион сиёсат ва инновацион стратегия.

8.2. Инновацион лойиҳалар, соҳалар бўйича инновацион турлар

8.1. Инновацияларни иқтисодиётнинг турли ўзгаришлар таъсирида шаклланиш зарурияти. Инновацион сиёсат ва инновацион стратегия.

Инновациялар вақт ўтиши билан ўзгариб боради ва унинг самарали фаолияти бир қатор талабларни бажаришни тақозо этади. Инновацияларни яратишда ишончли ҳамкорларнинг бўлиши инновациялар яратилиш жараёнини узоқ муддатлилигини таъминлайди. Аммо тажрибалар шуни кўрсатмоқдаки, бирор бутунлай янги соҳани яратмоқчи бўлган корхоналар турли ҳамкорлар билан турли билимларни эгаллаш мақсадида кучсизроқ алоқа ўрнатишни афзал кўрар экан.

Буларнинг барчаси алоҳида олинган корхона ва ташкилотларда инновацион сиёсат бўлишини талаб этади, ҳамда инновацион стратегияни белгилаб беради.

Аввало, инновацион сиёсат тушунчасини кенгроқ ёритиб берамиз. **Инновацион сиёсат** бу илмий ишлар ва ихтирочилик натижаларини ҳаётга жорий этишда қўлланиладиган бошқарув, иқтисодий, ташкилий ва технологик қарорлар, усулларжамланмаси ҳисобланади. Корхона инновацион сиёсати мавжуд ресурсларга қараб инновациялар жорий этиш кетма кетлигини белгилаб беради. Инновацион сиёсатни амалга ошириш корхонанинг техник иқтисодий ва моливий имкониятларидан келиб чиқиб амалга ошади.Инновацияон сиёсатни шакллантириш, авваламбор, инновацион стратегияни ишлаб чиқиш орқали амалга оширилади. **Инновацион стратегия** деганда корхона томонидан инновацияни жорий

етиш учун амалга ошириладиган чора тадбирлар кетма кетлиги тушунилади. Инновацион стратегияни ишлаб чиқиш фан ва техника ривожланиш даражаси билан узвий боғлиқ.

Илк инновацион моделларда инновациялар чизикли фаолият олиб бориш кетма кетлиги сифатида намоён бўлади. Аввалига илмий тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий этилиши орқали янги маҳсулотлар яратилиб бозорга чиқарилди (“технологик туртки”), ёки бозорнинг ўзи инновацияларга эҳтиёж сезиб корхоналарни инновация яратишга мажбур этади (инновациялар манбаси эҳтиёж-Бозор талаби босими гипотезаси). Бу гипотезаларнинг камчиликлари амалиётда яққол намоён бўлади, аслида инновациялар ўзаро боғлиқ ва мувозанатлашган жараён бўлиб, баъзида “технологик туртки” баъзида эса “бозор талаби босими” гипотезаси устун келади. Тажрибалар шуни кўрсатмоқдаки кўпчилик инновациялар тартибсиз бошланиб, шаклланиш босқичлари давомида қайта ишланади ва баъзида шаклланиш босқичлари кетма кетлиги бузилади. 2000-йилда Ван де Вен ва бошқалар томонидан ўтказилган тадқиқотларда инновацияларнинг чизикли моделларининг бир нечта камчиликлари аниқланди. Улар инновацияларнинг вақт давомида ривожланиш жараёнига эътибор қаратиб, асосий моделга баъзи ўзгарувчиларни киритишни мақсадга мувофиқ деб топишди:

Инновацияни келтириб чиқарувчи эҳтиёжлар – бу одамлар ёки ташкилотлар ўз имкониятлари максимал даражасига эришганда ёки ундан қониқмаслик натижасида рўй берадиган ўзгаришлар асосида юзага келади.

Ғояларнинг тарқалиши- инновацион жараён аввалига бир йўналишда кенгая бошлайди, кейин эса турли йўналишларда тарқалади;

Инновацияларни яратишда тез тез омадсизлик учралади, режалар ўта оптимистик бўлади, хатолар йиғилиб боради, салбий цикллار ривожланиши мумкин;

Инновацияларни яратувчи бўлимлар қайта тузиш одатда ташқи аралашув- мутахассисларни алмаштириш ёки бошқа кутилмаган қарорлар орқали рўй беради;

Шундай қилиб, инновацияларни шакллантиришда ва уни муаммоли ҳолатини танқид қилишда ва фойдали жиҳатларини қўллаб қувватлашда алоҳида ёндашув муҳим аҳамиятга эга.

Инновациялар чуқур таълим олишни талаб этади, лекин инновацияларнинг яратилишида бошқа кутилмаган омиллар ҳам таъсири натижасида билимлар “юзаки” табиатга эга бўлиб қолиши мумкин.

Англиянинг Сассекс университети профессори Рой Ротвелнинг фикрича бизнинг инновацион жараён ҳақидаги тасаввурларимиз оддий чизиқли моделлардан мураккаб интерактив моделлар даражасига ривожланиб бори. Унинг “бешинчи авлод инновациялари” тушунчасида инновациялар кўп томонлама жараён, яъни корхоналарнинг ташқи ва ички интеграциясини талаб қилувчи, ахборот инфратузилмасининг қўланилишига боғлиқ деб қабул қилинади.

Абстракт моделлар бизга инновацияларни бошқаришдаги муаммоларни яхши англашга ёрдам беради, лекин шу билан бирга кўпинча бу моделларнинг қўллашда эҳтиёт бўлиш лозим. Бу моделларни қўллашда чекловлар бўлади. Масалан, инновацияларни “технологик туртки” чизиқли жараёни (асосий эътибор илмий техник ишланмаларга қаратилади, фойдаланувчилар таъсири эса инобатга олинмайди) ёки инновацияларни ҳаракатлантириш фақат бозор орқали юз беради деган қараш бўлиши мумкин. Шу билан бирга инновациялар фақат катта ўзгаришларга олиб келувчи ихтиролар эмас, балки инкрементал инновациялардан ҳам иборат. Мисол учун Эдисоннинг лампа дизайни йиллар давомида деярли ўзгармади, лекин маҳсулот ва жараённинг аста секин яхшиланиб бориши орқали 16 йил ичида чўғли лампа нархи 80%га тушди, бу маҳсулотнинг дунё бўйлаб кенг тарқалишига сабаб бўлди. Инновациялар тушунчасига нотўғри қарашларга уларни тизимдан ташқарида деб ҳисоблаш ёки уларни маҳсулот ва жараёнга ажратиб, бу иккаласининг ўзаро таъсирлашувини инкор этишни келириш мумкин.

Одатда инновациялар ҳамма тушунадиган қоидалар асосида ривожланади, яъни барча инноваторлар ўзларининг йўналишларида янгилик яратишга уринади. Қайсидир инноватор бошқаларга қараганда сифатлироқ ва фойдалироқ инновация яратади ва натижада бозордаги ўйин қоидалари ўша инноватор фойдасига ўзгара бошлайди. Бу албатта баъзилар учун янги имкониятлар яратади, шу билан бирга янги шароитлар мослашиш каби муаммоларни келтириб чиқаради. Бу жараён Шумпетернинг инновация назариясида марказий ўринни эгаллайди. У бу жараённи “иждодий бузиш” деб атади.

Биз шу вақтгача кўриб чиққан моделлар такрорланувчи ва давомли инновациялар бўлиб, корхоналарнинг асосий шиори “ўз ишимизни яхшироқ амалга ошириш” ҳисобланади. Аммо баъзан маҳсулот ва жараёнда катта ўзгаришларга олиб келувчи радикал инновациялар ҳам юз беради, лекин улар ҳам технологик имкониятлар, бозор талаби, рақобат даражаси, сиёсий вазият ва бошқа омиллар ортида яширинган қоидалар асосида яратилади.

Абернати ва Кларк 1985 йилда инновациялар ҳаёт циклини уч фазага ажратади. Биринчиси “суюқ фаза”-маҳсулотда баъзи ўзгаришлар, иккинчиси ўтиш фазаси- маҳсулот янги шаклга ва хусусиятларга эга бўлади, ихтисослашув фазаси - маҳсулотни ишлаб чиқариш харажатлари камайтирилиб, маҳсулот бозорга чиқарилади.

Клейтон Кристенсон биринчилардан бўлиб, инновацияларнинг бозор талабидан келиб чиқишига эътибор қаратди. Унинг тадқиқотларига кўра ҳар бир авлод алмашганида кўпчилик корхоналар, ўз вақтида бозорни эгаллаб туриш бўйича бошқаларга намуна бўлганига ва инновацияларга инвестиция киритганига қарамасдан, янги талабларга мослаша олмай банкротликка учрайди. Кристенсон ёритган муаммо корхоналарнинг технологик тараққиётга мослаша олмаслигида эмас, балки янги бозорларнинг пайдо бўлиши билан янги эҳтиёжларнинг келиб чиқиши билан боғлиқ. Умуман олганда ишлаб келаётган корхоналар ўзларининг асосий мижозлари билан кўп вақт овора бўлиб, узок муддатда рўй берадиган янги бозорларнинг пайдо

эҳтимолини кўздан қочиради ва натижада янги ўзгаришларга мослашолмайди.

Аввалига, бозорга кичик корхона сифатида кирган, лекин янгича бизнес моделга эга бўлган корхоналар бозорда мавжуд қонун қоидаларни ўз фойдасига ўзгартира бошлайди. Бу қоидаларни ҳам келажакда яна янги авлод корхоналари вақти келиб ўзгартиради. Янги бозор қоидаларига ўз вақтида мослаша олиш учун корхоналар келажакда бўладиган ўзгаришларни кўра билишлари ва ўзларини ўзгартиришлари керак.

Кристенсон ва Рейнорларнинг 2003 йилда бу жараёни чуқур ўрганиб, бозорда янги қоидаларнинг ўрнатилишини “бозорнинг бузилиши” деб атайди. Бозорни “бузадиган” товарлар ва хизматлар одатда юқори технологияли тармоқларда радикал инновация кўринишида, ёки мавжуд технологияларни қўллашнинг янгича усули-инкрементал инновация кўринишида бўлиши мумкин. Радикал ва инкрементал инновацияларни аслида фарқлаш анча қийин бўлиб, технологияларнинг бозорга таъсирини ўлчашни талаб этади. Бозор “бузилиши” шу билан бирга корхонанинг бошқа корхона ва ташкилотлар билан алоқасига ҳам таъсир ўтказиши мумкин. Чунки одатда инновациялар тизим даражасида, яъни ҳамкорлар ўртасида билим алмашинуви ва янги таклифлар натижасида юзага келади.

8.2. Инновацион лойиҳалар, соҳалар бўйича инновацион турлар

Ҳар қандай корхона ўз фаолиятини инновацион фаолиятга айлантиришда, авваламбор инновацион лойиҳа ишлаб чиқиши керак. Умуман, инновацион лойиҳа бу-инновацион фаолиятни иқтисодий, ҳуқуқий, ташкилий ва техник жиҳатдан асословчи режа ҳисобланади. Инновацион лойиҳа бу юридик ҳужжат бўлиб, инновацион маҳсулот ҳақида тўлиқ маълумот берилади, ва унинг барча хусусиятлари кўрсатиб ўтилади. Бундан ташқари, инвестиция киритиш йўллари, лойиҳани бажариш муддати, ижрочилар ва ҳоказо бўйича маълумотлар берилади. Инновация

лойихасининг реализацияси деганда инновацион маҳсулотни яратишдан уни бозорга чиқаришгача бўлган жараёнлар тушунилади.

Инновацион маҳсулот ёки инновацион жараёни яратишни назарий тавсифлашда турли моделлар қўлланилади. Лекин уларнинг орасида энг кенг камровли бу инновацион жараёнларнинг тармоқ модели ҳисобланади. Тармоқ модели бир соҳада амалга оширилган инновациялар бошқа соҳаларда ҳам янги инновацияларни келтириб чиқаради деган гипотезага асосланади. Масалан, интернетнинг пайдо бўлиши, маълумотларнинг тез алмашинувига сабаб бўлди ва кўплаб соҳаларда янги маҳсулотлар яратилишини тезлаштириб юборди. А. А. Дынкиннинг фикрича XXасрнинг охиригача бутун дунёда инновациялар ривожланиши асосан учта соҳада: ахборот технологиялари, тиббиёт ва атроф муҳитни ҳимоя қилиш соҳаларида юз берди. Ҳозирги кунда эса бунга яна бир нечта соҳа қўшилди, масалан, нанотехнология, биотехнология, қайта тикланувчи энергия манбалари, экологик тоза транспорт воситалари ишлаб чиқариш, ҳарбий техник революция ва ҳоказолар.

Инновацияларни яратишда инновацион инфратузилманинг роли катта. Инновацион инфратузилма бу илмий тадқиқот институтлари, замонавий лабораториялар ва бошқа илмий янгилик ва ихтироларни яратишда хизмат қиладиган воситалардир.

Инновациялар қуйидаги турларга бўлинади:

Технологик инновациялар - бу бозорда жорий қилинган янги ёки такомиллаштирилган маҳсулот ёки хизмат, амалда қўлланиладиган хизматларнинг ишлаб чиқариш (узатиш) нинг янги ёки такомиллаштирилган жараёни ёки усули сифатида шаклланган инновацион фаолиятнинг якуний натижасидир. Агар у бозорда ёки ишлаб чиқариш жараёнида жорий қилинса, у амалга оширилган деб ҳисобланади.

Маркетинг инновациялари истеъмолчилар эҳтиёжларини яхшироқ қондиришга, уларнинг таркибини кенгайтиришга, сотишни кўпайтириш учун янги сотиш бозорларини очишга қаратилган. Сотининг янги усулларини

қўллаш ва маҳсулотни намоиш қилиш сотишни кенгайтириш билан боғлиқ, аммо логистика (транспорт ва сақлаш) усуллари ўз ичига олмайди. Масалан, сутни пакетларда ишлаб чиқариш дастлаб маркетинг инновацияси сифатида қабул қилинган.

Нархларни шакллантиришдаги инновациялар деганда хизмат ёки товарга белгиланган нархнинг ноодатий қоидалар асосида белгиланиши ҳисобланади. Масалан, замонавий авикомпаниялар самолёт двигателларини харид қилмайди балки уни “ижарага” олади, чунки двигател авиакомпания учун фақат восита холос. Шуни ҳисобга олиб двигател ишлаб чиқарувчилар товарнинг нима беришига қараб нарх белгилайди. Мана шу қоида нархларни шакллантириш инновациясига мисол бўла олади.

Ташкилийинновация - бу ташкилот учун янги ғояни ёки ўзини тутиш шаклини қабул қилишдир. Бундан ташқари, жорий этилган янгилик бошқа ташкилотда одатий ва таниш амалиёт бўлиши мумкин.

Бизнесюретишдагиинновациятадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг янги усуллари жорий этишни англатади. Буларга қуйидагилар киради: янги ёки сезиларли даражада ўзгартирилган корпоратив стратегияни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш; замонавий бошқарув усуллари жорий этиш (ахборот технологиялари асосида); корхонада янги ёки сезиларли даражада ўзгартирилган ташкилий тузилмаларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш.

Инновацион бизнесни юретишда бошқа корхоналар билан ҳамкорлик муҳим ўрин тутди. Инновациялар бўйича ҳамкорлик ўзига хос хусусиятлар эга бўлгани учун шартнома тузиш тартиби ҳам бошқа фаолият турларидан бир мунча фарқ қилади. Ушбу шартномалар илмий ва техникавий ҳамкорликнинг барча шакллари учун муҳим ва зарур бўлган барча маъмурий масалаларни ўзичига олиши керак. Аввало, ҳамкорликнинг мақсади ва томонларнинг ниятларини имкон қадар аниқ бўлиши керак. Кейин шериклар сони ва турини аниқлаш керак. Кўпинча томонлар ҳамкорлик мақсади шунчаки "лойиҳа" сифатида ишора қиладилар ва тадқиқот ҳолатини

аниқламайдилар. Аммо ҳар қандай илмий ҳамкорлик учун энг муҳими, лойиҳа бошланишидан олдин унинг шартлари ва мақсадларини аниқлаштиришдир.

Таянч иборалар

Инновацион сиёсат, инновацион лойиҳа, инновацион жараён, технологик инновациялар, маркетинг инновациялари, нарх, ташкилий инновациялар, бизнесни, инновацион ҳамкорлик.

.

Назоратвамуҳокамаучунсаволлар

- 1.Инновацион сиёсатни шарҳлаб беринг.
- 2.Иқтисодиёт соҳасидаги инновацияларни айтинг.
3. Технологик инновациялар хусусида нималарни биласиз?.
- 4.Маркетинг инновацияларини ёритинг.
- 5.Нархларни шакллантиришдаги инновацияларни шарҳлаб беринг.
- 6.Инновацион ҳамкорликда шартнома муносабатларини ёритинг.

2-МОДУЛ. ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

9-мавзу.Иқтисодиётда инновацион технологиялардан самарали фойдаланиш

Режа

- 9.1. Инновацион технологиялар ва улардан корхоналарда фойдаланиш зарурияти, уларни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари
- 9.2. Инновацион ривожланиш индекаторлари (кўрсаткичлари)

9.1. Инновацион технологиялар ва улардан корхоналарда фойдаланиш зарурияти, уларни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари

Замонавий корхоналар бизнесини бошқаришда инновацион технологиялардан фойдаланиш ишлаб чиқариш ва маркетинг фаолиятини ривожлантиришда янги бошқарув усуллари ва воситалари ёки илмий билимларни қўллаш орқали уларнинг самарадорлигини оширишга имкон берадиган янги шакл ва усулларни қўллашни ўз ичига олади. Турли тизимларнинг самарали ривожланиши ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар орқали фан, техник ва технологик соҳаларга таъсир этувчи инновацион жараёнларга боғлиқ. Инновацияларнинг пайдо бўлиши табиатда циклик ва тўлқин каби бўлиб, у иқтисодий илмий ва техник цикллارнинг босқичлари (Н.Д Кондратиев тўлқинлари концепцияси) билан боғлиқ тизимнинг доимий ривожланишини таъминлайди, инновацион хулқ атвор турлари (Л.Г. Раменский), инновацион ютуқ тушунчаси (Ю.В. Яковец) ва тушунчалар билан изоҳланади. Инновация атамаси (лотинча .Инновато - янгилаш ёки такомиллаштириш) юқори илмий ва технологик салоҳиятга эга ва янги истеъмолчи фазилатларига эга бўлган инсон интеллектуал фаолияти бозорида мутлақо янги ёки такомиллаштирилган маҳсулот ва хизматларни

чиқаришни англатади. Яъни, амалий йўналишда инноватцион технологиялар мавжуд тизимнинг самарадорлигини жиддий равишда ошириши мумкин.

Инновацион технологияларни илмий асослашнинг дастлабки босқичида шуни таъкидлаш керакки, функционал йўналтирилган ёндашувнинг биринчи тамойиллари Ф. Тейлор томонидан таклиф қилинган эди, бунда мураккаб жараёнлар режалаштириш ва бошқариш функцияларини тақсимлаш орқали соддалаштирилган. Шу билан бирга, замонавий саноат корхоналари фаолиятидаги жараёнларнинг шу каби тақсимланиши мураккаб ва қиммат ёндашувга айланди. Масалан, ишлаб чиқариш корхонасида технологик занжир тури бўйича 25 га яқин жараён тақсимланди, бунинг учун тегишли сонли менежерларни (жараён эгалари) белгилаш зарур эди. Шу мақсадда ҳар бир жараёнда асосий жараёнларни аниқлаш тавсия этилади, бу эса умуман моделни соддалаштиришга олиб келади. Баъзи иқтисодчилар корхона бошқарувини автоматлаштириш фақатгина бухгалтерия ҳисоби ва ҳисобот таёрлаш самарадорлигини оширишга олиб келади, лекин корхона ташкилий тузилмасига таъсир ўтказмайди. Шу сабабли, Г. Хамелнинг менежмент амалиётини тубдан янгилайдиган янги менежмент ғояларига эҳтиёж борлиги ҳақидаги гаплари жуда ўринли деб ҳисоблаш мумкин. Хусусан, Г.Хамел ўзишида мутахассисларга суперинновацияларни жорий этиш имкониятларидан тўлиқ фойдаланиш ва зарур рақобатдош устунликларни олиш учун мустаҳкам асос яратишга имкон берадиган қуйидаги асосий муаммоларни белгилаб беради:

- корхоналар бизнесини тез ўзгарувчан бизнес муҳитига стратегик мослаштириш қобилияти ;
- янгиликларни ходимларнинг кундалик эҳтиёжларига айлантириш;
- ходимларни инновацияларга максимал жалб қилиш учун қулай муҳит яратиш.

Инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш билан шуғулланувчи этакчи компанияларнинг изланишлари шуни кўрсатадики,

дастлабки босқичда техник ва бошқарув ечимларининг дизайни махсус дастурий таъминот ёрдамида амалга оширилади, кейин прототиплар ишлаб чиқарилади ва шу билан харажатлар таркибини оптималлаштиради. Шу мақсадда дунё бўйлаб корхоналар базасида юқори малакали мутахассислар ва ишлаб чиқувчилар раҳбарлигида махсус технопарклар ташкил этилмоқда. Технопарк ташкил этилиши янги иш ўринлари яратиш, янги технологияларни ривожлантириш, корхоналар учун - инновацион ривожланишга ўтиш ва рақобатдошликни оширишга ёрдам беради. Кўриниб турибдики, корхонанинг инновацион фаолиятини сифат менежменти муаммолари доимий равишда ўқитиш асосида юқори малакали менежерларни жалб қилиш орқали ҳал этилади, аммо бу баъзи ҳолларда этарли даражада самарали эмас. Корхона фаолиятини бошқаришда инновацион технологияларнинг самарасиз қўлланилишининг сабаблари уларнинг мазмуни ва ишлатилишидаги қийинчиликлар, шунингдек, билимларнинг етишмаслиги туфайли уларни идрок этиш ва амалий қўллашда муаммолар туғдиради. Шу муносабат билан инновацион ижтимоий технологиялар, жумладан электрон алоқанинг янги шакллари (Интернет, овозли почта, видео хабарлар, ИП-телефония ва бошқалар), корпоратив билимларни бошқарув тизимини қайта қуриш ёки сифатли ўзгартириш жараёнида корхоналар олдида турган инновацион вазифаларни амалга оширишга ёрдам беради.

Кўплаб тадқиқотлар шуни кўрсатмоқдаки, инновацион технологиялар илғор усул билан таққосланмоқда, хусусан корхона бизнес жараёнларини тубдан ўзгартирадиган, корхона мақсадлари ва истеъмолчилар талабларини уйғунлаштирадиган бизнес-жараёнларни қайта қуриш ўзгараётган бозорга мослашишга имкон беради. Қайта инжиниринг технологияларидан фарқли ўлароқ, кўплаб тадқиқотчилар сифат менежменти тизимига асосланган асосий бизнес жараёнларини такомиллаштириш хусусиятларини кўрибчиқадилар. Яъни, инновацион технологиялар бизнес жараёнлар таркибин

и ўзгартиришга, уларни атроф-муҳит талабларига мувофиқ ўзгартириш ва моделлаштиришга ёрдам беради.

Корхонани бошқаришда ишлаб чиқариш жараёнига йўналтирилган ёндашувни тушуниш, биринчи навбатда, сифат менежменти тизими (ИСО 9000: 2000) асосланган жараёнлар тўплами сифатида ташкилот фаолиятини мунтазам равишда кўриб чиқиш; иккинчидан, "кириб борувчи" жараёнларни тавсифлаш ва қайта ташкил этиш билан аниқлаш (Ворк Флов – ИДЕФЗ, АРИС ЭЕПС)ни ўз ичига олади.

Корхонада амалга ошириладиган бизнес-жараён маълум бир гуруҳ маҳсулотлар (саноат маҳсулотлари, қурилиш объекти) пайдо бўлишига олиб келадиган ресурсларни (моддий, молиявий, меҳнат, интеллектуал ва бошқалар) истеъмол қиладиган ўзаро боғлиқ жараёнларнинг (фаолиятларнинг) мажмуидир. Саноат корхоналарининг бизнес-жараёнларини бошқаришда ишлаб чиқариш фаолиятини автоматлаштириш муҳим ўлиб, бу бизнесни ривожлантириш ва такомиллаштиришга комплекс ёндашувни, хусусан, хавф даражасини камайтиришни, дастурий маҳсулотларни интеграциялашни (Парус, 1С, Орасле Э-бизнес суите, ЭРП, САП) амалга оширишга имкон беради ва шу орқали ахборотнинг ишончлилигини оширади. Корхоналарнинг бизнес-жараёнларини бошқаришни автоматлаштириш тизими бошқарув, молиявий ва бошқа маълумотларни тезкор олишни таъминлайдиган восита ҳисобланади ҳамда тўғри қарор қабул қилиш имконини беради. Таъкидлаш жоизки, тегишли тармоқ корхоналарида бизнес жараёнларини ташкил этиш ва бошқаришда туб фарқлар мавжуд бўлиб, бу кўпинча ЭРП тизимларини каби стандарт технологиялардан фойдаланишга имкон бермайди, шунинг учун ҳар бир компанияда жараёнларни ахборот билан таъминлаш учун ҳар хил талаблар мавжуд. Шунга ўхшаш вазифаларни корхона дастурий таъминот (биллинг тизимлари, САПР) интеграцияси ва қўшимча дастурларни яратиш, ўзининг шахсий ахборот модулларидан фойдаланиш ва ривожлантириш орқали ҳал қилиш мумкин.

Юқоридагилар, АТ-технологияларни технологик жараёнларга ёндошув, махсус кўрсаткичлар ёрдамида бизнес жараёнларини бошқаришда инновацион восита сифатида фойдаланиш, бир қатор стратегик муаммоларни ҳал қилиш ва корхонанинг самарадорлигини мунтазам ошириш имконини беради. Бошқарув жараёнига йўналтирилган ёндашув нуқтаи назаридан инновацион технологияларни ўрганиш жараёнида корхонада инновацияларни излаш, ишлаб чиқиш ва тарқатиш жараёнини яратиш зарурати туғилади. Шу муносабат билан инновацияларни бошқариш, жавобгарликни тақсимлаш (жараён эгаси) мақсадларини аниқ белгилаш мақсадга мувофиқдир. Инновацион лойиҳалар амалиёти шуни кўрсатадики, кўпинча Ўзбекистон корхоналарида инновацияларни бошқариш жараёни самарасиз бўлиб, натижада рақобатбардошликнинг пасайиши кузатилмоқда. Шу сабабли, корхоналарда инновацион технологияларни жорий қилиш учун доимий ва узлуксиз жараён талаб қилинади, у қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

- янги ғоялар, технологиялар, эчимлар излаш;
- кичик ҳудудда корхона фаолиятида технологияларни синовдан ўтказиш;
- бутун корхонада технологияни қўллаш;
- инновацион технологиялардан фойдаланган ҳолда даромадлиликни баҳолаш (дисконт усули асосида). Таъкидлаш жоизки, инновацион технологиялардан фойдаланиш компаниянинг янги сифат даражасига ўтишига имкон берадиган ресурс имкониятлари ва чекловларни ҳисобга олган ҳолда бизнес-жараёнларни бошқаришнинг самарали механизмини ишлаб чиқишга асосланган корхонанинг стратегик режалаштириш ва бюджетлаштириш тизими билан синхронлаштирилиши керак.

9.2. Инновацион ривожланиш индекаторлари (кўрсаткичлари)

Инновацияларнинг ҳаёт цикли жорий этиш, тижоратлаштириш, диффузия, рутинизация(инноватсияларни барқарор амалга ошириш) ва тарқатиш ва анъанавий маҳсулотга айлантириш босқичларини ўз ичига олади. Инновациялар ҳақида гап кетганда, улар кўп ҳолларда жиддий илмий ва амалий тадқиқотлар билан чамбарчас боғлиқ бўлган корхоналар фаолиятига юқори технологияларни жорий этишни англатади. Аммо инновацион технологиялар истиқболли ишланмаларни амалга ошириш учун катта харажатларни талаб қилади.

Корхона ва ташкилотнинг инновацион фаолиятини ва унинг инноватцион рақобатбардошлигини баҳолаш учун маҳаллий ва хорижий амалиётда инновацион фаолият кўрсаткичлари қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- харажатлар бўйича;
- вақт бўйича;
- янгиланиш бўйича;
- таркиб бўйича.

Харажатлар бўйича кўрсаткичларга қуйидагилар киради:

1. корхонанинг юқори технологияли маҳсулотлари кўрсаткичини тавсифловчи савдо- сотикдаги илмий-тадқиқот харажатлари ;
2. лицензиялар, патентлар, ноу-хау сотиб олиш учун харажатлар;
3. инноватцион фирмалар сотиб олишга харажатлар;
4. ташаббускор ишланмаларни ривожлантириш учун харажатлар .

Инноватцион жараён динамикасини тавсифловчи кўрсаткичлар:

1. янги маҳсулотни (янги технологияни) ишлаб чиқиш жараёнининг давомийлиги ;
2. янги маҳсулотни ишлаб чиқаришга тайёргарлик давомийлиги ;
3. янги маҳсулотни ишлаб чиқариш циклининг давомийлиги .

Янгиланиш кўрсаткичлари :

1. технологик инновацияларни ишлаб чиқиш ёки амалга ошириш сони ;

2. маҳсулот таркибини янгилаш динамикаси кўрсаткичлари (ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг солиштирма оғирлиги 2, 3, 5 ва 10 йил);

3. сотиб олинган (берилган), янги технологиялар (технологик ютуқлар);

4. экспорт қилинадиган инновацион маҳсулотлар ҳажми ;

5. тақдим этилаётган янги хизматлар ҳажми .

Таркибий кўрсаткичлар:

1. илмий-тадқиқот ва бошқа илмий-техник таркибий бўлинмаларнинг таркиби ва сони (шу жумладан тажриба ва синов комплекслари);

2. янги технологиялардан фойдаланиш ва янги маҳсулотлар яратиш билан шуғулланадиган қўшма корхоналарнинг таркиби ва сони ;

3. илмий тадқиқот билан банд ходимларнинг сони ва таркиби;

4. вақтинчалик жамоалар, гуруҳларнинг ижодий ташаббуслари ва таркиби .

Юқоридаги ҳар бир кўрсаткич корхонада инновацион жараёнларнинг турли томонларини ўлчашда қўлланилади.

Таянч иборалар

Технология, инновацион технологиялар, технологик салоҳият, стратегия, кластер, индекаторлар, эркин иқтисодий зоналар, кичик саноат зоналари.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1.Технологиянинг ривожланиш босқичларини изоҳланг.

2.Давлатнинг инновацион технологияларни ривожлантириш бўйича устувор йўналишларини сананг.

3.Инновацион технологиялар ва улардан корхоналарда фойдаланиш заруриятини ёритинг.

4. Корхоналарда инновацион технологиялар салоҳиятини оширишга таъсир қилувчи омилларни айтинг.

5. Иқтисодиётда инновацион фаолиятни ривожлантириш йўллари қандай?

6. Инновацион фаолиятни ривожлантириш учун зарурий инфратузилмани шакллантириш йўллари айтинг.

10-Мавзу. Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий тажрибалардан фойдаланиш.

Режа

10.1.Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий тажрибаларни ўрганиш зарурияти. Ривожланган давлатлар – АҚШ, Япония давлатларининг Ўзбекистоннинг инновацион иқтисодиёти учун муҳим жиҳатлари

10.2.Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда айрим ривожланаётган хорижий давлар сабоқлари

10.3. Хитой давлати тажрибаси ундан республикамизда инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда фойдаланиш мумкин бўлган жиҳатлари

10.1. Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий тажрибаларни ўрганиш зарурияти. Ривожланган давлатлар – АҚШ, Япония давлатларининг Ўзбекистоннинг инновацион иқтисодиёти учун муҳим жиҳатлари

Инновацион модел ишлаб чиқаришда илмий техник билимлар ва янги технологияларнинг кенг қўлланилиш ҳолатини назарда тутди. Ривожланган мамлакатларда ялпи ички маҳсулотнинг 70% қўшимча ўсиши янги билимлар, жорий этиладиган технологиялар, кадрлар тайёрлаш ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш ҳисобига рўй беради. Шу сабабли Ўзбекистон республикаси иқтисодиётини янада ривожлантириш учун инновацион иқтисодиётни ривожлантиришнинг хорижий тажрибасини ўрганиш муҳим ҳисобланади. Иқтисодий ривожланишнинг инновацион модели давлатнинг бевосита аралашуви орқали яратилади. Замонавий иқтисодиётда самарадорликни ошириш йўллари кўп бўлиб, улардан бири бу венчур тадбиркорлик ҳисобланади. Венчур тадбиркорлик ҳар хил саноат турларида учрайди, шу жумладан хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам. Аммо венчур инвестицияларнинг катта қисми одатда таваккалчилиги юқори бўлган юқори технологиялар

саноатига йўналтирилади. Шунга қарамай АҚШ(охирги 20 йилда энг катта венчур капитал бозори) статистик маълумотларига кўра венчур инвестициялар юқори даромадли ҳисобланади. Уларнинг ўртача даромадлилиги 19%ни ташкил этади. Мамлакатлар миқёсида венчур капитал салмоғини қараб чиққанда, АҚШ ва Канада биргаликда жаҳоннинг 60% венчур капиталини, Европа 25%, Осиё 9%, Африка 2%, Лотин Америка ва МДХ давлатлари 1% ни жалб қилади. Шу билан бирга венчур капиталининг ҳажми ва тузилиши мамлакатда инновацион иқтисодиёт шаклланишига кучли таъсир ўтказади. Масалан, Америкада венчур капитали эллик йил давомида ривожланиб келди. 1950 йилларда пайдо бўлиб, 1970-80 йилларда одатий хўжалик шаклига айланди. Америка инновацион моделига хос хусусият бу давлат томонидан қўллаб қувватланадиган кичик венчур корхоналарини ривожлантириш ҳисобланади. Илмий техник тадқиқотларнинг олиб борилиши ва сотилиши давлат томонидан фаол қўллаб қувватланади. Америкада хусусий корхоналарнинг инновацияларни яратишдан олинган даромади учун солиқ юки паст ҳамда бу корхоналар учун кўшимча имтиёзлар мавжуд.

Япония фан ва технологияларнинг ривожланиши бўйича АҚШ дан кейин жаҳонда иккинчи ўринни эгаллайди. Японияда ҳам 1980 йилларнинг ўрталаридан таркибида венчур капитали бўлган кичик инновацион корхоналар иқтисодий ривожланишнинг инновацион моделини шакллантириш асоси сифатида эътироф этила бошланди. Бу турдаги корхоналар ҳозирда Япония ялпи ички маҳсулотининг 52% ни етказиб беради. Венчур бизнесини молиялаштиришда Японияда хусусий капитал билан биргаликда давлат ҳам фаол қатнашади. Баъзида юқори технологияли саноатда инновациялар диффузиясига эришиш учун давлат томонидан янги корпорациялар ташкил этилади. Йирик шаҳарларда биржадан ташқари қимматли қоғозлар бозорининг мавжудлиги япон венчур бизнесининг тез ривожланишига ўз ҳиссасини қўшмоқда. Япон сиёсатининг мақсадларидан бири бу кичик, лекин бозор талабига эгилувчан инновацион корхоналарни

яратиш ҳисобланади. Бу корхоналарда янги технологияларни ва янги маҳсулотларнинг яратилиши тор ихтисослик орқали амалга оширилади. Охирги йилларда Япония илмий техник ишланмаларга инвестициялар бўйича дунёда биринчи ўринни эгаллаб турибди. Инновацияларга инвестицияларни асосан йирик молия-саноат гуруҳлари ва хусусий сектор амалга оширади.

Европа иттифоқи инновацион фаолият бўйича АҚШ ва Япония билан рақобатлашади ва қўйидаги тадқиқот турларини ривожлантиришни ўз олдига мақсад қилиб қўйади:

- табиий фанлар шу билан бирга генетика;
- соғлиқни сақлаш соҳасида биотехнологиялар;
- оғир касалликларни олдини олиш;
- нанотехнологиялар, “кўп функцияли” ақлли материаллар;
- аэроавиация ва фазо, экологик тизимнинг барқарор ривожланиши;
- ечилмаган амалий технологик муаммолар бўйича халқаро ҳамкорликни кучайтириш.

Лекин АҚШ, Япония ва Буюк Британиядан фарқли равишда кўпгина Европа давлатларида иқтисодий ривожланишнинг инновацион модели бошқача кўринишда, шу жумладан, венчур капитали ҳам. Масалан, Франция ва Германияда инновациялар яратиш бўйича кўпчилик тадқиқотларни йирик корхоналаргина ўз зиммасига олади. Улар инновацион жараёнларнинг барча техник босқичларини ўзлари назорат қилади. Аввалига, Германияда юқори технологияларни ривожлантириш АҚШ тажрибасига асосланиб йирик технологик дастурлар орқали амалга оширилди. Бунда АҚШ, Франция, Япония ва Буюк Британиянинг инкубаторлар ва илмий технологик парклар яратиш бўйича тажрибаси қўлланилган. 1980 йиллардан бошлаб Германияда аста секин кичик шаҳарларда инновацион жамғармалар ташкила этила бошланди ва инновацион фаолият йирик корхоналардан кичик ва ўрта корхоналарга кўча бошлади. Бу турдаги кичик инновацион жамғармалар давлат кўмаги ва қизиқиш билдирган хусусий сектор ёрдамида тузилган.

Мисли кўрилмаган даражада иқтисодий ўсиш Жанубий Кореяда кузатилмоқда. 1976 йилдан 2006 йилгача Кореяда ўртача ЯИМнинг ўсиши 9%ни ташкил этди. Қисқа муддатда Жанубий Корея қолоқ давлатдан юқори технологияларни ишлаб чиқарувчи ва экспорт қилувчи марказга айланди. Жанубий Кореянинг бундай ютуққа эришишида илмий техник салоҳиятнинг кучайиши асосий омил сифатида эътироф этилади.

Турли хил давлатларнинг тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, венчур бизнеси инновацион ривожланиш моделини ва унинг инвестицион таъминоти кескин ўзгартириб юбориши, натижада, инвестицион ресурсларнинг нархи тушиши мумкин. Масалан, ҳозирги ривожланган давлатлар Япония, АҚШ ҳамда Германия оғир даврларда ҳам иқтисодий ривожланиш учун муҳим бўлган илмий ишланмаларга инвестицияларни кўпайтириб борган.

Жаҳоннинг ривожланган давлатлари ҳар бири ўзига хос инновацион сиёсат олиб бориш эвазига юқори меҳнат унумдорлиги ва рақобатбардошлик даражасига эришиб келмоқда. Энг жадал ривожланаётган давлатлар орасида эса Хитой ва Ҳиндистон айниқса охирги 10-15 йилда инновацион фаолиятни ривожлантириш бўйича сезиларли ютуқларга эришди. Жумладан Хитойда юқори технологияли саноат кластерларининг яратилиши телекоммуникация ва электроника соҳасининг жадал ривожланишига олиб келди. Ҳиндистоннинг дастурий таъминот яратишга ихтисослашуви ҳам инновацион сиёсатнинг муваффақиятли олиб борилаётганидан далолат беради. Хитой ва Ҳиндистоннинг юқори технологияли саноатда ўз ўрнини эгаллаб боришига қарамасдан, уларнинг иқтисодиётида кўпчилик кичик ва ўртача корхоналар инновацион соҳалар билан ҳамкорликдан узилиб қолган.

10.2. Инновацион иқтисодий ривожлантиришда айрим ривожланаётган хорижий давлатлар сабақлари

Умуман давлатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки сунъий равишда инновацион монополияларни яратиш кўп ҳолларда омадсизликка олиб келмоқда. Ҳаттоки катта миқдордаги тўғридан - тўғри хорижий инвестициялар ҳам мамлакат ичида инновацион фаолиятни ривожлантиришга кафолат беролмайди.

Инновацион сиёсат биринчи ўринда ички инновацион салоҳиятни ривожлантиришга қаратилган бўлиши зарур айниқса, қишлоқ хўжалиги, озиқ овқат, кон металлургия ва энергетика соҳаларини интеллектуал активлардан тўғри фойдаланиш орқали ривожлантириш керак.

Ҳозирги кунда, афсуски, кўпчилик давлатлар хизмат инновацияларининг ижобий хусусиятларидан тўлиқ фойдалана олмаяпти. Аммо баъзи Африка давлатлари инновацияларни молия, телекоммуникация ва тиббиёт соҳаларига жорий этиш орқали бу соҳаларда юқори иқтисодий ўсишга эришди. Тажрибалар шуни кўрсатмоқдаки давлат томонидан қўллаб қувватланувчи инновацион дастурлар ривожланаётган давлатларни ривожланган давлатлар қаторига тезроқ олиб чиқиши мумкин. Соғлиқни сақлаш, таълим тизими ва транспорт соҳаларига инновацияларни жорий этиш ривожланаётган давлат фуқароларининг турмуш даражасини тезроқ ўсишига олиб келади. Шу билан бирга инновациялар хусусий, хорижий ва давлат корхоналари ўртасида рақобатнинг кучайишига, меҳнат бозори эгилувчанлиги ошишига ва ахборот коммуникация технологиялари инфратузилмасининг ривожланишига сабаб бўлади. Юқоридаги ижобий хусусиятларига қарамай инновацияларни бошқариш жуда мураккаб жараён бўлиб, уларнинг ривожланиши ва таъсирини баҳолаш анча қийин.

Афсуски кўпгина ривожланган давлатларда яхши таълим олган аниқ фанлар бўйича олий ўқув юртлари битирувчилари кўп бўлсада, улар маҳаллий тадбиркорларнинг инновацион фаолиятида деярли қатнашмаяпти.

Яна бир хавотирли ҳолат шуки, ривожланаётган давлатлар чет эл инвестицияларини жалб қилишга катта маблағ сарфлаган бир пайтда, маҳаллий стартапларни ривожлантиришга кам эътибор қаратиляпти. Ишчи кучининг миграцияси, айниқса, малакали ишчи кучи кўчиб келиши мамлакатда инновацион муҳитнинг ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади. Умуман олганда инновацион сиёсат кичик ва ўрта корхоналарда инновацияларни яратилишини қўллаб қувватлаши керак, буни бизнес ва давлат бошқаруви тизими ўртасидаги алоқаларни кучайтириш орқали амалга ошириш мумкин.

Инновациялар мамлакатларнинг маҳаллий муаммоларини ҳал қилишда энг мақбул йўл ҳисобланиб, улар энг янги технологиялар асосида яратилиши шарт эмас, балки берилган муаммоларни ижодкорона оддий ечимидан иборат бўлиши мумкин.

10.3. Хитой давлати тажрибаси ундан республикамизда инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда фойдаланиш мумкин бўлган жиҳатлари

Давлатнинг инновацион сиёсатнинг кенг жорий этиши Хитой иқтисодий ўсишининг асосий ҳаракатлантирувчи кучига айланди. 1978 йилдан бери Хитойда фан ва технологияларни ривожлантириш бўйича бир нечта ислохотларнинг ўтказилиши олий таълим тизимининг тез ривожланишига сабаб бўлди. Ўттиз йил давомида амалга оширилган ислохотлар ўртача 9% иқтисодий ўсишга эришишга замин яратди. 2010 йилда Хитойнинг ялпи ички маҳсулоти Японияникидан ўзиб кетди ва Хитой дунёнинг иккинчи энг йирик иқтисодиётига айланди. 2014 йилга келиб Хитойнинг ялпи ички маҳсулоти ўн триллион доллардан ошиб кетди, жаҳонда фақатгина АҚШ бу натижага эришган. Аммо 2008 йилдаги молиявий инқироз Хитойнинг ишлаб чиқаришга асосланган иқтисодиёти ўсишини секинлаштирди, чунки у ривожланган давлатлар технологияларини

ўзлаштирар эди. Инқироздан кейин Хитой ривожланган давлатлардан карамлигини камайтириш мақсадида ўз маҳаллий инновациялар инфратузилмасини ривожлантира бошлади. Яъни маҳаллий тадқиқот институтлари ва университетларнинг рақобатдошлигини кучайтириш бўйича ислохотлар ўтказар бошлади. 2017 йилда Хитой глобал инновациялар индекси баҳоси бўйича дунёда 22-ўринни эгаллади. Глобал инновациялар индексининг билим ва технологиялар натижалари кўрсаткичи бўйича 2017 йилда тўртинчи ўринни эгаллади.

Хитойнинг фан ва технологияларни ривожлантириш сиёсати 1970 йилларда бошланиб тўрт босқичда ривожланди:

- 1) Тажриба босқичи;
- 2) Тизимли ислохотлар;
- 3) Чуқур ислохотлар;
- 4) Узоқ муддатли режалаштириш;

Тажриба босқичи(1978-1985 йиллар). 1980 йилларда Хитой иқтисодиёти ва фан техника тараққиёти ривожланган мамлакатлар иқтисодиётидан ва илм фанидан ҳали анча орқада эди. 1960 йилларда ўзлаштирилган фан ва технологияларни ривожлантиришнинг Совет модели тадқиқот ва ишлаб чиқаришни бирлаштиролмаслиги аниқ бўлар бошлади. Ислохотлар, авваламбор, тадқиқот институтларнинг баъзи қисмларини хусусийлаштириш орқали бошланди. Бу ислохот тадқиқот институтларини молиялаштиришни осонлаштирди ва кейинчалик уларда муҳим инновацияларни яратилишига хизмат қилди. Хитойнинг ҳозирги кўпчилик технология компаниялари ўша даврда ташкил топди. Уларга компьютер хизматлари ва маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи ЛеновоГроупЛтд. (аввал Легенд Сомпютер)- Хитой фанлар академияси ахборот технологиялар институтидан ажралиб чиққан корхона, рақамли технологиялар ишлаб чиқарувчи ФоундерГроупЛтд. Конгломерати- Пекин университети лойихаси асосида яратилган корхона ҳисобланади.

Тизимли ислохотлар(1985-1995).

1985 йилда қабул қилинган “Фан ва технологияда тизимли ислоҳот” қонуни Хитойда “тепадан пастга” кўринишдаги ислоҳотларни ўтказилишига олиб келди. Бу қонуннинг бирламчи мақсади тадқиқот институтлари ва тегишли саноат тармоқлари ўртасида алоқаларни кучайтириш эди. Шу билан бирга, фан ва технологиянинг иқтисодий таъсирини ошириш мақсад қилинган эди. Бу қонунга асосланган ислоҳотлар натижасида Хитой табиий фанлар жамғармаси ташкил этилди. Бу жамғарма амалий тадқиқотларни молиялаштириш билан шуғуллана бошлади. Илмий тадқиқотларни тижоратлаштириш учун 863 дастури(1986 йилда), Учқун режаси(1986 йилда), Шуъла режаси(1988 йилда) ва кичик ва ўрта корхоналар учун мўлжалланган Шенжен қимматли қоғозлар биржаси (1990 йилда) ишга туширилди. Олий таълимни ривожлантириш мақсадида 1993 йилда Хитой ҳукумати “211 лойиха” дастурини ишлаб чиқиб, амалиётга жорий эта бошлади. Ҳукумат ҳар бир вилоятнинг энг етакчи университетларини қўллаб қувватлаш учун махсус бюджет маблағларини ажрата бошлади. Шу вақт давомида Хитой фанлар академиясининг “100 та талант” дастури шакллантирилиб, хорижда бўлган малакали миллий кадрларга таълим соҳасида иш таклиф қилиш ва уларни ватанига қайтариш вазифаси қўйилди.

Чуқур ислоҳотлар фазаси(1996-2006). Беш йиллик миллий бюджет режаси ва бошқа қатор қарорлар фан ва технология соҳасида чуқур тизимли ислоҳотлар фазасини бошлаб берди. Хитойнинг асосий стратегияси “миллий иқтисодиётни фан ва таълим орқали ёшартириш” бўлди. 1996 йилда ҳукумат “фан ва технологияда бўладиган ихтиролар ва янгиликлар” тўғрисида қонун қабул қилди. Бу янги сиёсат учта асосий мақсади:

- 1) Инновацияларни яратувчи кучни тадқиқот институтларидан саноат тармоқларига кўчириш;
- 2) Саноат тармоқларининг илмий ишланмаларга инвестицияларни саноат тармоқларининг инновацион қувватини кучайтириш;
- 3) Илмий янгиликларни тижоратлаштиришни яхшилаш;

Шу даврда миллий инновацион инфратузилмада тўртта муҳим ўзгариш юз берди. Жаҳон талабларига мос келувчи Хитой университетларин шакллантириш мақсадида “211 лойиҳа” дастурининг давоми бўлган “985 ташаббус” дастури ишга туширилди. Ҳукумат, шу билан бирга, Хитой фанлар академиясида давлат институтларида тадқиқот сифатини ошириш мақсадида “Билим инновация ташаббуси” дастурини ишлаб чиқилди. Бундан ташқари давлат илмий тадқиқотларни янада қўллаб қувватлаш мақсадида 973 дастури ва Янгзи дарёси олимлар дастурларини ишлаб чиқди ва шу орқали ўқитувчи профессорларнинг иш ҳақини ошириш имконияти яратилди.

Узоқ муддатли режалаштириш фазаси(2006-2014). 2006 йилда Хитой марказий бошқарув аппарати 2006-2020 йилларга мўлжалланган “ўрта ва узоқ муддатли миллий ривожланиш режаси” ни қабул қилди. 2006 йилги Миллий Режада фан ва технологияларни ривожлантириш бўйича кўрсатмалар, мустақил инновацияларни яратиш, муҳим технологик соҳаларини тез ривожлантириш, асосий инфратузилмани барпо этиш кабилар қайд этиб ўтилган. Бу режада барқарор иқтисодий ўсишга эришиш, инновацияларни ривожлантириш стратегияларини ишлаб чиқиш, инновацион фаолият қувватини оширишларга алоҳида тўхталиб ўтилган. Шу даврда давлат энди олиб бораётган сиёсати самарадорлигини баҳолаш ва жорий этилишини бошқаришга катта эътибор қаратди. Олдин ишлаб чиқилан қонунлар ва қарорларнинг жорий этилишида анчагина камчиликлар бўлиб, уларни ягона тушунарли тарзда тизимлаштиришни талаб этарди. 2011 йилда Хитой ҳукумати қобилиятли ёшларни қўллаб қувватлаш мақсадида “1000 та иқтисодорни ишга олиш” дастурини ишга туширди. 2016 йилда бу дастур орқали 2000га яқин ўз соҳаларида етакчи бўлган олимлар Хитойга қайтиб келди. 2012 йилда Хитой ўз олдига 2020 йилгача “энг инновацион миллат” бўлиш мақсадини қўйди. 2012 йилнинг охирида ўтказилган Коммунистик партиянинг 18 –мажлисида миллий иқтисодий ривожланишда инновациялар омили стратегик аҳамиятга эга деб белгиланди.

Хитойнинг фан ва технологияларни ривожлантиришга қаратилган охирги ўттиз йил давомида олиб борган сиёсати инновацион фаолиятни мисли кўрилмаган даражада ривожлантирди. 2002 йилдан 2012 йилгача Хитойнинг ЯИМи деярли тўрт баробар ўсди. Хитой фан ва технологияси ривожланишини илмий техник ишланмаларга йўналтирилган инвестициялар; инновация натижалари-патентлар, маҳсулотлар ва илмий мақолалар; фан таълими ҳамда технологик соҳаларда иқтидорларни етиштиришда кўришимиз мумкин. Фан ва технологияга йўналтирилган инвестициялар 2002 йилда ЯИМнинг 1% дан 2012 йилда 2% га ўсди. Саноат тармоқларида илмий техник ишланмаларга киритилган инвестициялар 2002 йилда жами инвестицияларнинг 70% ташкил этган бўлса, 2012 йилда бу кўрсаткич 80%га етди. Хитойда охирги йилларда патентлар бўйича аризалар сони кескин ортди. 2012 йилдан бери Хитой глобал инновациялар индексида маҳаллий патентлар сони бўйича дунёда биринчи ўринни эгаллаб турибди.

Хитойда фан ва технологиянинг ривожланиши таълим соҳаси ва малакали кадрларни етиштириш билан бирга борди. Таълим соҳасида ўтказилган ислохотлар таълим сифатини сезиларли оширишга ва университетларда ўқийдиган талабалар сонини кескин ошишига замин яратди. Масалан, университет ва институт битирувчилари 2002 йилда 1 млн 300 минг кишини ташкил этган бўлса, 2012 йилда бу рақам олти миллионни ташкил этди. Университетларда иқтидорли талабалар сонининг кўпайиши Хитойнинг инновацион тизимининг ривожланишига ижобий таъсир кўрсатди. Шу билан бирга бу ислохотлар иқтидорли ёшларни етиштиришда ҳам ўз таъсирини кўрсатди. Масалан, “1000 та иқтидор” дастури хорижда бўлган кўплаб инновацияларни яратилишига ҳисса қўшган хитойлик иқтидорли олимлар ва тадқиқотчиларни қайтаришга эришди.

Инновацион жараён босқичларини ўрганишнинг турли усуллари мавжуд. Масалан, Р.Норман инновацион жараённи икки қисмдан ташаббус ва ижродан иборат деб ҳисоблаган. Ж.Хейдж ва М.Эйкенлар эса инновацион жараённи тўртга бўлиб ўрганишни тавсия этган, булар:

- баҳолаш;
- ташаббус;
- жорий этиш;
- рутинизация(узлуксиз ишлаб чиқариш).

Баъзи олимлар инновацион жараёни ташкилий контекстда таҳлил қилишади. Масалан, Ж.Уилсон учта босқични ажратиб кўрсатади:

- концептуализация;
- таклиф киритиш;
- қабул қилиш ва жорий этиш.

Томсоннинг фикрича инновацион жараёнинг бошланишига қуйидаги омиллар таъсир кўрсатади:

- мавжуд мақсадлар ўртасида узилиш;
- ҳақиқий вазият;
- ривожланиш учун қулай имконият излаш.

Шу ва бошқа қарашлар инновацион жараёни турли жиҳатларини ёритиб беради. Инновацияларнинг кўп қирралилиги бу тушунчага ягона универсал таъриф бериш имконини бермайди. Бундан ташқари вақт ўтиши инновациялар тарқиби ва хусусиятлар ўзгариб боради, бу эса илмий тадқиқотларни янада қийинлаштиради.

Таянч иборалар

Инновацион сиёсат, инвестицион сиёсат, инновацион модел, иқтисодий ривожланиш, капитал бозори, фонд биржаси, венчур, венчур бизнеси, инновацион корхоналар, қимматли қоғозлар,

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Венчур бизнеси хусусида нималарни биласиз ?
2. Глобал иқтисодиёт шароитида Европа иттифоқи инновацион фаолият бўйича қанақанги тадқиқот турларини ривожлантиришни ўз олдига мақсад қилиб қўйган ?

3.Япония ва Буюк Британиянинг инкубаторлар ва илмий технологик парклар яратиш бўйича тажрибалари хусусида нималарни биласиз ?

4.Хитойда юқори технологияли саноат кластерларининг яратилиши қайси соҳаларни жадал ривожланишига олиб келди ?

5.Хитойнинг фан ва технологияларни ривожлантириш сиёсати қачон ва неча босқичда ривожлана бошлади?

11-мавзу. Корхоналарда экспорт салоҳиятини оширишда инновацион маркетинг технологияларидан самарали фойдаланиш

Режа

11.1. Корхоналарга инновацион маркетинг жорий этишнинг аҳамияти

11.2. Ўзбекистон Республикасида замонавий инновацион маркетинг
стратегияларини жорий этиш масалалари

11.3. Корхоналарда экспорт имкониятларини кенгайтиришда
инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш йўллари

11.1. Корхоналарга инновацион маркетинг жорий этишнинг аҳамияти

Маркетинг мазмунан бозор муносабатларига хос механизм ҳисобланади. У миллий иқтисодиётнинг барча жабҳаларида товар-пул муносабатлари ва қиймат қонунига амал қилиб хўжалик юритишга асосланган. Шунга қўра маркетинг ўз ичига ишлаб чиқариш ва уни ташкил этиш, ишлаб чиқарилган товарлар ҳаракатини бошқариш, уларни сотиш ҳамда шу сотишни рағбатлантириш, рекламани ташкил қилиш, товар билан боғлиқ сервисни йўлга қўйиш жараёнларини олади.

Маркетинг фаолиятининг асосий таркибий қисмига бозорни комплекс ўрганиш, маркетинг стратегияси ва тактикасини тўғри белгилаш, товар ишлаб чиқариш услубларини кенг маънода баҳолаш, бозорнинг ҳолатини ва ривожланиш йўллари ўрганиш каби масалалар киради.

Маркетинг инсон фаолияти маҳсули бўлиб, шу фаолиятнинг самарали бўлишини таъминловчи хўжалик механизмидир. Миллий иқтисодиётда маркетинг тизимини кенг қўллаш ҳар бир корхона фаолияти учун бир мақсадга – истеъмолчилар талабини қондириш орқали юқори фойда олишга эришишдир.

Корхоналарнинг бозорга кириши ва унда мустаҳкам ўрнашишидан қўзланган асосий мақсадлар таркиби қуйидагилардан иборат:

- ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш;

- маҳсулот турларини бозор талабига мос ҳолда ривожлантириб бориш;
- энг кам моддий, молиявий ва меҳнат ресурслари харажатига эриши;
- замонавий моддий техника базасини шакллантириш ва уни техник-технологик тараққиёт натижалари билан мунтазам ривожлантириб бори ва ҳоказолар.

Корхоналарнинг кўзлаган мақсадлари маркетинг фаолиятининг ҳар бир жараёнида мавжуд бўлади – сифатли, арзон ва ишлатилиши бўйича қўлай маҳсулотлар ишлаб чиқариш, маҳсулотларни ташиш ва сақлаш жараёнларнинг кам харажатли бўлишини таъминлаш, маҳсулотлар сотилишини тезлаштириш йўллари аниқлаш ва бошқалар.

Бугунги кундан мамлакатимизнинг ишлаб чиқариш корхоналари, нафақат маҳаллий бозорни керакли товарлар билан тўйинтиришга хизмат қилишмоқда, айти пайтда улар жаҳон бозорига чиқиш, ўрнашиш ва маълум турдаги товар билан мустаҳкамланиб олишни мақсад қилиб олишган. Ҳар бир корхона учун жаҳон бозорида савдо қилиш шарафли кўрсаткич ҳисобланади. Табиийки, бу мамлакатимизнинг равнақи учун ҳам муҳим омил саналади.

Амалиёт далолат берадики, иқтисодий ўсишнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи илмий-техник инновациялар ҳисобланади. Ҳозирги замон бозор иқтисодиёти шароитида тадбиркорлик субъектлари инновацион жараёнда марказий роль ўйнайди, инновациялар эса техник тараққиёт суръати юқори бўлган тармоқларда асосий рақобат қуроли ҳисобланади. Инновацияга эришган корхона маркетинг соҳасида ҳам етакчи ҳисобланади.

“Инновацион маркетинг – буянги товарлар ёки хизматлар яратиш, кенгайтириш ва қўллаб-қувватлашга йўналтирилган маркетинг технологиялари мажмуидир”²⁴.

²⁴Ergashxodjayeva Sh. Innovatsion marketing / Sh.Ergashxodjayeva. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi. –T.: Cho‘lpon nomidagi NMIU, 2014, 23 bet.

Корхонада инновацион маркетинг объектлари бўлиб инновацион мулк, инновацион хом ашё ва материаллар, инновацион товарлар ва хизматлар, инновацион технологиялар, товарлар ва хизматларни силжитишнинг инновацион усуллари, бошқарувни ташкил этишнинг янги шакллари ҳисобланади.

Инновацион маркетинг – бу корхона фаолиятинининг самрадорлигини ошириш учун янги усуллар ва воситаларни жорий этиш мажмуасидир. Бу анъанавий маркетинг концепцияларидан бири бўлиб, унинг асосий мақсади маҳсулот ва хизматларни узлуксиз такомиллаштириб бориш ҳисобланади.

Корхоналарнинг янгиликларни яратиш, жорий этиш, ўзлаштириш ва сотиш фаолияти қуйидагиларни ўз ичига олади:

- янги ғояларни ишлаб чиқиш бўйича илмий-тадқиқот ишларини ўтказиш, янги маҳсулотларнинг тажриба намуналарини яратиш;
- янги тур маҳсулотлар ишлабчиқариш учун зарур хом ашё ва материалларни танлаш;
- янги маҳсулотларни тайёрлаш технологиясини ишлаб чиқиш;
- янгиликларни жорий этишга қаратилган янги ташкилий-бошқарув қарорларни ишлаб чиқиш ва жорий этиш;
- инновацион ахборот таъминотини ишлаб чиқиш ва олиш;
- илмий-тадқиқот ишларини ўтказиш бўйича ходимларни тайёрлаш, ўқитиш ва малакасини ошириш;
- маҳсулотларнинг хоссаларини истеъмолчиларнинг талаб ва эҳтиёжларига мослаш;
- юқори даражадаги сифат кўрсаткичларига эришиш борасидаги тадқиқотлар олиб бориш;
- лицензиялаштириш, патентлаштириш ва ноу-хауларга эгалик қилиш бўйича керакли ҳужжатларга эга бўлиш ва бошқалар.

Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида технологиянинг юқори суръатда ўзгариши, маҳсулотларнинг ҳаётийлик даврининг тезлашиши

корхона рақобатбардошлигини инновациялардан фойдаланмай туриб оширишнинг имкони мавжуд эмаслигини ҳаётнинг ўзи исботламоқда. Корхона рақобатбардошлиги, унинг маълум бир соҳада бошқа рақиблардан устунлигини— ресурслардан самарали фойдаланишни ҳамда инновацион маркетингнинг йўлга қўйилганини акс эттиради.

Корхона рақобатбардошлигини ошириш йўлларида бири инновацияларни ишлаб чиқиш ва улардан фойдаланиш ҳисобланади. Шунингдек, бозор шароитларининг доимий ўзгариши маркетингда инновацияларни қўллаш заруратини ошироқда. Инқирозли вазиятлар шароитида истеъмолчилар эҳтиёжига таянган ҳолда маҳсулот ишлаб чиқариш, корхонани бозорда рақобатбардошлигини оширади ва ўз фаолиятини самарали амалга ошириш имкониятларини беради.

Амалиёт шуни кўрсатадики, технологик инновациялар учун молиявий ресурслар билан боғлиқ муаммолар юзага келганда, инновацион маркетинг корхонанинг рақобат курашида асосий дастак бўлиб хизмат қилади. Корхонанинг бозор муҳитидаги фаолияти унинг маҳсулоти ва хизматларини истеъмол қилувчи шахслар томонидан белгиланади.

Ҳозирги замон бозор иқтисодиётида истеъмолчи қирол. Унинг ҳоҳиш истаги барча хўжалик юритувчи субъектларни ҳаракатга келтиради. Корхона қачон фойда кўради? Қачонким, у тақдим этаётган товар ва хизматлар истеъмолчиларнинг талабини қондиргандан сўнггина фойда кўради.

Истеъмолчилар корхона маҳсулот ва хизматларини, уларни яратиш учун кетган харажатларга нисбатан кўпроқ баҳолаеса, корхона ривожланади, акс ҳолда унга ташқи ёрдам зарур бўлади ёки бундай корхона инқирозга юз тутлади.

Маълумки, тадбиркорликнинг асосий мақсади миқдорларни жалб қилиш бўлганлиги сабабли, корхонанинг иккита ва фақат иккита асосий функцияси мавжуд: маркетинг ва инновация.

Маркетинг инновациялари деганда янги ёки сезиларли яхшиланган маркетинг услубларини жорий этиш тушунилади, яъни:

- маҳсулотларнинг дизайни ва қадоқланишида жиддий ўзгаришлар;
- маҳсулотларни сотиш ва тақдироти бўйича, шунингдек уларни бозорларга танитиш ва олға силжитиш бўйича янги услублардан фойдаланиш;
- янги нарх стратегияларини шакллантириш кабилар.

Инновацион маркетинг— янги маҳсулотлар, ускуналар, хизматлар ва янги технологияларни ишлаб чиқиш ҳамда уларни бозорда сотиш учун янги маркетинг усулларида фойдаланиш билан боғлиқ. Корхоналар фаолиятини чуқур таҳлиliga асосан, маркетингда инновациялардан фойдаланиш— истеъмолчилар талабини тўлиқ қондириш ҳамда янги бозорларни эгаллаш имкониятини беради.

11.2. Ўзбекистон Республикасида замонавий инновацион маркетинг стратегияларини жорий этиш масалалари

Иқтисодиётнинг инновацион ривожланиш йўлига ўтаётган шароитда— ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналари олдида турган муҳим вазифалардан бири маркетинг тамойилларидан самарали фойдаланиш ҳисобланади. Маркетинг тамойиллари — бу маркетинг асосини ва унинг мазмун-моҳиятини очиб берувчи ҳолат, талабдир.

Маркетингнинг вазифасига товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш албатта истеъмолчига, ишлаб чиқариш имкониятларини доимо бозор талабига мўлжаллашдан иборат. Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналарида маркетингнинг асосий тамойилари қуйидагилар ҳисобланади:

- истеъмолчиларга нима керак бўлса шу нарсани таклиф этиш. Бозорга товарлар ва хизматлар таклифи билан эмас, балки истеъмолчиларнинг муаммоларини ечиш воситалари билан ишлаш;
- харидорлар мотивларини, уларнинг ҳуқ-атворларини таҳлил қилиш;
- рақобатчиларни, уларнинг стратегияси ва тактикасини ўрганиш;
- бозордаги рақобатнинг ўзини таҳлил қилиш;

- истеъмол товарлари бозорини билиш, ҳар бир турдаги товарга харидорлар талабини ҳар томонлама ўрганиш, олинган ахборотдан хўжалик юритиш қарорларини қабул қилиш жараёнларида фойдаланиш;

- товарларни сотиш ва сервис жараёнини мақсадли бошқарилишини таъминлаш;

- маркетинг изланиши натижасида юзага келган масалаларни ҳал этилишига ижодкорлик билан ёндошишни ривожлантириш ва рағбатлантириш;

- янги, айниқса юқори сифатли товарларни истеъмолчиларга етказишдан кеч қолмаслик;

- корхона хизмат кўрсатаётган ҳудудларни гуруҳларга ажратиш (бозорни сегментлаштириш) ва корхонанинг имкониятига яраша иш юритиш;

- истеъмолчилар талаб-эҳтиёжини тадқиқ қилгандан сўнг маҳсулот ишлаб чиқаришни ташкил этиш;

- маркетинг концепцияси воситаларини қўллаш асосида маркетинг дастурини шакллантиришга олиб келувчи қўйилган мақсадларга эришиш учун комплекс ёндошиш ва мақсадли дастур услубини ишлатиш.

Юқорида келтирилган маркетингнинг асосий тамойиллари умумий ҳолда – бу истеъмол бозорини билиш, унга мослашиш ва бозорга таъсир ўтказишдан иборат.

Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналари маркетинг тамойилларига таянган ҳолда маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишади. “Маркетинг стратегияси – фирманинг мақсадли бозордаги маркетинг фаолиятини ифодаловчи бош дастури бўлиб, унинг узоқ муддатга мўлжалланган маркетинг комплекси (маркетинг - МИКС)ни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш орқали кўзланган мақсадига эришиш жараёнларини ўз ичига олади. Бозордаги ҳар бир сегмент учун алоҳида товар тарқатиш, сотиш ва коммуникация сиёсатларини аниқланади. Маркетинг стратегиясида корхона қайси маҳсулот (хизмат) билан, қайси бозорга қачон кириши кераклиги

белгиланади. Шундай қилиб маркетинг стратегияси, корхонани ўз имкониятларидан фойдаланиб, атроф-мухит (бозор, макро омиллар ва бошқалар) шароитида мақсадига эришиш йўллари аниқлайди”²⁵.

Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналарида маркетинг стратегиясига нисбатан қўйилаётган умумий талаблар қуйидагиларга олиб келиши керак:

- бозор ва ўз имкониятларини ҳаққоний баҳолашга;
- қўйилган мақсадларни аниқлаштиришга;
- ҳаракатлар мослашувчанлиги (бирон-бир омилнинг таъсир этиши ҳолатида вазиятнинг ўзгартиришга тез мослашиши)ни таъминлашга ва бошқаларга.

Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналарининг асосий мақсади истеъмолчилар талабини қондириш орқали фойда олиш бўлса, унга эришиш учун фойда келтирадиган товарларни ишлаб чиқариш ва сотишни кўпайтириш, улар ҳиссасини оширишлари зарур бўлди. Бу вазифалар— маркетинг вазифалари бўлиб, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишни талаб этади.

Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда энг муҳим муаммо, истеъмолчилар талабини қондириш асосида корхонани фойда олишга йўналтириш ҳисобланади.

Бунда бозорни ўрганиш, таклиф манбаларини топиш, корхонага тегишли ҳар бир товар бўйича конъюнктурани ўрганиш ва хулоса чиқариш жараёни бажарилади.

Маркетинг стратегияси – бу корхонанинг мақсадга эришиш йўлидаги ҳаракат қилиш режаси. Стратегик режалаштириш— корхонанинг нима ишлаб чиқарашлигини, уларнинг истеъмолчиларини, нарх, реклама, сотиш каби йўналишларини аниқлайди.

²⁵Солиев А., Бузрукхонов С. Маркетинг. Бозоршунослик. Дарслик. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2010, 167 бет.

Режалаштиришнинг мақсади – корхона фаолиятини олиб боришда хавф-хатарни камайитиришдир. Корхоналар бизнес режа асосида иш юритишни йўлга қўйиш учун қуйидагиларга амал қилишлари зарур:

- бозор конъюнктурасини ўрганиш;
- ички муҳитни таҳлил қилиш;
- корхона келажаги истиқболларини башорат қилиш;
- бўлажак хавф-хатарни ўрганиш;
- ривожланиш концепциясини ва стратегиясини иқтисодий асослаш;
- бизнес режасини тузиш;
- моддий ресурс таъминотини аниқлаш;
- молиявий натижаларни аниқлаш;
- молиявий ресурслар манбаларини белгилаш;
- харажатларни назорат қилиш тадбирларни ишлаб чиқиш демакдир.

Бозорга янгиликни киритиш стратегияси ва тактикаси маркетинг тадбирларининг муҳим йўналишларидан ҳисобланади. У ўзида янги маҳсулотларни бозорларда жойлаштириш ва сотиш йўллари шакллантиришга асосланган янгиликнинг рақобатбардош стратегиясини ўз ичига олади.

Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш корхоналарида маркетинг стратегияси заминида қуйидагилар ётади:

- бозор бир хил эмас, у ўзига хос табақалар (сегментлар)дан иборат;
- корхона бозорда бир ёки бир нечта сегмент талабларини назарда тутиши мумкин. Аммо ҳар доим танланган бозори табақалари (сегментлари)ни ўзига жалб этишда, кўпроқ муваффақият қозонишни ўйлаш лозим;
- корхона бозорда мустақил ёки бошқа корхоналар билан ҳамкорликда фаолият кўрсатиши мумкин;
- маркетинг воситасини танлашда, кўпроқ бир-бирига мос ва ўзаро вазифалари билан бир-бирини тўлдириб турувчиларни ишга солишни кўзда

тутиш керак. Масалан, товар упаковка (ўрама)си билан нарх, товар ҳаракати билан сотиш жойини, истеъмолчилар билан алоқаларни рекламага қўшиб ишлатилиши тавсия этилади;

- корхонанинг бозорга чиқишида иқтисодий ҳолатни ҳар томонлама ҳисобга олиш талаб этилади. Масалан, умумий ва савдо конъюнктурасининг ҳолатини, рақобатчиларнинг бозорда тутган ўрни ва бошқалар.

Шуни таъкидлаш лозимки, инновацион маркетинг – корхонанинг ишлаб чиқаришни такомиллаштириш ва бозор шароитига таъсир кўрсатишга асосланган фаолиятidir. Кўзатишлардалолат берадики, инновация ҳаётий даврининг ҳар бир босқичи турли маркетинг усуллари ва ёндашувларини, турли стратегия ва тактикани талаб қилади.

Инновацион маркетинг тадбирлари тизими фақатгина ишлаб чиқаришни янгилаш билан эмас, балки капиталнинг жамланиши ва оқими динамикаси билан узвий боғланган.

Инновацион маркетинг рақобатчиларига нисбатан кўпроқ фойда олишни истаган корхоналар учун муҳим бўлиб, инновацияларга ва янгиликларга асосланган устун рақобат стратегиясини шакллантиради. Шунингдек, инновацион маркетинг фақатгина бозордаги янги маҳсулотни ёки мавжуд маҳсулотни реализация қилиш эмас, балки янги технологиялардан: янги маҳсулот ёки технологик жараён бўйича ихтиро ва ноу-хаулар учун лицензияларни сотиш ҳамда уни тайёрлаш учун ускуналарни такомиллаштиришни назарда тутди.

11.3.Корхоналар экспорт салоҳиятини оширишда инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш йўллари

Корхоналарнинг дунё бозорларида рақобатбардош бўлган маҳсулот ишлаб чиқариши ва уни жаҳон нархларида сотиш қобилияти ҳисобланган экспорт салоҳияти миллий иқтисодиёт учун ниҳоятда катта аҳамиятга эга. Шу сабабли ҳам республикамизда мазкур масалага алоҳида эътибор бериб келинмоқда.

2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида энг муҳим йўналишлардан бири сифатида экспорт фаолиятини либераллаштириш ва енгиллаштириш, экспорт таркиби ва географиясини диверсификациялаш, иқтисодий тармоқлари ва ҳудудларнинг экспорт имкониятларини кенгайтириш ҳамда мобиллигини таъминлаш республикамиз корхоналари олдида ташқи бозорда мустаҳкам ўрнашиб олиш каби ўта муҳим вазифани юклайди.

Ушбу вазифани ҳал этишда иқтисодий ривожини жадаллаштирувчи омиллардан бири бўлган ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантириш ўта муҳимдир. Илғор ускуналар билан жиҳозланган замонавий корхоналарнинг барпо этилиши ишлаб чиқариш соҳасининг янги тармоқларини ўзлаштириш, ташқи бозорларда рақобатдош маҳсулотларни тайёрлашни кўпайтириш, пировардида экспорт ҳажмини оширишга хизмат қилади.

Мамлакатда амалга оширилаётган изчил ислохотлар доирасида нафақат импорт ўрнини босувчи, балки экспортга йўналтирилган товарлар тайёрлаш жараёни учун ҳам ҳуқуқий, ҳам институционал шарт-шроитлар яратилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 20 декабрдаги “Экспортга кўмаклашиш ва уни рағбатлантиришни кучайтириш чоратадбирлари тўғрисида”ги қарорига мувофиқ, Экспортни қўллаб-қувватлаш миллий тизими яратилди. Инвестициялар ва ташқи савдо вазирлиги ҳузурида Экспортни рағбатлантириш агентлиги ташкил этилди. Шунингдек, 205 номдаги товарларни экспорт қилишда транспорт харажатларининг 50 фоизини қоплаб бериш йўлга қўйилди.

Корхоналарнинг экспорт салоҳияти, улар иқтисодий салоҳиятнинг таркибий қисмларидан бири ҳисобланади. Экспорт салоҳият–корхоналарнинг ташқи бозор учун маҳсулотлар ишлаб чиқариши ва уларни кенг миқёсда мақбул нархларда сотиш қобилиятини ифодалайди.

Корхоналарнинг экспорт салоҳиятининг ўсиши янги бозорларни

эгаллаб олишга, ишлаб чиқаришнинг кенгайишига, янги иш ўринларининг ташкил этилишига олиб келади. Шунингдек, экспорт маҳсулотларини хорижий валютага сотилиши эвазига миллий валютанинг хорижий валютага нисбатан қиймати ижобий томонга ўзгаради, қатор маҳсулотларга жаҳон бозоридаги нархнинг юқори бўлиши корхона даромади ҳажмининг ортишига ва ички инвестиция манбасининг кўпайишига имконият яратади.

Булардан ташқари, корхоналарнинг жаҳон бозорига маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи ва етказиб берувчи сифатида кириб бориши, уларнинг сифат кўрсаткичларига юқори талаблар қўяди ва ишлаб чиқаришни модернизациялаш, ривожлантиришга бўлган интилишларини кучайтиради, натижада миқдор ва сифат ўзгаришлари параллел равишда боради, миллий ишлаб чиқариш хусусиятлари ижобий томонга ўзгаради, ишлаб чиқариш омилларининг сифати ва самарадорлиги ортади.

Ўзбекистоннинг экспорт имкониятлари кўп. Хусусан, пахта толаси ва мева-сабзавотни қайта ишлаб, экспортбоп маҳсулотлар чиқариш мамлакатимизнинг ривожланиш нуқталаридан бири бўлиб қолмоқда. Республикамиз корхоналарида пахта толаси ва мева-сабзавотдан тайёрланган маҳсулотлар бутун дунёда қадрланади. Бу тайёр “бренд” экспорт учун катта имкониятдир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 29 июль куни қабул қилинган “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат саноатини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори мазкур имкониятдан самарали фойдаланиш, аграр соҳага замонавий технологияларни жорий қилишга қаратилган.

Ушбу қарорга кўра, 2019-2021 йилларда умумий қиймати қарийб 1 миллиард доллар бўлган 45 та агрологистика комплекси, қайта ишлаш бўйича 205 та янги қувват, 36 минг гектар интенсив боғ ташкил этиш режалаштирилган.

Иқтисодиётнинг глобаллашуви даврида корхоналарнинг экспорт

салоҳияти ривожланиши истеъмолчининг истак ва хоҳишини ўз вақтида илғаб олиш ҳамда уни тезда қондиришга қаратилган тақдирдагина амалга ошади. Бунинг учун корхонанинг фаолиятини стратегик режалаштириш, унинг яқин ва узоқ келажакдаги мақсадларини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга.

Корхоналарнинг ташқи бозорда самарали фаолият юритиши кўп жиҳатдан уларнинг самарали маркетинг фаолиятига боғлиқ. Маркетинг фаолияти орқали корхоналарда инновацион салоҳият билан боғлиқ муносабатларнинг жадаллашуви юз беради. Шунинг учун ҳам корхоналар экспорт стратегиясини шакллантиришда, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини таъминлашда истеъмолчилар билан коммуникацияларни амалга оширувчи самарали инновацион маркетинг технологияларининг ўрни алоҳида аҳамиятга молик.

“Инновацион маркетинг технологияларининг ўзига хос хусусияти шундаки, улар жисмоний жиҳатдан мавжуд маҳсулот билан эмас, балки унинг ишлаб чиқиладиган концепцияси билан ишлайдилар. Бу эса анъанавий маркетингдан фарқли равишда, маркетинг тадқиқотлари ўтказишда катта қийинчиликлар юзага келтиради”²⁶.

Амалиётда бир неча турдаги инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланилади. Уларнинг асосийлари қийидагилар:

- ахборот- маркетинг технологиялари
- SRM
- тармоқли маркетинг технологияси
- бренд технологияси
- кросс маркетинг технологияси
- мобил маркетинг технологиялари ва бошқалар.

²⁶Ergashxodjayeva Sh. Innovatsion marketing / Sh.Ergashxodjayeva. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi. –T.: Cho‘lpon nomidagi NMIU, 2014, 23 bet.

Ахборот маркетинг технологиялари— бу энг янги ахборот технологияларини қўллаган ҳолда маҳсулотни илгари суриш орқали сотувни ошириш ва яхшилаш борасида бизнес юритиш бўйича қатор техникалардир.

Корхоналарнинг самарали фаолиятини таъминлайдиган ахборот тизимлари SRM синфига оид тизимлар ҳисобланади. Supplier relationship management (инглизча) –корхоналарнинг мол етказиб берувчилар билан биргалашиб ҳаракат қилишини бошқариш тизимидир.

Ушбу тизимлар узоқ муддатга мулжалланган мол етказиб берувчиларнинг кенг базасини яратишга йўналтирилади. Бундай тизимлар XX асрнинг 90 йиллари ўрталарида вужудга келган бўлиб, ҳозирги пайтда ривожланиш босқичида турибди.

SRM – бу мавжуд ва потенциал мол етказиб берувчилар ҳақида барча ахборот манбаларини интеграция қилиш ва улардан максимал даражада фойдаланиш имкониятидир. SRM технологиялари ахборот тўплаш, қайта ишлаш ва улардан самарали фойдаланиш имкониятларини белгилаб беради.

SRM, нафақат мол етказиб берувчилар билан ўзаро муносабатларни бошқариш функцияларидан иборат бўлган ахборот тизимларини, балки мол етказиб берувчиларга йўналтирилган стратегиянинг ўзини ҳам белгилаш имконини туғдиради.

SRM технологияси (мол етказиб берувчилар билан мустаҳкам ва ишончли алоқалар ўрнатиш учун) мол етказиб бериш, сотув, маркетинг тадбирларига жавоблар, бозор тенденциялари ҳақида турли ахборот манбаларини бирлаштиради.

Тармоқ маркетинги – бу корхона (фирма, компания)ларнинг мустақил вакиллари ёки дистрибьюторлар томонидан маҳсулот ёки хизматлар ҳақида ахборотни тўғридан-тўғри тарқатиш билан боғлиқ фаолиятидир. Унинг асосий вазифаси максимал сондаги одамларни ахборот билан қамраб олиш ҳисобланади.

Тармоқ маркетингининг энг замонавийи–МЛМ (Мулти-Левел Маркетинг), яъни “Кўп тармоқли маркетинг” ҳисобланади. Бунда маҳсулот

ёки хизматни тарқатишга жуда кўп одам жалб қилинади. Ҳозирда, бу турдаги маркетинг соҳасида фаолият юритадиган жуда кўп корхона (фирма, компания)лар мавжуд. Улар тармоқ маркетинги тизими ёрдамида маҳсулот (хизмат)ларни тарқатишадилар²⁷.

Тармоқ маркетинги учун маҳсулот ишлаб чиқарувчи ва сотувчи ўртасида улгуржи савдо фирмалари йўқлиги характерлидир. Бунда маҳсулотларнинг бутун ҳаракати давомида янги устама нархлар юзага келмайди. Маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхона сотув ҳажмини оширганлик учун қўшимча чегирмалар тақдим этган ҳолда тармоқнинг ўсишини рағбатлантиради.

Тармоқ маркетингида, одатда оммавий ахборот воситаларида реклама тарғиботлари ўтказилмайди – товарни харидорга сотувчининг ўзи тақдим этади ва товарнинг хусусиятлари ҳақида маълумот беради ҳамда унинг афзалликларини намойиш қилади

“Бренд – неоинституционал иқтисодиёт тушунчаси бўлиб, бу ерда асосий тоифа истеъмолчининг ишончи ҳисобланади. Бренд тоифаси институционал иқтисодиётнинг ривожланиши, бозорнинг янги эҳтиёж ва талаблари пайдо бўлишининг мантикий натижаси сифатида шаклланади. Фундаментал маркетинг қонунларига асосланиб, “бренд” янги тоифасининг ривожланиши харидорларнинг эҳтиёжларини тўлароқ қондириш механизмини шакллантиришни ривожлантирган ва давом эттирган ҳолда савдо маркаси тушунчасини уйғунликда қамраб олади”²⁸.

Брендлаш –корхона образининг визуал ва мазмуний бирлигига риоя қилиш технологиясидир. Унинг элементлари қуйидагилар ҳисобланади: маҳсулот номи, логотипи, товар белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси, фирма номи, фирма ранглари, корхона ходимларнинг махсус кийимлари ранглари ва услуби, шунингдек, корхонага тегишли бўлган бошқа интеллектуал мулк объектлари.

²⁷www.маркетинг.кхарков.уа/маркетинг/сетевой-маркетинг.хтмл

²⁸Ergashxodjayeva Sh. Innovatsion marketing / Sh.Ergashxodjayeva. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi. –T.: Cho‘lpon nomidagi NMIU, 2014, 71 bet.

Брендлаш орқали, яъни полиграфия усуллари, шелкография, гул тикиб безаш, босма нақш усуллари, реклама, жумладан, оммавий ахборот воситаларидаги реклама ёрдамида товарларни бозорга илгари суриш амалга оширилади.

Брендинг – бу харидор онгида товар образини яратиш, товар белгиси образининг нуфузи, сифати, машҳурлиги ва жалб этувчанлигини қўллаб-қувватлаш, белгиланган товар маркасига нисбатан узоқ муддатли харидорлар афзал кўришини шакллантиришдир.

Брендинг – бу узоқ давр давомида савдо маркаси ёки маркасиз маҳсулотнинг уни якуний истеъмолчи учун янада жалб этувчан қиладиган қўшилган қиймати, эмоционал ёки оқилона “белгисини” яратиш орқали бренд имиджини шакллантириш жараёнидир²⁹.

Кросс-маркетинг – бир вақтнинг ўзида бир нечта йўналиш бўйича истеъмолчиларни жалб қилишга имкон берадиган технология энг катта фойда келтирадиган технология ҳисобланади.

Унинг моҳияти: икки ёки ундан кўпроқ корхоналарнинг ўз маҳсулотларини илгари суриш учун биргаликда акция ташкил этишларида. Бунда реклама қилинадиган товар ёки хизматлар бир-бирига йўлдош бўлади ва гўёки бир-бирини тўлдириб туради. Кросс-маркетинг турли товарлар ва хизматларни илгари суришда фаол қўлланади.

Мобил маркетинг – уларни амалга оширишда уяли алоқа (мобил) телефони, смартфон ёки чўнтак портатив компьютери (КПК) фойдаланиладиган коммуникациялар интерактив маркетинг воситаси³⁰.

Мобил маркетингнинг асосий афзалликлари – реклама кампаниясига бошқа воситаларни интеграция қилиш ҳисобига реклама имкониятларини кенгайтиришдан иборат.

Корхоналар экспортини ривожлантириш стратегияси ички

²⁹Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И. В.Ильичева. - Ульяновск: УлГТУ, 2012, стр. 78.

³⁰Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума / А.В. Ульяновский - М.: Эксмо, 2008, стр. 17

бозордаги чегараланган имкониятларни эмас, балки таклиф ҳажмини ташқи омиллар ҳисобига кенгайтириш имкониятини яратади. Бу эса миллий ишлаб чиқарувчилар рақобатбардошлигини таъминлашда муҳим аҳамият касб этади.

Ташқи иқтисодий фаолияти давомида корхоналар ташқи бозорда жиддий рақобатга дуч келади. Бу эса, табиийки, корхоналарни доимо ишлаб чиқаришни замон талабларига мослаштириш, янги технология ва инновациялардан фойдаланиш, маҳсулот ассортиментини янгилаб туриш ва таннархни пасайтиришга ундайди.

Бугунги кунда корхоналарнинг экспортни ривожлантиришга қаратилган стратегияси – узоқ муддатли рақобатдош маҳсулотлар ишлаб чиқаришни шакллантиришнинг муҳим шартига, миллий ишлаб чиқарувчиларнинг экспорт фаолиятини инновацион жараёни сифатида миллий иқтисодиёт рақобатбардошлигини таъминлаш ва аҳолининг реал даромадларини кескин оширишга, мамлакат тўлов балансини мустаҳкамланишига, шунингдек, сарф харажатларни қоплашнинг асосий манбаига айланиши керак.

Хулоса шуки, корхоналар фаолиятида инновацион маркетинг технологиялари усулларидан самарали фойдаланиш орқали табиий ресурслардан оқилона фойдаланиш, янги рақобатбардош тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ва хизматлар кўрсатишни ўзлаштириш, ушбу маҳсулотлар ва хизматлар билан нафақат ички бозорга, балки жаҳон товар ва хизматлар бозорига кириб бориш, умуман корхона иқтисодиётини юксалтиришга ҳамда самарали фаолият юритишига муҳим аҳамият касб этади.

Таянч иборалар

Маркетинг, инновацион маркетинг, маркетинг технологиялари, экспорт, импорт, экспорт имкониятлари, иқтисодиётнинг глобаллашуви, ахборот тизимлари, брендлаш, брендинг, тармоқ маркетинги, кросс-маркетинг.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

- 1.Инновацион маркетинг технологияларининг ўзига хос хусусиятлари нимадан иборат?
- 2.Экспортни амалга оширишда тармоқ маркетингининг аҳамияти?
- 3.Экспорт товарларни брендлашнинг аҳамиятини изоҳланг?
- 4.Кросс-маркетинг–бу нима?

12-мавзу.Ўзбекистон миллий инновацион тизими

Режа

- 12.1. Миллий инновацион тизим тушунчаси ва уни республикамиздаги зарурияти.
- 12.2. Миллий инновацион тизимни ривожлантиришда жаҳон тажрибаси ва уни республикамизда қўллаш имкониятлари
- 12.3. Республикамизда миллий инновацион тизимни тараққий эттиришнинг устувор йуналишлари

12.1. Миллий инновацион тизим тушунчаси ва уни республикамиздаги зарурияти

Республикамизда инновацион иқтисодиётга ўтишда миллий инновацион тизимни шакллантириш ва ривожлантириш муҳим вазифалардан ҳисобланади. Ҳар бир ривожланган давлатнинг ўзининг мустақил миллий инновацион тизими шу давлат миллий хусусиятлари ва иқтисодий шарт-шароитларидан келиб чиқиб шакллантирилган бўлади.

Миллий инновацион тизим тушунчасини биринчи бўлиб фанга киритган ва уни “миллий инновацион тизим” деб атаган олим Америкалик К.Фримен (1987 йил) ҳисобланади. (К.Фримен)....

Миллий инновацион тизим дейилганда мамлакат иқтисодиётини ривожлантириш учун шундай янги инновацион сиёсатни ишлаб чиқиш ва уни ривожлантиришдан иборатки, бунда ҳукумат билан биргаликда турли илмий – тадқиқот муассасалари (институтлар) янги технология, янги инновацион ғояларни ўз ичига олувчи инновацион жараёнларни ҳамкорликда яратишдан иборатдир. Бошқача айтилганда, миллий инновацион тизим, мамлакатнинг бош миллий инновацион стратегиясини амалга оширувчи янги билимлар, янги технологиялар, ҳамда янги ғояларни ташкил этиш, сақлаш ва уларни узатишни амалга оширишдан иборатдир. Шунингдек, миллий инновацион тизим, миллий иқтисодиёт учун кўпроқ фойда олиш ва юқори самарадорликка эришиш учун интеллектуал салоҳиятга эга бўлган

инсонларнинг ақлий меҳнати самарасидан (илмий кашфиётлар, ихтиролар ва хоказолар) фойдаланиш натижасида янги миллий инновацион сиёсатни тизимли амалга оширишдан иборатдир. Республикамизда миллий инновацион тизимнинг зарурияти жаҳон иқтисодиётининг глобллашув шароитида иқтисодиётнинг инновацияга асосланган тез суръатлар билан ривожланаётган Хитой, Жанубий Корея, Сингапур каби мамлакатлар тажрибасидан республикамиз миллий иқтисодиётида фойдаланиш ҳамда алоҳида олинган миллий инновацион тизимни шакллантириш заруриятидан келиб чиқади.

Республикамизда миллий инновацион тизимни шакллантириш ва ривожлантириш зарурияти қуйидагиларда намоён бўлади:

Биринчидан, республикамизда инновация яратилаётган корхона ва ташкилотлар учун бу жараёни ягона бир тизими мавжуд эмаслиги;

Иккинчидан, республикамизда фан-таълим, ишлаб чиқариш бўйича бир-бирини боғлаб турувчи ягона инновацияга асосланган инновацион занжирнинг яратилмаганлиги;

Учинчидан, республикамизда ақлий меҳнат вакилларининг (олимлар, ихтирочилар, консукторлар) янги инновацион лойиҳалар, технологиялар тақлифига мос талабни белгиловчи инновацион институтларнинг фаолиятини эркин таъминловчи ягона миллий инновацион лойиҳалар бозорининг мавжуд эмаслиги;

Тўртинчидан, янги инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этишда бозор рискларининг (таваккалчилигининг) юқорилиги;

Бешинчидан, миллий инновацион тизим яратувчи субъектлар ўртасида рақобат муҳитини шаклланмаганлиги;

Олтинчидан, республикамизда миллий инновацион тизимни фаолиятининг самарали ташкил этишда инновацион ғоялар ва технологияларни истемолчиси сифатида хусусий сектор (корхоналари, фирмалари ва хоказоларининг) иштирокининг пастлиги;

Умуман, юқорида баён этилган заруриятни ифодаловчи муаммоларни ҳал этилиши миллий инновацион тизимнинг инновацион жараёнларга бевосита ва билвосита жалб этилган объектлар мажмуаси сифатида инновацион маҳсулотларни яратади, ҳамда инновацион фаолият узлуксизлигини юқори самарадорлик асосида фаолиятини амалга ошириш имконини беради. Бундай тузилмалар таркибига давлат илмий секторлар инфратузилмаси, таълим тизими, давлат инновацион фаолиятига қирувчи субъектларни қиритиш мумкин.

Бугунги кунда миллий инновацион тизим таркиби қуйидагилардан:

- давлат илмий секторлари ва уларнинг инфратузилмалари;
- таълим тизими (ОТМ, илмий тадқиқот муассасалари);
- инновацион фаолиятда иштирок этувчи субъектлардан ташкил топади.

12.2. Миллий инновацион тизимни ривожлантиришда жаҳон тажрибаси ва уни республикамизда қўллаш имкониятлари

Бугунги кунда жаҳон амалиётида миллий инновацион тизим шу давлатнинг миллий хусусиятлари ҳамда ўзига хос ёндашувларидан келиб чиқиб, давлатнинг бевосита иштирокида инновациялар яратиш тизимини ўз ичига олади. Бу борада эришган ютуқлар бўйича дунёнинг ривожланган давлатларидан бир нечтасининг тажрибасини кўриб чиқамиз:

Дунёдаги ҳозирги глобаллашув жараёнида тезкор ривожланиш бўйича олдинги ўринларда турган Япония давлатида иқтисодий тараққиёт миллий инновацион тизим билан бевосита боғланган. Япониянинг миллий инновацион тизимининг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

1. Давлат томонидан инновацион жараёнларни тартибга солишда япон тажрибасида муҳим ўрин тутади. Бунда фан-ишлаб чиқариш интеграцияси асосида илмий тадқиқот ҳамда тажриба конструкторлик бўйича эришилган юқори натижалар иқтисодиёт тараққиётининг асоси ҳисобланиб, етакчи саноат тармоқларини ривожлантиришга йўналтирилганлиги билан характерланади.

2. Японияда давлат кўмагида молиявий муассасалар томонидан Япония ривожланиш банки, Япония экспорт-импорт банки ва бошқа шу каби молиявий муассасалар томонидан саноатнинг устувор тармоқлари молиявий қуллаб-қувватланади.

3. Японияда саноат учун ўта зарур бўлган янги инновацион технологиялар асосида яратилган техника ва ускуналарни импорт қилишда ҳудудий тармоқларнинг хусусиятлари, хорижий валюталарнинг жалб этиш ҳисобга олинади.

4. Японияда давлат томонидан чет эл компаниялари билан янги инновацияларни олиб келадиган иқтисодий кооперацияга асосланган Япон фирмалари учун рағбатлантириш тизимлари шакллантирилган.

5. Япония иқтисодиётига ўта зарур бўлган ҳудудий саноат тармоқлари учун олиб келинаётган инновацияга асосланган импорт товарларини пошлинаси бўйича турли имтиёзларнинг мавжудлиги билан характерланади.

6. Япон фирмалари учун чет элдан олиб келинаётган янги инновацион технологиялар, ускуналар учун солиқ имтиёзлари берилади.

7. Японияда турли компаниялар ва фирмалар учун конкуренциядан ҳимоя қилиш мақсадида агар улар юқори инновацияга асосланган бўлса, давлат томонидан уларнинг рисклари (таваккалчилиги) ҳимоя қилинади.

8. Япония миллий инновацион тизимнинг энг муҳим хусусиятларидан бири, япон фирмалари, (хусусий корхона ва ташкилотлари) ўртасида инновация бўйича горизонтал алоқаларнинг юқорилиги ва бу алоқаларнинг давлат томонидан ҳимояланганлиги билан характерланади.

9. Японияда инновацион ғоялар яратиш, келажак учун прогнозлаштирувчи инновацион “ақлий марказлар” фаолияти йўлга қўйилганлиги билан характерланади.

Миллий инновацион тизимни дунё тажрибаси тадқиқ қилинганда Хитой Халқ республикаси (Хитой давлатининг) ўзига хос миллий инновацион тизими шакллантирилганлиги билан характерланади. Хитойда

бундай миллий инновацион тизим қуйидаги жиҳатлари билан характерланади:

1. Хитойда давлат қўмагида инновацияга таянган миллий инновацион тизимни шакллантиришнинг узоқ тарихдан эътибор қаратилиб келинаётганлиги билан характерланади.

2. Хитой давлати инновацион жараёнларга алоҳида эътибор қаратиб, қуйидаги ушбу жараёнларни самарали фаолият юритиши учун асос яратади. Бунда қуйидагиларга алоҳида эътибор берилади.

- ер ресурсларидан фойдаланиш давлат назоратида эканлиги;

- “йирик инвестиция лойиҳалари”, “қурилиш инвестициялари”, “саноатнинг энг устувор стратегик тармоқлари”, “хизматлар соҳасининг энг муҳим соҳалари” давлат назоратида эканлиги;

3. Хитойда нанотехнологияларни ривожлантириш бўйича алоҳида давлат дастурининг мавжудлиги;

4. Хитойда инновацион илмий тадқиқотларни жорий этиш бўйича мустақил миллий дастурларнинг мавжудлиги;

5. Хитойда кичик ва ўрта корхоналар учун миллий инновацион тизим асосида миллий инновацион фонд ва миллий илмий фондларнинг яратилганлиги;

6. Хитойда талантли тадқиқотчи олимларни танлаб олиш, ҳамда уларни илмий ишланмалар яратишга жалб этиш бўйича “худудий тармоқ фондларнинг” шакллантирилганлиги;

7. Хитойда юқори инновацион технология ва илмий инновацион ишланмаларни муҳим тармоқларда қўллаб-қувватловчи алоҳида “бизнес зона” ва “бизнес инкубатор”ларнинг яратилганлиги;

8. Хитойда ҳукуматнинг интеллектуал мулк ҳуқуқларини ҳимоя қилувчи ва илмий фаолиятни тижоратлаштирувчи махсус дастурининг мавжудлиги.

9. Хитойда фан ва технологияни ривожлантиришнинг миллий режаси ишлаб чиқилганлиги ва шу асосда инновацион муҳитнинг назорат қилиш тизимини мавжудлиги;

10. Хитойда “мустақил” “локал” инновацион элементлар бўйича миллий инновацион тизимини ривожлантирилганлиги;

Локал инновацион сиёсатнинг қуйидаги учта йўналиши Хитойга хос характерли жиҳатларидан ҳисобланади. Жумладан:

- фанга сарфланган маблағларни ошириб бориш (Хитойнинг ялпи ички маҳсулотида бундай маблағлар АҚШ кейин иккинчи ўринни эгаллайди);

- инновацияни ривожлантириш бўйича фискал сиёсатни мавжудлиги, яъни айрим фан, техника тараққиёти учун зарур бўлган асбоб ускуналарни олиш учун солиқ имтиёзлари, амортизация ажратмаларидаги имтиёзлар, субсидиялар бўйича имтиёзларнинг мавжудлиги билан характерланади;

- замонавий нанотехнологияларни чет элдан сотиб олиш давлат томонидан рағбатлантирилади.

Жаҳон тажрибасида миллий инновацион тизимлари ўрганилганда Америка қўшма штатлари миллий инновацион тизимининг бир қатор ўзига хос хусусиятлари мавжуд. Булар қуйидагилардан иборат:

1. АҚШда давлат - инновацион бозорини шакллантирувчиси ва унинг энг муҳим агенти бўлиб ҳисобланиши;

2. АҚШда давлатнинг инновацион инфратузилмани шакллантиришдаги фаол иштироки;

3. АҚШда ички ва халқаро конкуренцияни ҳимоя қилиш, инновацион муҳит яратиш бўйича давлатнинг зарурий механизмларни ишлаб чиққанлиги;

4. АҚШда инновацияни ривожлантириш бўйича турли имтиёзлар лиготаларнинг жумладан, солиқ имтиёзларининг мавжудлиги;

5. АҚШдаги хусусий сектордаги (фирма ва корхоналарда) инновацияларни рағбатлантиришга алоҳида эътибор қаратиш механизмнинг яратилганлиги;

6. АҚШда инновацияларни қуллаб-қувватлаш бўйича махсус Давлат дастурини мавжудлиги;

7. АҚШдаги миллий инновацион тизимда инновацион жараёнлар кўпроқ келажак учун прогнозлаш, стандартлар яратиш, ҳамда инновацияларнинг давлат статистикасини юритилишига қаратилганлиги билан характерланади.

8. АҚШда инновацион фаолиятни қўллаб-қувватловчи комплекс (бевосита ва билвосита) инструментлар давлат томонидан яратилганлиги билан характерланади.

Дунё амалиётида миллий инновацион тизимни шаклланишида Россия федерацияси тажрибаси ҳам ўзига хос характерли хусусиятга эга.

Биринчидан, Россияда миллий инновацион тизим юқори технологик ишлаб чиқаришни яратишга йўналтирилган ҳамда бу кўпроқ муҳофаа саноат комплексини ўз ичига олади.

Иккинчидан, Россияда бугунги глобаллашув шароитида миллий инновацион тизим рақобатбардош саноат тармоқларини яратиш бўйича миллий сиёсатга асосланганлиги.

Учинчидан, Россиянинг миллий инновацион тизими жаҳон тажрибасини ўзида мужассамлаштирган трансмиллий корпорацияларининг миллий капиталига асосланган ҳолда ташкил этилганлиги билан характерланади.

12.3. Республикамизда миллий инновацион тизимни тараққий эттиришнинг устувор йўналишлари

Республикамизда миллий инновацион тизимни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари қуйидагилардан иборат:

1. Республика иқтисодиётини ресурслар ва хом-ашёларни тежовчи қайта тикланувчи энергия манбаларидан фойдаланишга асосланган республика инновацион гоялар технологиялар ва лойиҳаларни яратиш йўналишлари;

2. Инновациянинг нанотехнологиялар, ҳамда кимё технологиялардан фойдаланишга йўналтирилган миллий инновацион ишланмалар тизимини яратишга йўналтирилган йўналиш;

3. Замонавий биотехнологиялар ва қишлоқ хўжалиги бўйича миллий инновацион ишланмалар тизимини яратиш;

4. Ахборот коммуникацион технологиялар, ахборотларни янги инновацион тизимини яратиш бўйича ишланмалар йўналиши;

5. Тиббиёт ва фармакология соҳасида миллий инновацион тизимни яратиш.

6. Геология, минералогия, сеймсология ва минерал маъданлар соҳаси бўйича илмий инновацион ишланмалар яратиш йўналиши.

7. Физика атом энергетикаси бўйича илмий ишланмалар яратиш;

8. Хизмат кўрсатиш, сервис соҳаси бўйича илмий ишланмалар яратиш;

9. Аниқ фанлар соҳаси бўйича илмий ишланмалар яратиш.

Миллий инновацион муҳитни ривожлантириш бўйича республикамізда амалга оширилган ишлар қуйидагилардан иборат:

- илмий-техник салоҳиятни ривожлантириш;
- раҳбарларнинг инновацион лойиҳаларни амалга оширишдаги иштирокини ошириш;
- инновацион фаолиятда қатнашувчиларни эркин даражасини ошириш;
- яратилган миллий инновацион лойиҳаларни истеъмолчилар эҳтиёжлари бўйича сотиш;
- инновацион лойиҳаларни тижоратлаштириш.

Таянч иборалар

Инновацион ривожланиш, иқтисодий тизим, рақобатбардошлик, билим, фан, таълим, ишлаб чиқариш, интеграция, фан сиғими, молиялаштириш, инновационғоялар, инновацион технологиялар, инновацион лойиҳалар, интеллектуал мулк, мулк ҳуқуқи.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1.Инновацион фаолиятни амалга оширишда ҳамкорлик шартномаларнинг аҳамияти.

2.Инновацион технологияларни яратишда ҳозирги давр илм фаннинг аҳамияти.

3.Ўзбекистонда интеллектуал мулк ютуқларидан фойдаланишнинг иқтисодий самарадорлигини аниқлаш.

13-мавзу. Интеллектуал капитал, интеллектуал мулкни шакллантириш ва бошқариш

Режа

- 13.1.Интеллектуал капиталнинг моҳияти ва таркибий тузилиши
- 13.2. Интеллектуал мулкни бошқариш
- 13.3. Ўзбекистонда интеллектуал мулкнинг муҳофазаланиши
- 13.4. Ўзбекистоннинг халқаро интеллектуал мулк ташкилотлари билан алоқалари

13.1.Интеллектуал капиталнинг моҳияти ва таркибий тузилиши

Кишилиқ жамияти фаолиятининг энг муҳим жиҳати—бу, ишлаб чиқаришдир. Ишлаб чиқариш жараёнида иқтисодий ресурслар ишлатилади ва унинг натижаси сифатида маҳсулотлар ва хизматлардан иборат ҳаётий неъматлар яратилади.

Мамлакатимиз олимлари томонидан чоп этилган иқтисодий адабиётларнинг аксариятида, иқтисодий ресурслар—ишчи кучи, меҳнат қуроллари ва меҳнат предметларидан иборат эканлиги қайд этилади. Жумладан, Б.Ю.Ходиев ва Ш.Ш. Шодмоновлар муаллифлигида ёзилган “Иқтисодиёт назарияси” дарслигида: **“Ишлаб чиқариш жараёнида бевосита қўлланилувчи барча ресурслар ишлаб чиқариш омиллари дейилади. Иқтисодиётнинг тизими ва шаклидан қатъий назар ишлаб чиқариш содир бўлиши учун учта омил: ишчи кучи, меҳнат қуроллари ва меҳнат предметлари бўлиши шарт.**

... иқтисодий ресурснинг муҳим таркибий қисмларидан бири ҳисобланган пул ресурслари истеъмол моллари захиралари ишлаб чиқариш жараёнида бевосита қўлланилмаганлиги сабабли, ишлаб чиқариш омили бўла олмайди.”³¹, дейилади.

³¹Xodiyev B.Y., Shodmonov Sh.Sh. .Iqtisodiyot nazariyasi: Darslik. – T.: “Barkamol fayz media”, 2017, 45-46 belar.

Ҳозирги Ғарб мамлакатларида иқтисодиёт соҳасининг йирик олимлари иқтисодий ресурслар таркибига тадбиркорлик қобилиятини ҳам киритишади³². Бизнинг назаримизда, иқтисодий ресурслар таркибига “тадбиркорлик қобилиятининг” киритилиши асосли, чунки, ишлаб чиқаришнинг тақдири, ривожланиши тадбиркорларнинг туғма-ақлий қобилияти, уддабуронлиги, ишбилармонлиги каби омилларга ҳам боғлиқдир. Тадбиркорларда бундай сифатларнинг бўлишлиги, айниқса иқтисодий танглик, ресурслар тақчиллиги шароитида янада сезиларли бўлади.

Шуни таъкидлаш лозимки, ишлаб чиқариш натижаси унинг омилларининг бирикиши билан чегараланиб қолмайди. Ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва хизматлар ҳажми ҳамда истеъмолчилар талабини қондира олиш даражаси ишлаб чиқариш омиллари: ишчи кучи, меҳнат қуроллари ва меҳнат предметларининг сифатига ҳам боғлиқ. Бу – ишловчиларнинг малака-маҳорати, билими ва тажрибаси, ишлаб чиқаришда инновацион технологияларнинг қўлланилиши демакдир. Бунинг замирида эса интеллектуал³³ капитал³⁴ ётади.

Интеллектуал капитал – бу, маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқаришда банд бўлган ходимларнинг билими, маҳорати ва ишлаб чиқариш тажрибаси ҳамда номоддий активлар (патент, лицензия, ноу-хау ва ҳоказолар)дир.

Инновацион иқтисодиётда интеллектуал капитал ўзига хос хусусиятларга эга. Биринчидан, ишловчиларнинг малака-маҳорати, билими ва тажрибаси кўринишидаги интеллектуал капитал йиғилиб (тўпланиб) боради.

Иккинчидан, интеллектуал капитални унинг соҳибларидан ажратиб бўлмайди. Интеллектуал капитал – шахсга тегишли олий даражадаги хусусият: яратувчанликка йўғрилган билим, ғоя, ихтиро ва янги маҳсулот ёки хизматларни яратиш ва ҳоказо.

³²Кэпбелл .Р. Макконелл, Стэнли Л. Брю. Экономикс: принципы, проблемы и политика.Том 1. –Таллинн: 1993,.стр.37.

³³ Интеллект (лот. Intellectus) – билиш, тушуниш, идрок этиш, ақл деган маънони англатади.

³⁴ Капитал (нем.kapital; лот.capitalis) – бойлик деган маънони англатади.

Учинчидан, интеллектуал капитални шакллантиришда шахснинг туғма-ақлий ёки тарбияланиши ва ўқиши давомида шаклланган қобилияти муҳим аҳамият касб этади.

Тўртинчидан, интеллектуал капиталга сарфланган маблағ – қилинган сарфдан бирнечи маротаба катта ҳажмда ва узоқ вақт мобайнида иқтисодий ва социал самара беради. Шунингдек, интеллектуал капиталга киритилган инвестициялар даври , бошқа объектларга кирилган инвестицияларга нисбатан узунроқ бўлади.

Бешинчидан, интеллектуал капитал –инсон капиталининг ажралмас қисмидир.

Интеллектуал капитал – маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш жараёнларида ишлатилганидагина қийматга эга бўлади, акс ҳолда, у иқтисодиёт ва жамият учун аҳамиятли эмас, яъни ҳеч қандай қийматга эга бўлмайди.

Интеллектуал капитал– ишлаб чиқариш жараёнида иштироки давомида қиймат яратади ва интеллектуал ресурс сифатида трансформация бўлади. Ва бундай ишлаб чиқариш – интеллектуал ишлаб чиқариш деб аталади.

Интеллектуал ишлаб чиқариш инсоннинг ижодий фикрлаш ва маънавий жиҳатдан яратувчилик қобилиятига эга эканлигини тавсифлайди. Инсоннинг интеллектуал ижодкорлигининг маҳсули– интеллектуал маҳсулот дейилади. У фойдали яратувчилик хусусиятига эга. Бундай маҳсулотдан фойдаланувчиларнинг барчаси максимал даражада наф кўради.

Интеллектуал маҳсулот битмас-туганмасдир. У жамиятнинг инновацион техник-технологик, социал-иқтисодий ривожланганлик даражасини акс эттиради. У ижодий фаолият натижаси ҳисобланади. Бу кўп ҳолларда ақлий меҳнат кишилари – ёзувчилар, шоирлар, рассомлар, олимлар, инженер техник ходим ва бошқалар фаолиятининг маҳсулидир.

Интеллектуал маҳсулот янгилик хусусиятига ёки ўзига хос такрорланмас белгиларига эга бўлади. Бундай маҳсулотларнинг кўпчилиги ғоявий – номоддий кўринишда бўлади. Шу сабабли ҳам уларга нисбатан

одатдаги ашё, яъни моддий объектга нисбатан қўлланиладиган ҳуқуқ меёрларини қўллаб бўлмайди. У ўзига хос объектдир.

Интеллектуал маҳсулотлар иқтисодий фаолият жараёнида фойдаланиладиган моддий ашёлар ҳамда қимматбаҳо қоғозлардан қуйидаги хусусиятлари билан фарк қилади:

- интеллектуал фаолият натижалари кўп ҳолларда моддий кўринишда эмас балки, ғоя билан ахборот шаклида намоён бўлади;

- ғоя, билим шаклидаги интеллектуал мулк объектига одатда моддий ашёга эгалик қилгандай эгалик қилиш мумкин эмас;

- бундай объектлардан бир вақтнинг ўзида чексиз доирадаги шахслар фойдаланиши мумкин;

- интеллектуал мулк ҳуқуқи объектларига мулк ҳуқуқининг бемуддат эканлиги ҳақидаги қоида қўлланилмайди;

- қонунда белгиланган муддатлар ўтиши билан интеллектуал мулк соҳибининг маълум интеллектуал мулкига нисбатан ҳуқуқлари бекор бўлади ва бу объектлар умуминсоний бойликка айланади, ҳар қандай шахс ундан маълум шартлар асосида текин ва рухсатсиз фойдаланишга ҳақли бўлади;

- интеллектуал мулк объектларига нисбатан мулк ҳуқуқини ҳимоя қилишда виждонан даъвони қўллаш имкнияти амалда мавжуд эмас;

- интеллектуал мулк ҳуқуқи объектларига нисбатан одатдаги мулк ҳуқуқи эмас, мутлоқ ҳуқуқлар ҳақидаги қоидалар қўлланилади;

- интеллектуал мулк ҳуқуқининг амал қилиши, айтилиши вақтда маълум ҳудуд билан чегараланган бўлади. Ихтирога Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Интеллектуал мулк агентлиги томонидан берилган патент³⁵, муаллифлик гувоҳномаси ёки бошқа ҳужжатлар давлатимиз ҳудудида амал қилади;

³⁵Патент (лот. patens (patentis) — очик, аниқ, равшан) — техник ечим ёки ихтиронинг давлат томонидан эътироф этилганлигини ва ихтирочининг ўз ихтиросига олган мутлақ ҳуқуқини тасдиқловчи ҳужжат

•кўпгина интеллектуал мулк объектларига нисбатан улар муаллифларнинг шахсий ҳуқуқлари мавжуд бўлиб, бу объектлардан фойдаланувчилар муаллифлар шахсий ҳуқуқларга риоя қилишлари лозим.

Ушбу хусусиятларга эга бўлган интеллектуал фаолият натижаларига куйидагилар киради:

- фан, адабиёт, санъат асарлари, эшиттириш ташкилотларининг ижроси, фонограммалари ва кўрсатувлари;
- ЭХМ дастурлари ва маълумот баъзалари;
- ихтиро, фойдали моделлар, санъат намуналари, селекция ютуқлари;
- ошкор этилмаган ахборот, шунингдек, ишлаб чиқариш сири, яъни ноу-хаулар;
- интеграл микросхемалар топологиялари.



13.1.1-расм. Интеллектуал мулк структуравий таркиби

Инсоннинг ижодий тафаккури бу объектлар доирасини тинмай кенгайтириб бормоқда.

Интеллектуал фаолият натижалари жаҳонда оммага ошкор бўлмаган маълумотларга эга бўлса ихтиро деб топилади.

Қуйидагилар ихтиро деб эътироф этилмайди:

- илмий назариялар ва математика назариялари;
- хўжаликни ташкил этиш ва бошқариш усуллари;
- шартли белгилар, жадваллар, қоидалар;
- ақлий операциялар бажариш қоидалари ва усуллари;
- интеграл схемаларнинг топологиялари;
- ўсимлик навлари ва хайвон зотлари;
- жамоат манфаатлари, инсонпарварлик ва ахлоқ қоидаларига зид ечимлар;

Интеллектуал маҳсулот фуқаролик қонунлари билан муҳофаза этилиши учун қуйидаги шартларга жавоб бериши керак:

- ҳақиқатда ижод маҳсули бўлиши, яъни оригинал (ўзига хос) бўлиши;
- бетакрор бўлиши;
- бирон-бир объектив шаклда ифода этилиши.

Интеллектуал фаолият натижаларини яратиш, улардан фойдаланиш, уларни тасарруф этиш ва ҳуқуқий муҳофаза қилишда вужудга келадиган муносабатлар Ўзбекистон Республикасининг тегишли қонунлари, жумладан, “Ихтиролар, фойдали моделлар ва саноат намуналари тўғрисида”ги (1994 йил 6 май), “Электрон ҳисоблаш машиналари учун яратилган дастурлар ва маълумотлар базаларининг ҳуқуқий ҳимояси тўғрисида”ги (1994 йил 6 май), “Муаллифлик ва турдош ҳуқуқлари тўғрисида”ги (1996 йил 30 август), “Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида”ги (2001 йил 30 август) қонунлари ҳамда Фуқаролик Кодекси билан тартибга солинади.

13.2. Интеллектуал мулкни бошқариш

Мамлакатимизда илмий изланишни ташкиллаштириш ва ривожлантириш борасидаги ишлар Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасининг “Инновацион ривожланиш, ахборот сиёсати ва ахборот технологиялари масалалари қўмитаси”, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси, Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги томонидан олиб борилади,

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасининг “Инновацион ривожланиш, ахборот сиёсати ва ахборот технологиялари масалалари қўмитаси” Инновацион ривожлантириш вазирлиги билан ҳамкорликда инновация ва инновацион фаолият соҳасида ҳуқуқий, иқтисодий ва ташкилий муносабатларни самарали бошқаришга, илмий, илмий-техник ва бошқа инновацион фаолият натижаларини яратиш, ўзлаштириш ва ишлаб чиқаришга йўналтирилган комплекс чора-тадбирларни ишлаб чиқади ва амалга оширади. Бу каби қўмиталар Европа парламентида, шунингдек Австралия, Ирландия ва Канада парламентларида мавжуд.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси давлат бошқарувининг олий органи сифатида, юртимизда олиб борилаётган илмий изланиш ишларининг умумий раҳбарлигини олиб боради. Шунингдек у:

- юртимизда фан ва техника умумий сиёсатини таъминлайди;
- ахборотлар ишлаб чиқаришни ташкиллаштиради;
- илмий ва илмий техникавий муаммоларнинг асосий йўналишларини аниқлайди;
- илмий изланиш ишларининг самарадорлигини ошириш учун аниқ қарорлар қабул қилиб, илмий изланиш натижаларини миллий иқтисодиётга тадбиқ этишни ташкиллаштиради.

Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги мамлакатни инновацион ва илмий-техник ривожлантириш соҳасида жамият ва давлат ҳаётини ҳар томонлама ривожлантириш, мамлакатнинг интеллектуал ва технологик салоҳиятини оширишга қаратилган ягона давлат

сиёсатини амалга оширувчи давлат бошқарув органи ҳисобланади. У ўз фаолиятида:

- Ўзбекистон Республикаси Конституцияси ва қонунларига, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг қарорларига, Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари, қарорлари ва фармойишларига, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги тўғрисидаги Низом ва бошқа қонун ҳужжатларига амал қилади;

- Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига, қонун ҳужжатларида назарда тутилган фаолиятнинг алоҳида масалалари бўйича — бевосита Ўзбекистон Республикаси Президентига бўйсунди:

- инновацион ғоялар, ишланмалар ва технологияларни жорий этиш масалалари бўйича давлат бошқаруви органлари, илмий-тадқиқот ва ахборот-таҳлил муассасалари ҳамда бошқа ташкилотларнинг фаолиятини мувофиқлаштиради;

- илмий-тадқиқот, таълим ва бошқа муассасалар томонидан амалга ошириладиган давлат илмий-техникавий дастурлари ва лойиҳаларининг ягона буюртмачиси ҳисобланади.

Вазирликнинг ўз ваколатлари доирасида қабул қилинган қарорлари давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий ижро этувчи ҳокимият органлари, бошқа ташкилотлар ва уларнинг мансабдор шахслари ҳамда фуқаролар томонидан бажарилиши шарт.

Вазирликнинг асосий вазифаларига қуйидагилар киради:

- мамлакатни ривожлантиришнинг узоқ муддатли сценарийларини ҳисобга олган ҳолда инновацияларни ишлаб чиқиш ҳамда давлат ва жамият курилишига жорий этиш, шунингдек, жамият ва давлат тараққиётини таъминловчи илмий тадқиқотлар ва илғор технологияларнинг устувор ва истиқболли йўналишларини ривожлантириш стратегиясини белгилаш;

- тез ўзгарувчан жаҳон конъюнктурасини ҳисобга олган ҳолда иқтисодийнинг жадал ривожланишини таъминлаш бўйича стратегик ва олдиндан режалаштириш;

- аҳоли ҳаёт даражаси ва сифатини яхшилаш, унинг фаровонлигини оширишни таъминлаш бўйича давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятини ҳар томонлама таҳлил қилиш ва прогноз қилиш, шунингдек, мамлакат социал-иқтисодий салоҳиятининг барқарор ўсиши учун зарур шарт-шароитларни таъминлай оладиган фан ва инновацияларни ривожлантиришнинг замонавий инфратузилмасини шакллантириш;

- қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва интенсив ривожлантиришга йўналтирилган инновацияларни жорий этиш;

- социал ривожланишга, шу жумладан таълим ва соғлиқни сақлаш тизимига инновацияларни жорий этиш;

- атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва табиатдан фойдаланиш тизимига инновацияларни жорий этиш;

- давлат илмий-техник ва инновацион сиёсатининг устувор йўналишларини белгилаш ҳамда грант асосида фундаментал, амалий ва инновацион тадқиқотларнинг давлат илмий-техникавий дастурларини тасдиқлаш;

- мамлакатни ривожлантиришнинг узоқ муддатли сценарийларини ҳисобга олган ҳолда ноу-хауларни ишлаб чиқиш, инновацион фаолият ва рақобатбардош илмий-техника маҳсулотлари бозорини кенгайтиришга йўналтирилган замонавий технологияларни жорий этиш;

- инновацион ғоялар, ишланмалар ва технологияларни жорий этиш бўйича халқаро ҳамкорликни ривожлантириш ҳамда норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш.

Инновацион ривожланиш вазирлиги ўзига юклатилган вазифаларга мувофиқ қуйидаги функцияларни амалга оширади:

•мамлакатни ривожлантиришнинг узок муддатли сценарийларини ҳисобга олган ҳолда инновацияларни ишлаб чиқиш ҳамда давлат ва жамият курилишига жорий этиш, шунингдек, жамият ва давлат тараққиётини таъминловчи илмий тадқиқотлар ва илғор технологияларнинг устувор ва истиқболли йўналишларини ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқади;

•тез ўзгарувчан жаҳон конъюнктурасини ҳисобга олган ҳолда иқтисодийнинг жадал ривожланишини таъминлаш бўйича стратегик ва олдиндан режалаштиришни ташкил этади;

•аҳоли ҳаёт даражаси ва сифатини яхшилаш, унинг фаровонлигини оширишни таъминлаш бўйича давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятини ҳар томонлама таҳлил қилиш ва прогноз қилиш, шунингдек, мамлакат социал-иқтисодий салоҳиятининг барқарор ўсиши учун зарур шарт-шароитларни таъминлай оладиган фан ва инновацияларни ривожлантиришнинг замонавий инфратузилмасини шакллантириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқади;

•қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва интенсив ривожлантиришга қаратилган инновацияларни жорий этади;

•социал ривожланишга, шу жумладан таълим ва соғлиқни сақлаш тизимига инновацияларни жорий этишга кўмаклашади;

•атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва табиатдан фойдаланиш тизимига инновацияларни жорий этишни ташкил этади;

•давлат илмий-техник ва инновацион сиёсатининг устувор йўналишларини белгилаш ҳамда грант асосида фундаментал, амалий ва инновацион тадқиқотларнинг давлат илмий-техникавий дастурларининг амалга оширилишини таъминлайди;

•мамлакатни ривожлантиришнинг узок муддатли сценарийларини ҳисобга олган ҳолда ноу-хауларни ишлаб чиқиш, инновацион фаолият ва рақобатбардош илмий-техника маҳсулотлари бозорини кенгайтиришга

йўналтирилган замонавий технологияларни жорий этиш бўйича ишлаб чиқади;

- инновацион ғоялар, ишланмалар ва технологияларни жорий этиш бўйича халқаро ҳамкорликни ривожлантириш ҳамда норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш соҳасида амалий ишлар олиб боради.

Инновацион ривожланиш вазирлиги қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа функцияларни ҳам амалга ошириши мумкин.

Мамлакатда илмий ва инновацион фаолиятнинг ривожланишини фаоллаштириш, фан, таълим ва ишлаб-чиқаришнинг янада кенг интеграциясини таъминлаш, янги билимларни яратиш ва қўллаш, илғор инновацион ғоялар, технологиялар ва лойиҳаларни ишлаб-чиқиш ва жорий этишда илмий-инновацион салоҳиятдан ва илмий лаборатория базасидан самарали фойдаланиш бўйича шароитлар яратиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги ҳузурида илғор технологиялар марказини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-3674 сон қарори билан Инновацион ривожланиш вазирлиги, Фанлар Академияси ҳамда Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг «Юқори технологиялар ўқув-экспериментал маркази» Давлат корхонаси “Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги ҳузуридаги Илғор технологиялар марказига” айлантирилди.

Ушбу марказининг асосий вазифалари ва фаолият йўналишлари этиб куйидагилар белгиланган:

- фундаментал, амалий илмий тадқиқотларни ўтказиш ва илғор технологиялар бўйича инновацион ишланмаларни амалга ошириш;

- дунё талаблари ва стандартлари даражасида мақсадли илмий-техник ва инновацион дастурларни бажариш, ишлаб-чиқариш корхоналарида тадқиқот-синов ишларини бажаришга қўмаклашиш;

- олимлар ва тадқиқотчиларни ҳамкорлик қилишга жалб этиш учун зарурий шароитларни яратиш, илмий ҳажмдор маҳсулотлар ва

рақобатбардош маҳаллий инновацион технологияларни яратиш мақсадида фан, таълим ва ишлаб-чиқаришнинг ўзаро интеграциясини таъминлаш;

- иқтисодиёт соҳасида илмий ва олий таълим муассасаларининг янги истиқболли ғоялари ва инновацион ишланмаларини шакллантиришга кўмаклашиш, ускуналар ва инфратузилмадан ҳамкорликда фойдаланиш асосида юқори технологик инновацион ишлаб чиқаришларни ҳар томонлама кўллаб-қувватлаш;

- академик, олий таълим ва тармоқ фанлари билан ҳамкорликнинг самарали шакллари ривожлантириш, ҳамкорликда илмий-тадқиқотларини бажариш;

- халқаро даражада патентлаш имкониятига эга бўлган илмий ҳажмдор ва илғор технологияларни яратиш, янги инновацион маҳсулотларнинг намуналарини макетлаштириш, моделлаштириш, тайёрлашда ва уларни текширишда иштирок этиш;

- ёш олимлар томонидан илмий тадқиқотлар ўтказишнинг замонавий, дунё амалиётида илғор бўлган усул ва технологияларини ўзлаштиришлари мақсадида илмий-тадқиқот ва инновацион фаолият учун қулай шарт-шароитлар яратиш;

- маҳаллий ва хорижий илмий ва олий таълим муассасалари билан ҳамкорликда, шу жумладан инновацион фаолиятни ташкил этиш ва бошқариш, технологияларнинг трансфери ва интеллектуал мулк объектларини коммерциализациялаш масалалари юзасидан илмий конференциялар, семинарлар, тренинглар ва маҳорат дарсларини ташкиллаштириш;

- илмий фаолиятни натижадорлигини ошириш ва илмий тадқиқотларни ташкил этишнинг янги шакллари кўллаб-қувватлашга қаратилган янги услубий ишланмаларни амалиётга жорий қилиш учун информацион-коммуникацион технологияларининг имкониятларидан кенг фойдаланиш;

•халқаро илмий-техник ҳамкорлик шакллари ривожлантиришда иштирок этиш, хорижий ҳамкорлар билан биргаликда илмий-техник ва инновацион лойиҳаларни, шу жумладан халқаро дастурлар ва жамғармаларнинг грантларини жалб этган ҳолда бажариш.

Юқорида қайд этилган барча ташкилий-амалий ишлар Ўзбекистонда интеллектуал мулкнинг яратилиши унинг муҳофазаси бўйича қилинган муҳим ишлар ҳисобланиб, унинг равақига ўз ҳисасини қўшади.

13.3. Ўзбекистонда интеллектуал мулкнинг муҳофазаланиши

Жамиятда моддий ва номоддий неъматларни ишлаб чиқариш жараёнида интеллектуал ресурсларнинг иштироки доимо бор. Улар ҳам бошқа ресурслар каби қийматга эга ва мулк сифатида тан олинади.

Маълумки, инсонда “мен”, “меники” деган тушунчалар қадимдан кучли бўлган. Ҳар бир одамда ўз шахсини устун қўйиш ҳислати мавжуд. Ҳозирги замон бозор муносабатларида буни ҳисобга олмаслик мулк муносабатларлар тенденциясини тушунмасликдир. Ана шу тарихий ҳақиқат эътиборга олиниб мамлакатимиз Конституциясининг 36-моддасида ҳар бир шахс мулкдор бўлишга ҳақли эканлиги қайд этилган. Унинг 53-моддасида хусусий мулк бошқа мулк шакллари каби дахлсиз ва давлат ҳимоясида эканлиги, 54-моддасида эса мулкдор мулкига ўз хоҳишича эгалик қилиши, ундан фойдаланиши ва уни тасарруф этиши белгилаб қўйилган.

Инсоннинг интеллектуал фаолияти натижаси, яъни интеллектуал маҳсулот унинг интеллектуал мулки ҳисобланади.

Интеллектуал мулкнинг асосий манбаи—инсоннинг илмий-тадқиқот фаолияти, унинг билимига, илмига ва мамлакатнинг техник-технологик ривожланишига бўлган муносабати ҳамда мамлакатнинг илмий салоҳияти ҳисобланади.

Интеллектуал мулк —бу махсус товар. У олди-сотди объекти ҳисобланади. Интеллектуал мулк бозорида сотувчилар ва харидорлар махсус

товар ҳисобланган илмий ғоялар, техникавий янгиликлар, санъат ва адабиёт асарлари, хилма-хил ахборотлар олди-сотдиси юзасидан ўзаро муносабатда бўладилар.

Интеллектуал мулк бозорида илмий-техникавий янгиликлар харидор мулкига айланишшарти билан ёки ўз эгаси мулки бўлатуриб, вақтинча фойдаланиш шарти билан сотилади. Амалда, бу бозорда патент, лицензия ва ноу-хау олди-сотдиси рўй беради.

Интеллектуал мулк бозорида кўпинча инновацияларни жорий этувчи фирмалар фаолият юритишади. Улар инновацияларни топиш, сотиш ва ишлаб чиқаришга жорий этиш бўйича хизмат кўрсатишади. Ушбу бозорда инжинеринг ва консалтинг фирмалари қатнашади.

Интеллектуал мулк бозори мамлакатда фан-техника ривожига катта таъсир кўрсатади ва инновациялардан самарали фойдаланишга ҳисса қўшади.

Шуни таъкидлаш ўринлики, интеллектуал мулк бозорининг аҳамияти нафақат миллий, айти пайтда интернационал ҳамдир. Бугунги кунда илмий-техникавий янгиликларга бўлган талабнинг кескин ошиши, бу бозордаги муносабатларни мамлакатлараро даражасига кўтарди.

Интеллектуал мулк муҳофазасини Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Интеллектуал мулк агентлиги таъминлайди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 1 июлдаги “Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги интеллектуал мулк агентлиги фаолиятини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4380-сон қарорида агентликнинг асосий вазифалари этиб қуйидагилар белгиланган:

- интеллектуал мулк соҳасида ягона давлат сиёсатининг амалга оширилишини таъминлаш, ихтиролар, фойдали моделлар, саноат намуналари, товар белгилари ва бошқа интеллектуал мулк объектларини ҳуқуқий муҳофаза қилиш;

- интеллектуал мулк объектларининг ҳуқуқий муҳофазаси ҳолатини комплекс таҳлил қилиш, ушбу соҳани ривожлантириш бўйича аниқ таклифларни ишлаб чиқиш;

- интеллектуал мулк соҳасидаги ҳуқуқни қўллаш амалиётини изчил ва бир хилда таъминлаш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;

- интеллектуал мулк масалалари бўйича халқаро-ҳуқуқий ҳамкорликни, шу жумладан интеллектуал мулк объектларига бўлган ҳуқуқларни ўзаро муҳофаза қилиш ҳақидаги халқаро шартномаларни тузиш орқали йўлга қўйиш ва мустаҳкамлаш;

- интеллектуал мулк соҳасидаги илмий-тадқиқот ва бошқа ишларни ўтказишда иштирок этиш;

- жамиятда ҳуқуқий маданиятни юксалтириш ва интеллектуал мулкка нисбатан ҳурмат ҳиссини шакллантириш.

Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Интеллектуал мулк агентлиги интеллектуал мулк объектларига патент бериш ҳақидаги талабномаларни қабул қилади ва уларни экспертизадан ўтказди. Амалдаги қоидаларга мос келган илмий ғоялар, техникавий янгиликлар, санъат ва адабиёт асарлари Интеллектуал мулк агентлиги томонидан давлат рўйхатига олинади, патентлар берилади ва расмий ахборотнома нашр этилади.

Патент –иختиро учун алоҳида ҳуқуқ берувчи ҳужжат, яъни патент эгасининг розилигисиз ҳеч ким ихтиродан фойдалана олмайди. Фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлиш учун муаллиф билан оддий, алоҳида ёки тўлиқ лицензия олиш ҳақида шартнома тузиш лозим. Шартномага кўра оддий лицензияда, уни сотиб олганга, муайян шароитларда патентланган ихтиродан фойдаланиш имкони берилади, шунингдек, патент эгаси ундан фойдаланиш ва бошқа бировларга бериш ҳуқуқини сақлаб қолади. Шартномада келишилган алоҳида лицензияда сотиб олган шахсга шартнома доирасида фавқулодда ҳуқуқлар берилади. Бунда муаллиф ўз ҳуқуқидан маҳрум бўлмайди, бироқ уни бошқаларга тақдим эта олмайди. Тўлиқ лицензия ҳақидаги шартнома уни сотиб олган шахсга шу шартномада кўрсатилган

даврдда патент ҳуқуқларидан тўлиқ фойдаланиш имконини беради, иқтиро эгаси ўз ихтиросидан фойдаланиш ҳуқуқини йўқ қилади, яъни йўқотади.

Патент олиш жараёни, патент олувчининг маъсулиятлари ва эксклюзив³⁶ ҳуқуқлари турли мамлакатларда турличадир. Шундай бўлса ҳам, ҳар бир патент олиш учун ёзилган аризада ихтиронинг бирор-бир янгилик киритаётгани ҳақида маълумот бўлиши керак. Аксарият мамлакатларда берилган эксклюзив ҳуқуқлар бошқалар томонидан патентланган ихтирони рухсатсиз ясаши, қўллаши, сотиши ёки тарқатиши ҳолатларининг олди олинади.

Бутунжаҳон Савдо Ташкилотининг муаллифлик ҳуқуқлари бўйича шартномасига кўра, бу ташкилотга аъзо мамлакатларда ҳар қандай соҳадаги ихтиро учун патентлар мавжуд бўлиши зарур.

Юқорида қайд этилганидек, мамлакатимизда патент Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Интеллектуал мулк агентлиги томонидан ихтиро муаллифига ёки ариза бўйича ҳуқуқий ворисига берилади.

Кўпгина давлатлардаги қонунларига кўра, патент 15-20 йил муддатга берилади. Баъзи мамлакатларда ихтироларни ҳимоялаш вақти одатда камида 20 йил бўлиши керак.

Патент одатда шу патент чиқарилган мамлакат ҳудудида амал қилади. Халқаро амал қилувчи патентлар ҳам мавжуд. Баъзи мамлакатларда маълум бир соҳалардаги ихтиролар учун патент берилмайди.

Ўзбекистонда ихтиролар, фойдали модел, саноат намунасига нисбатан қўйиладиган патент олиш ҳуқуқини вужудга келтирадиган талаблар ҳамда Интеллектуал мулк агентлигининг бундай ҳужжатни бериш тартиби Ўзбекистон Республикасининг 1994 йил 6 майда қабул қилинган “Ихтиролар, фойдали моделлар ва саноат намуналари тўғрисида”ги қонунида белгилаб берилган.

³⁶Эксклюзив – мутлақ, бетакрор, ягона.

Юртимизда кўпгина ривожланган мамлакатлар қатори интеллектуал мулк муҳофазасининг ҳуқуқий асослари яратилгани, мулк эгаларининг барча ҳуқуқлари, қабул қилинган қонун ва қоидалар орқали тўла ҳимояланади.

Ҳозирги вақтда Ўзбекистонда бу борада жуда муҳим ишлар амалга оширилган. Жумладан: “Ихтиролар, фойдали моделлар ва саноат намуналари тўғрисида”ги, “Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товарлар келиб чиқиш жойларининг номлари тўғрисида”ги, “Селекция ютуқлари тўғрисида”ги, “Электрон ҳисоблаш машиналари учун дастурлар ва маълумотлар базаларини ҳуқуқий муҳофаза қилиш тўғрисида”ги, “Интеграл микросхемалар топологияларини ҳуқуқий муҳофаза қилиш тўғрисида”ги, “Фирма номлари тўғрисида”ги, “Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг қонунлари қабул қилиниши, шулардан келиб чиққан ҳолда, интеллектуал мулкларни соҳибига айланиш учун талабномалар бериш, уни кўриб чиқиш ва Давлат рўйхатидан ўтиш қоидаларининг яратилиши мисол бўла олади. Шу билан бирга Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузурида Интеллектуал мулк агентлигининг ташкил этилиши ва шу орқали саноат мулки, жумладан, ихтиролар, саноат намуналари, фойдали моделлар, товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари, товар келиб чиққан жой намуналарини, шунингдек, селекция ютуқлари, электрон ҳисоблаш машиналари учун дастурлар, маълумотлар базалари ва интеграл микросхемалар топологияларининг ҳуқуқий муҳофазаси соҳасида ягона давлат сиёсатини ишлаб чиқиш ва амалга оширишга иштирок этади.

Юқорида қайд этиб ўтканимиздек, интеллектуал мулк асосини фан-ижод, техника ва ишлаб чиқариш бўлиб, булар бир-бири билан чамбарчас боғланган. Энг янги илмий ижод маҳсулидан, унинг амалиётга тадбиқ этилишигача бўлган йўлни ташил этади.

Бундаги илмий-техникавий ривожланиш, миллий иқтисодиёт ишлаб чиқариш ва хизмат соҳасида иқтисодий қонунларига асосланган ҳолда,

мунтазам равишда фан ва техника ютуқларини амалиётда қўллаб бориш билан олиб борилади.

Илмий-техникавий ривожланишда, мамлакатдаги ихтирочиликга бўлган муносабат ўта муҳим ҳисобланади. Ихтироларнинг миллий иқтисодиётда қўлланилиши натижасида олинган иқтисодий самара илмий-техникавий ривожланишнинг ҳал қилувчи омилларидан ҳисобланади. Шунинг учун ҳам интеллектуал мулк бўлган ихтиро патентларнинг янги технология, техника сифатида миллий иқтисодиётга тадбиқи юртимиз иқтисодиётига ялпи ишлаб чиқариш суръатини жадаллаштиради.

Иқтисодиётимизнинг жадал ривожланиш вақтида мавжуд ва бўлажак интеллектуал мулкнинг муҳофазасига юртимизда катта эътибор берилаяпти, бунга айниқса юқорида келтирилган, мустақиллик йилларида қабул қилинган қонун ва қоидалар бунинг исботи бўла олади.

13.4. Ўзбекистоннинг халқаро интеллектуал мулк ташкилотлари билан алоқалари

Бугунги кунда интеллектуал мулкнинг яратилиши ва унинг ҳуқуқий муҳофазаси бўйича ишларнинг ташкиллаштирилиши дунё мамлакатларида давлат сиёсатида айланди. Чунки, ҳар қандай давлатнинг ривожланиш даражаси, унинг дунё ҳамжамиятидаги нуфузи, айнан интеллектуал мулк бўйича олиб бораётган ишлари қандай даражада олиб борилишига, янги техника-технологиялар яратилишига боғлиқдир.

Ўзбекистон ўзининг ривожланган интеллектуал мулк базаси, яъни интеллектуал капитали билан дунёга танилган мамлакатдир. У юқори мамлакали кадрлари билан Марказий Осиёдаги катта салоҳиятга эга бўлган илмий марказ ҳисобланади.

Ўзбекистон ўзининг фан ва технологиялари ривожланишини дунё ҳамжамияти билан ҳамкорликда, ўзаро келишув асосида олиб бормоқда. Жумладан, 1996 йил 20 декабрда Бутунжаҳон интеллектуал мулк ташкилоти (БИМТ) доирасида қабул қилинган Ижролар ва фонограммалар бўйича

шартнома ҳамда Муаллифлик ҳуқуқи тўғрисидаги шартнома 2019 йилнинг 17 июль куни Ўзбекистон Республикаси учун кучга кирди.

Дунёда 101 мамлакат ва Европа иттифоқи БИМТнинг мазкур икки шартномаси иштирокчиси ҳисобланади.

БИМТ Бирлашган Миллатлар Ташкилоти (БМТ) тизими таркибига 1974 йилнинг декабрь ойидан эътиборан кирувчи ихтисослашган муассасасидир.

Ушбу шартномалар «Интернет соҳасида БИМТ шартномалари» номи билан ҳам машҳур бўлиб рақамли муҳитда муаллифлик ҳуқуқи ва аралаш ҳуқуқлар ҳимоясининг асосий мезонларини белгилайди.

“Интернет соҳасида БИМТ шартномалари” муаллифлик-ҳуқуқий контентни интерактив тарзда етказиш, муаллифлик-ҳуқуқий ҳимояни чеклаш ва ижодий маҳсулотларни тарқатиш ва фойдаланишга имкон берувчи технологияларга кўмаклашиш каби соҳаларда янги технологик нуқтайи назардан мувофиқлашган ҳимоя тизимига замин яратган³⁷.

Мамлакатимизда “Ўзбекистон Республикасининг 1968 йил 8 октябрда Локарнода имзоланган Саноат намуналарининг халқаро таснифини таъсис этиш тўғрисидаги Локарно битимига қўшилиши ҳақида”ги, “Ўзбекистон Республикасининг 2000 йил 1 июлда Женевада Дипломатик конференция томонидан қабул қилинган Патент ҳуқуқи тўғрисидаги Шартномага қўшилиши ҳақида”ги қонунлар қабул қилинган.

Шунингдек, Ўзбекистон Рио Декларациясига, Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг иқлим ўзгариши, биологик турли хиллик, саҳроланишга қарши Конвенциясига, озон қатламини ҳимоялаш Вена Конвенциясига, хавфли чиқиндиларининг ташилиши ва чиқарилишини назорат қилиш Базель Конвенциясига қўшилиб ратификация қилган. Ўзбекистон Республикаси савдо маркаларини рўйхатдан ўтказиш тўғрисидаги Мадрид Келишувининг ҳам аъзоси ҳисобланади.

³⁷Ўзбекистон Бутунжаҳон интеллектуал мулк ташкилотининг икки универсал халқаро шартномаси иштирокчисига айланади. www.kun.uz / Ўзбекистон, 17.07.2019, 862

Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги (МДХ)га кирган давлатлар ҳудудида интеллектуал мулк соҳасида рўй бериши мумкин бўлган ҳуқуқбузарликнинг олдини олиш мақсадида Ўзбекистон махсус битимга қўшилди ва саноат мулкни ҳимоя қилиш бўйича –Россия Федерацияси (1995 йил 27 июнь), Грузия Республикаси (1996 йил 28 май), Қирғизистон Республикаси (1996 йил 24 декабрь), Қозоғистон Республикаси (1997 йил 2 июнь), Озарбайжон Республикаси (1997 йил 18 июнь), шунингдек, интеллектуал мулкни муҳофаза қилиш соҳасида Украина (1998 йил 19 февраль) ва Туркия Республикаси (1998 йил 13 апрель) билан иккитомонлама шартномалар тузди.

Демак, Ўзбекистонда социал-иқтисодий ривожланишга қаратилган кенг кўламли ишларни амалга оширишда интеллектуал мулкдан самарали фойдаланишга эътибор кучли бўлмоқда.

Таянч иборалар

Капитал, интеллектуал капитал, интеллектуал қобилият, интеллектуал алоҳият, билим, ижод, ижодий салоҳият, иқтисодий самара, рағбатлантириш, ихтиро, патент, саноат намуналари, товар белгилари, мулкчилик ҳуқуқи, муаллифлик ҳуқуқи, саноат мулки, халқаро шартномалар, халқаро - келишувлар.

Назоратвамуҳокамаучунсаволлар

- 1.Интеллектуал капиталнинг моҳияти ва таркибий тузилишини ёритинг.
- 2.Интеллектуал мулкни инновацияга айлантириш жараёнини шарҳлаб беринг.
- 3.Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқларни таърифланг.
- 4.Бутун жаҳон интеллектуал мулк ташкилотининг вазифаси нима?
- 5.Ўзбекистонда интеллектуал мулк муҳофазаси қай даражада?

14. Илмий кашфиётлар, ихтиролар ва лицензиялаш.

Режа

14.1. Илмий кашфиёт, ихтиро тушунчаларининг моҳияти ва уларнинг республикамиз инновацион иқтисодиётидаги аҳамияти

14.2. Патентлар лицензияларга эга бўлиш тартиби. Лицензия асосида инновацион фаолият юритиш

14.1. Илмий кашфиёт ва ихтиро тушунчаларининг моҳияти ва уларнинг республикамиз инновацион иқтисодиётидаги аҳамияти

Корхона рақобатбардошлигини сақлаб туриш учун, инновацион иқтисодиётини ривожлантириш шароитида, маҳсулотнинг мавжуд хусусиятларини яхшилаш, янги фойдали хусусиятларни қўшиш ёки мутлақо янги маҳсулотни яратиш учун доимий равишда ижодий ғоялар ёки ихтирочиларни жорий этиш талаб этилади. Корхоналарда техник муаммоларни янги энг мақбул тарзда ҳал қиладиган ғоя ёки концепцияни ишлаб чиқиш, шу ижодий ғоялар учун патентни олиш орқали шахсий, қонуний ҳимояланган техник устунликка айлантириш корхоналарга рақобат устунлигини тўхфа этади.

Кўпчилик одамлар ихтиролар ижодкорлик ёки ихтиро ёрқин илҳомни талаб қилади ёки бу чуқур илмий изланишлар, давлат ёки корпоратив тадқиқот лабораториялари ёки тадқиқот университетлари томонидан олиб бориладиган кенг қўламли тадқиқотлар билан боғлиқ деб ҳисоблашади. Биринчи марта Америка корпорациялари 1931 йилда индивидуал ихтирочиларга қараганда кўпроқ патент олди ва бу тенденция бугунги кунгача кучайиб борди. Шунинг таъкидлаш жоизки, патентланган ихтироларнинг аксарияти катта илмий ютуқлар эмас, унчалик катта бўлмаган, аммо мавжуд техникага нисбатан аниқ техник яхшилашишларни ўзида акс эттирадиган ишланмалар эди. Баъзи машҳур ихтиролар ҳам оддий технологиялар ёки оддий одамлар, мустақил ихтирочилар томонидан ишлаб чиқилган технологияни такомиллаштириш орқали яратилганини тарих

исботлайди. Кўп ҳолларда, таниқли ихтиролар тасодифий кашфиётлар, англашилмовчиликлар орқали келиб чиққан.

Баъзида корхоналар ўзининг тадқиқот ва ишлаб чиқиш салоҳиятига эга бўлмаса ҳам, ишлаб чиқаришда, кўпинча уни англамасдан, ишчилар маҳсулот билан ишлаш орқали ихтиро яратиши ёки уни муайян эҳтиёжларга мослаштириш заруратида дуч келиши мумкин. Ихтирочилик ғоялари корхонанинг исталган қисмида пайдо бўлиши мумкин. Ихтиролар учун, айниқса, унумдор тупроқ - бу бозор тенденциялари ва мижозларнинг янги эҳтиёжлари билан танишадиган ва бундай эҳтиёжларни қондириш учун техник эчимларни таклиф қиладиган маркетинг ва савдо хизматлари ҳисобаланди. Ихтирони патентлаш сабабларига ихтирони номоддий мулкка айлантириш орқали унинг ҳаётда қўлланиши устидан тўлиқ назорат қилиш имконияти ҳамда рақобат устунлигини таъминлаш, бозордаги мавқе ва кўшимча даромадга эга бўлиш имконияти ва бошқалар киради

Ихтиро ва инновация тушунчаларини ажратиш жуда муҳим. Ихтиро инновация бўлиши учун уни бозорга олиб чиқиш керак. Баъзи ихтироларнинг бозорга чиқиши учун йиллар талаб қилинади. Улар кўпинча бошқа кичик ихтиролар билан аралашиб ягона маҳсулот бўлиб чиқади. Мисол сифатида уяли телефонни олишимиз мумкин. Телефоннинг ўзи гарчи XX асрнинг бошларида яратилган бўлсада, ҳозирги ҳолатдаги мултифункционал даражага етгунча 80 йил талаб қилинди. Ўзбекистон республикасининг Ихтиролар, фойдали моделлар ва саноат намуналари тўғрисидаги қонунинг 5-моддасида ихтиро хусусиятлари келтирилади:

“Ихтиро сифатида кўрсатилган объект, башарти у янги, ихтирочилик даражасига эга бўлса ва уни саноатда қўллаш мумкин бўлса, ҳуқуқий жиҳатдан муҳофаза қилинади. Ихтиро, башарти у техника тараққиёти даражасидан маълум бўлмаса, янги деб ҳисобланади. Ихтиро, башарти у техника тараққиёти даражаси ҳақидаги маълумотлардан яққол аён бўлмаса, ихтирочилик даражасига эга бўлади. Техника тараққиёти даражаси ихтиро устуворлиги санасига қадар жаҳонда оммага ошкор бўлган ҳар қандай

маълумотларни ўз ичига олади. Ихтиронинг янгилигини аниқлаш чоғида бирмунча олдин топширилган ва қайтариб олинмаган талабномалар ҳам ҳисобга олинади. Башарти, ихтирога оид талабнома, шу ихтирога тааллуқли маълумот муаллиф, талабнома берувчи ёки улардан бевосита ёхуд билвосита ушбу маълумотни олган бошқа ҳар қандай шахс томонидан оммавий тарзда ошкор қилинган санадан бошлаб олти ойдан кечиктирмай Патент идорасига топширилган бўлса, бу ҳолат ихтиронинг патентга лаёқатлилигини тан олишга таъсир кўрсатадиган вазият сифатида эътироф этилмайди. Бундай ҳолда ушбу фактни исботлаб бериш вазифаси муаллиф, талабнома берувчи зиммасида бўлади. Курилмалар, усуллар, моддалар, микроорганизмларнинг штаммлари, ўсимликлар ва ҳайвонлар ҳужайраларининг турлари, илгаридан маълум бўлган курилмалар, усуллар, моддаларнинг, микроорганизмлар штаммларининг янги мақсадда қўлланилиши ихтиро сифатида эътироф этилади. Қуйидагилар ихтиро сифатида эътироф этилмайди:

- илмий назариялар ва математика усуллари;
- ҳўжаликни ташкил этиш ва бошқариш усуллари;
- шартли белгилар, жадваллар, қоидалар;
- ақлий операцияларни бажариш қоидалари ва усуллари;
- электрон ҳисоблаш машиналари учун алгоритмлар ва дастурлар;
- бинолар, иншоотлар, ҳудудларни режалаштириш лойиҳалари ва схемалари;
- эстетика талабларини қаноатлантиришга йўналтирилган, маҳсулотларнинг фақат ташқи кўринишига оид ечимлар;
- интеграл схемаларнинг топологиялари;
- ўсимлик навлари ва ҳайвон зотлари;
- жамоат манфаатлари, инсонпарварлик ва ахлоқ қоидаларига зид ечимлар.”

14.2. Патентлар лицензияларга эга бўлиш тартиби.

Лицензия асосида инновацион фаолият юритиш

Патентлар сотиб олиниши, сотилиши ёки лицензияга эга бўлиши мумкин. Патентлардан банк кредитини олишда гаров сифатида ҳам фойдаланиш мумкин. Патентлар потенциал инвесторларнинг эътиборини корхоналарга жалб қилиши мумкин, чунки сармоядорлар патентнинг мавжудлиги бошқа рақобатчилар учун тўсиқ эканлигини яхши билишади. Патентлар нафақат илмий ва технологик ривожланишга сармоянгизни ҳимоя қилиши ва шу билан инвеститсияларнинг даромадлилигини ошириш билан бирга, учинчи шахсларга сизнинг патентингиздан фойдаланиш учун лицензия бериш орқали даромадни ҳам таъминлаши мумкин. Аксарият венчур капитал фирмалар, инвеститсия банклари, молиявий таҳлилчилар ва бошқа инвесторлар патентнинг ижобий қийматини тан олишади.

Юқоридан кўриниб турибдики, янгиликнинг ихтиро сифатида тан олиниши учун унинг маълум бир соҳада бутунлай янги кашфиёт сифатида қабул қилиниши талаб этилади. Ҳудди шу қонуннинг тўққизинчи ва ўн биринчи моддаларида патент эгасининг ҳуқуқлари келтирилган: “Саноат мулкисининг объектига патент ёки дастлабки патент қуйидагиларга берилади: саноат мулки объектининг муаллифига (муаллифларига) ёки унинг (уларнинг) меросхўрига (меросхўрларига) ; муаллиф ёки унинг ҳуқуқий вориси томонидан патент ёки дастлабки патент бериш тўғрисидаги талабномада ёки саноат мулки объекти рўйхатдан ўтказилгунга қадар Патент идорасига топширилган аризада кўрсатилган жисмоний ва (ёки) юридик шахсларга (улар рози бўлган тақдирда); ушбу моддада назарда тутилган ҳолларда иш берувчига.

Хизматчи ўз хизмат вазифасини ёки иш берувчидан олган аниқ бир топшириқни бажариш муносабати билан яратган саноат мулки объектига патент ёки дастлабки патент олиш ҳуқуқига, агар бу ҳол улар ўртасидаги шартномада назарда тутилган бўлса, иш берувчи эга бўлади.

Башарти иш берувчи билан муаллиф ўртасида ушбу модда **иккинчи қисмидаги** қоидалар назарда тутилган бўлмаса, муаллиф талабнома топшириш ва патент ёки дастлабки патентни ўз номига олиш ҳуқуқига эга бўлади. Бунда иш берувчи саноат мулкининг тегишли объектидан ўз корхонасида патент эгасига шартномада белгиланадиган ҳақни тўлаган ҳолда фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлади.

Иш берувчи томонидан саноат мулки объекти махфий сақланадиган бўлса, у муаллифга мутаносиб миқдорда ҳақ тўлаши шарт, бу ҳақ миқдори шартнома асосида белгиланиб, мутлақ лицензиянинг бозор нархидан кам бўлмаслиги лозим.

Саноат мулки объектига патент ёки дастлабки патент, шунингдек уни олиш ҳуқуқи мерос бўлиб ўтади.

Патент эгаси саноат мулки объектига ўз хоҳишича эгалик қилиш ва уни тасарруф этиш ҳамда ундан фойдаланиш, башарти бундай фойдаланиш бошқа патент эгаларининг ҳуқуқларини бузмаса, шу жумладан бошқа шахсларнинг мазкур объектдан фойдаланишини тақиқлаб қўйиш мутлақ ҳуқуқига эгадир, бундай фойдаланиш ушбу Қонунга мувофиқ патент эгасининг ҳуқуқини бузиш ҳисобланмайдиган ҳоллар бундан мустасно.

Бир неча патент эгасига қарашли бўлган саноат мулки объектидан фойдаланиш борасидаги ўзаро муносабатлар улар ўртасида тузилган битимга биноан белгиланади. Бундай битим бўлмаган тақдирда, ҳар бир патент эгаси муҳофазаланган саноат мулки объектидан ўз хоҳишича фойдаланиши мумкин, лекин қолган патент эгаларининг розилигисиз объектга оид лицензия беришга ёки патент ёки дастлабки патентни ўзга шахсга топширишга ҳақли эмас.

Патент эгалари ўртасидаги низолар ўзаро муроасага келишнинг иложи бўлмаса, суд тартибида ҳал қилинади.

Патент эгаси фойдаланилаётган саноат мулки объектларига патент берилганлигини кўрсатувчи огоҳлантиргич тамғадан фойдаланиши мумкин.

Патент эгаси саноат мулки объектидан фойдаланиши шарт.

Патент ёки дастлабки патент рўйхатга олинган санадан бошлаб уч йил мобайнида патент эгаси саноат мулки объектидан бутунлай ёхуд етарли даражада фойдаланмаса, ушбу муҳофаза этилаётган саноат мулки объектидан фойдаланмоқчи ва фойдаланишга тайёр бўлган ҳар қандай шахс, башарти патент эгаси у билан лицензия шартномаси тузишдан бош тортган тақдирда, мажбурий оддий лицензия беришни сўраб судга илтимоснома билан мурожаат этиши мумкин.

Башарти патент эгаси саноат мулки объектидан бутунлай ёки етарли даражада фойдаланилмаганлигига узрли сабаблар борлигини исботлаб бера олмаса, суд айтилган лицензияни бериб, ундан фойдаланиш меъёрларини, тўлов миқдори, муддати ва тартибини белгилаб қўяди. Тўлов миқдори лицензиянинг бозор нархидан кам бўлмаслиги лозим.”

Лицензиялаш ҳам патентлашга ўхшаб номоддий мулк эгаси ҳуқуқларини тан олишнинг усули ҳисобланади. Лицензия бу патент эгасининг бошқа шахслар билан алоҳида ҳуқуқларининг бир қисмини сотиш (бериш) бўйича тузган ҳуқуқий битими (шартномаси) дир. Тегишли амалиётда келишувчи томонларни белгилаш учун қуйидаги умум қабул қилинган атамалардан фойдаланилади: Лицензиар – лицензия сотувчи. Лицензиат – лицензия сотиб олувчи. Лицензия савдоси – бу замонавий технологик алмашинув, демак, халқаро иктисодий муносабатларнинг ҳаракатлантирувчи кучдир

Таянч иборалар

Илмийкашфиёт, ихтиро, ғоя,лицензиялаш, техникэчим, ихтиролар бозори, лицензиялашбозори, ҳуқуқ,тижоратсирлари.

Назоратвамуҳокамаучунсаволлар

- 1.Илмий кашфиёт нима?
- 2.Илмий кашфиётлар объектлари ва уларни аниқлаш усулларини шарҳлаб беринг?

3.Ўзбекистон Республикасида илмий кашфиётларни муҳофазалаш қандай амалга оширилади?

4.Илмий кашфиётлар тўғрисидаги Ўзбекистон Республикасини қайси қонунларини биласиз?

5.Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётининг ривожланишида илмий кашфиётларнинг роли нималардан иборат?

15-мавзу: Инновацион иқтисодиётда менежмент стратегиялари

Режа:

15.1. Замонавий инновацион стратегияларнинг моҳияти ва турлари. Инновациялар маркетинги концепцияси.

15.2. Илмий тадқиқот, ишланма ва технологияларни натижаларини тижоратлашуви стратегиясини ишлаб чиқишда мақсадли бозор таҳлили.

15.3. Юқори технологик маҳсулотларнинг маркетинг хусусиятлари. Бозорга киришнинг диффузия модели. Юқори технологик маҳсулотлар харидорининг хусусиятлари. Бозорни баҳолаш. Чегаравий нарх. Нархни белгилаш усули.

15.4. Интеллектуал мулк бозори параметрлари инновациянинг тижорат потенциалини баҳолаш ва бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ахброт сифатида.

15.1. Замонавий инновацион стратегияларнинг моҳияти ва турлари. Инновациялар маркетинги концепцияси.

“Иқтисодиёт ва молия” электрон луғатида қайд этилишича: “инновация – бу фан ютуқлари ва илғор тажрибалардан фойдаланишга асосланган техника, технология, меҳнатни ташкил қилиш ёки бошқариш соҳасида киритилган янгиликлардир. Инновация – инновацион фаолият пировард натижаси бўлиб, қуйидаги кўринишларда амалга оширилади: – бозорда сотиладиган янги ёки такомиллашган маҳсулот; амалий фаолиятда қўлланиладиган янги ёки такомиллашган технологик жараён”.

Шунингдек, машҳур австриялик иқтисодчи олим И.Шумпетер инновацияларни тавсифловчи бешта ўзига хос ўзгаришларни келтиради:

- янги техника, янги технологик жараёнлар ёки ишлаб чиқаришнинг янгича бозор таъминотидан фойдаланиш;

•янги истеъмол хоссаларига эга бўлган маҳсулотларни хўжалик оборотига киритиш;

•пировард маҳсулот ишлаб чиқаришга қаратилган ишлаб чиқариш жараёнида янги турдаги хом ашёдан фойдаланиш;

•корхонани бошқариш таркиби ва уни моддий-техник таъминлаш тизимини ташкил қилишдаги ўзгаришлар;

•мазкур инновация пировард маҳсулотлари учун янги сотиш бозорларининг пайдо бўлиши.

Инновацияларнинг кенг доираси, корхоналар фаолиятига таъсири ва фойдаланишнинг синергетик тавсифи уларни таснифлашга қатъий ёндошувни талаб қилмоқда.

15.1.1-жадвал

Инновацияларнинг таснифланиши

№	Таснифлаш белгиси	Инновацияларни таснифий гуруҳлаш
1.	Натижаси инновациялар бўлган ФТТ босқичлари ва инновацияларни қўллаш соҳалари	Илмий, техник, технологик, ахборот, ташкилий-бошқарув, ижтимоий
2.	Инновацияларни амалга ошириш суръатлари	Жадал, секинлашган, ўсиб боровчи, бир текис, сакрашсимон
3.	Инновацияларни кўлами	Трансконтинентал, трансмиллий, минтақавий, йирик, ўрта, майда
4.	Инновацияларнинг амалиётдаги натижавийлиги	Юқори, паст, барқарор
5.	Инновациялар самарадорлиги шаклига кўра	Иқтисодий, ижтимоий, экологик, интеграл

15.1.1-жадвалда инновацияларнинг таснифи келтирилган бўлиб, уларни аниқ, тўла ва объектив баҳолаш, натижавийлигини аниқлаш ҳамда корхоналар иш амалиётида улардан ҳар бирининг жорий этилиш жараёнларини бошқариш усуллари танлаш имконини беради.

Назарий нуқтаи назардан инновацияларнинг ҳар хил турларини уларнинг қўлланиш соҳасидан келиб чиқиб, табақалашуви катта қизиқиш уйғотади. Улар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- техник, янги ёки такомиллашган хоссаларга эга маҳсулотларни ишлаб чиқаришда намоён бўлади;
- ташкилий-бошқарув, энг аввало, ишлаб чиқаришни, транспорт, сотиш ва таъминотни ташкил қилиш жараёнлари билан боғлиқ;
- ахборот, илмий-техник ва инновацион фаолият соҳасидаги рационал ахборот оқимларини ташкил қилиш, ахборот олишнинг тезкорлиги ва ишончлилигини ошириш вазифасини ҳал қилади;
- ижтимоий, меҳнат шароитларини яхшилашга, соғлиқни сақлаш, таълим, маданият муаммоларини ҳал қилишга қаратилган.

Умуман олганда, замонавий инновацион менежментида мақсади ва қўлланиш тавсифига кўра, корхоналар даражасидаги янгиликларнинг учта асосий гуруҳи ажратилади:

- 1) маҳсулотли янгиликлар, ишлаб чиқариш ёки муомала соҳасида истеъмол қилинадиган, сифат жиҳатдан янги маҳсулотларни ўз ичига олади;
- 2) технологик янгиликлар, ески ёки янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш ҳамда хизматлар кўрсатишнинг тубдан янги усуллари ёки технологияларини ўз таркибида мужассамлаштиради;
- 3) бошқарув янгиликлари, бунда бошқарув аппарати томонидан корхоналар фаолиятини такомиллаштириш жараёнида қўлланиладиган сифат жиҳатдан янгича ишлаш усуллари тушунилади.

Инновация жараёнлари бошланғич материаллар ва кўрсаткичларни такомиллаштириш ҳисобига иқтисодий кўрсаткичларни яхшилаш имкониятини яратади. Бу эса, маҳсулот ишлаб чиқариш ҳаражатларининг пасайишига ва сифатининг ошишига олиб келади.

Ю.В.Яковеснинг фикрича, “инновацион маҳсулотлар ҳар хил турларининг юқорида келтирилган таснифидан фойдаланиш ва уларнинг

амалга оширилиш хусусиятларини билиш мулкдорлар ва менежерларга қуйидаги имкониятларни беради:

- ҳар бир янгиликни аниқ идентификациялашни, бошқалари орасида унинг ўрни ҳамда имкониятлари ва чекланишларини аниқлашни таъминлаш;
- аниқ турдаги янгилик ва инновацион стратегия ўртасида самарали ўзаро алоқадорликка эришиш;
- янгиликларнинг тегишли ташкилий-иқтисодий механизмини ишлаб чиқиш ва уни ташкилот стратегик вазифаларини амалга ошириш мақсадида янгилари билан алмаштириш;
- янгиликлар тизимининг барқарорлиги ва мувозанатига таъсирини камайтириш имкониятини берадиган тегишли компенсацион (антиинфляцион тўсиқларни бартараф қилиш) механизмни ишлаб чиқиш”.

Замонавий инновацион стратегиялар товар модификацияси, ассортиментни янгилаш, эҳтиёжларни қондиришнинг янги даражаларига эришиш, сотиш ва хизмат кўрсатишнинг мукамал усуллари ва коммуникациялар шаклидан фойдаланиш назарда тутилади. Буларнинг ҳаммаси товар ва хизматларнинг сифат кўрсаткичларини ошириш учун шароит яратади.

Янгиликни жорий этишда корхоналар қуйидаги инновацион стратегиялардан бирини танлаб олади:

- хужумкор стратегия (бозорни янги соҳаларига ва бозор истиқболларига йўналтириш);
- ҳимояланиш стратегияси (рақиб фаолияти натижалари таҳлил қилингандан кейингина бозорга чиқиш);
- ҳазм қилувчи стратегия (янгиликларни бошқа компаниялардан харид қилиш);
- оралиқ стратегия (рақобатчилар ўртасидаги бозор ўрнини тўлдириш);
- бозорни яратиш (бозорни кенгайтирувчи янгиликларни жорий этиш);

- қароқчилик стратегияси (бозор фаолиятини камайтирувчи янгиликларни жорий этиш);

- мутахассис-дастурчиларни жалб қилиш.

Қоидага кўра, инновацион жараёнлар жорий этишни менежерларнинг қайси таркибий бўлинмаларда ишлов беришидан қатъий назар ишлаб чиқариш, ташкилий-технологик, маркетинг ва бошқарув фаолиятининг турли томонларини қамраб олади. Менежерлар, маркетинг бўйича мутахассислардан ташқари, инновацион жараёнларга оддий ходимлар ҳам туризм корхонасининг барча персонал ходимлари ҳам бевосита алоқадор ҳисобланади. Бундай вазиятда жорий этиш жараёни вертикал равишда юқоридан пастга йўналтирилади.

Агар янгиликлар муваффақиятли жорий этилса унда мазкур вертикалга истеъмолчилар ҳам қўшилади. Бу ҳолатда янгиликлар янада кенгрок тарқалиш имкониятини касб этади: янгиликларни муваффақиятли корхонага сотиш ҳажмини оширишга, мижозлар сонини орттиришга имкон беради ва бир вақтнинг ўзида рақибларда ҳам мазкур муваффақиятни такрорлаш истагини уйғотади.

Янги технологияларнинг ривожланиши ва уларнинг асосида тамомила янги товар ва хизматлар турларини сотиш тезлиги шунга олиб келмоқдаки, бозордаги вазият ва истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари тобора ўзгармоқда. Истеъмолчи нимани, қаердан, қандай кўринишда ва қандай нархда сотиб олишни иташини айтмоқда. Маркетинг концепциясини тушунишга янгича ёндашув яъни мақсадли гуруҳлар – стратегик бозор сегментидан потенциал мижозлар билан яқинроқ ишлашга асосланмоқда. Бозор тадқиқотлари ёрдамида бир хил истеъмолчилар гуруҳларини ажратиб, стратегик сегментларни аниқлаган ҳолда, корхона сезиларли миқдорда маблағлар тежаб қолади ҳамда мавжуд ва потенциал мижозлар билан келгуси алоқаларда кўпроқ унумдорликка эришади. Танлаб олинган бозор секторлари билан фаол коммуникациялар истеъмолчиларнинг катта қисми эътиборини жалб қилишга имкон беради ва уларнинг аксарияти компания мижозларига

айланади. Мана шу сабабдан XXI асрнинг бошларидан бошлаб турли тармоқларда бозор етакчиларининг кўпчилиги реклама, ПР, тўғридан-тўғри сотувлар, ички фирма муносабатлари учун жавоб берадиган бўлимларни бирлашган коммуникация хизматларига бирлаштириши рўй берди. Интеграцияланган маркетинг коммуникацияларидан фойдаланувчи компаниялар сони ўсмоқда. Инновацион фаолият йўналишлари энг аввало, ишлаб чиқаришни такомиллаштириш вазифалари ва имкониятлари билан эмас, балки истеъмолчиларнинг янги маҳсулот тавсифномалари борасида нималарни афзал кўришини ўрганиш натижалари билан белгиланиши лозим. Янги маҳсулот ишлаб чиқаришни ўзлаштиришда ушбу маҳсулотни лабораторияда синаб кўришга эмас, балки бозорда текшириб кўришга кўпроқ эътибор қаратиш керак.

Инновациялар маркетинг концепцияси бозори конъюнктурасини ўрганиш, инновацион лойиҳани бизнес-лойиҳалаштириш, уни амалга оширишдан тортиб инновацияларни бозорга ҳаракатлантириш, инновациялар диффузияси ва даромад олишгача бўлган бутун инновацион сиклнинг тизимли интеграциясини ифодалайди.

Инновациялар маркетинги объекти интеллектуал мулк, янги материаллар ва таркибий қисмлар, янги маҳсулотлар, янги жараёнлар, янги бозорлар, товар ва хизматларни силжитиш янги усуллари, бошқарувнинг янгича ташкилий шакллари ҳисобланади.

Инновациялар маркетинги истеъмолчи эҳтиёжларини яхшироқ қондириш, замонавий бизнесда устуворликни «функционал» маҳсулотлардан «инновацион» маҳсулотларга ўтказиш ҳисобига бозорни эгаллаб олиш имкониятини беради:

- функционал маҳсулотлар энг муҳим, зарурий эҳтиёжларни қондиришга хизмат қилади ва аксарият ҳолларда ҳарид жойига қараб ўтирмасдан ҳарид қилинади (керак бўлиб қолди — кўриб қолди — ҳарид қилди);

- инновацион маҳсулотлар эса, аксинча, техника ва моданинг сўнгги сўзини ифодалайди, уларга талабни олдиндан айтиш қийин, уларнинг

ҳаётийлик даври эса анча қисқароқ бўлади янги маҳсулот истеъмолчи аҳамиятга эга деб ҳисоблайдиган ҳар қандай янгилик киритиш ёки мавжуд товарни ўзгартиришни кўзда тутати. Бироқ янгилик даражаси турлича бўлиши ва бир неча поғонада кўриб чиқилиши мумкин. Корхона учун илгари ҳеч ҳам ишлаб чиқарилмаган товарлар инновацион товарлар бўлади.

Шундай қилиб, инновацион маркетинг мажмуи мақсадли бозорга ва инновациялар потенциал истеъмолчисига таъсир кўрсатиш, шунингдек, рақобат муҳити ва истеъмолчилар истакларидаги ўзгаришларга ўз вақтида жавоб қайтариш бўйича амалий чора-тадбирлар йиғиндисини ифодалайди.

15.2.Илмий тадқиқот, ишланма ва технологияларни натижаларини тижоратлашуви стратегиясини ишлаб чиқишда мақсадли бозор таҳлили.

Инновация фан, маданият, таълим ҳамда жамиятнинг бошқа фаолият соҳаларидаги иқтисодий, ҳуқуқий ва ижтимоий муносабатларни, ишлаб чиқариш фаолияти жараёнини такомиллаштиришга қаратилган илмий тадқиқотлар ва ишланмалар натижаларидан фойдаланиш оқибатида вужудга келади. Бироқ жамият инновацион ривожланишида фундаментал фанларнинг роли муҳимлигига қарамасдан, жаҳон илм-фанидаги фундаментал тадқиқотларнинг ижобий натижаси маълум бир фоизлардан иборат эканлигини унутмаслик керак. Мазкур ҳолатни ҳисобга олиб, яратилган янгиликларни бозорга чиқариш жараёни муҳим аҳамият касб этиб, уни инновацион маҳсулотларнинг тижоратлашуви, деб номлаш қабул қилинган. Шу билан боғлиқ равишда, дунёнинг кўпгина мамлакатларида устувор фундаментал тадқиқотлар асосан, конкурс асосида ажратиладиган давлат бюджети маблағлари ҳисобидан ҳамда қисман бюджетдан ташқари фондлар маблағлари ҳисобидан молиялаштирилмоқда.

Мазмунан олганда, инновацион жараён илмий билимларнинг инновацияга айланиши жараёнини ўзида мужассамлаштириб, уни

инновацион ғоялардан аниқ маҳсулот, технология ёки хизматларга қадар ўзгартириш ва амалда фойдаланишда тарқаладиган жараён воқеаларининг кетма-кет занжири сифатида тасаввур қилиш мумкин. ФТТдан фарқ қилиб, инновация жараёни жорий этиш, яъни бозорда янги маҳсулот, хизматнинг биринчи марта пайдо бўлиши ёки янги технологиянинг лойиҳа қийматига етказилиши билан якунланмайди.

Ховард Кен ва Э.Коротковнинг таъкидлашича, “инновацион соҳа инноваторлар, инвесторлар, рақобатбардош маҳсулотлар ёки хизматларни ишлаб чиқарувчиларнинг ўзаро таъсири тизимини ўзида мужассамлаштиради”.

Инновацион жараён инновацияларни яратиш, ўзлаштириш ва тарқатиш билан боғлиқ бўлиб, уларни яратувчилар (новаторлар) буюмнинг ҳаётий цикли ва иқтисодий самарадорлик каби мезонлар билан бошқарадилар. Инновацион фаолият стратегияси иқтисодий ёки ижтимоий соҳада бетакрорлиги тан олинадиган янгиликларни яратган ҳолда рақобатчилардан илгарилаб кетишга қаратилган.

Ҳар қандай инновацияни уни олиб борадиган инновацион жараённинг хусусиятларини ҳисобга олиб, ўрганиш лозимлигидан келиб чиқилса, илмий-техник янгилиги, ишлаб чиқаришга қўлланувчанлиги, тижорий амалга оширилувчанлиги каби хоссалари унинг учун муҳим аҳамият касб этади. Кўрсатилган хоссалардан исталганининг мавжудмаслиги хусусийлаштирилган корхона даражасидаги инновацион жараён пировард натижаларида салбий акс этади.

Инновацион жараённинг илмий-техник янгилиги, ишлаб чиқаришга қўлланувчанлигидан фарқ қилиб, тижорий жиҳати инновацияни бозор иштирокчиларининг реал эҳтиёжлари орқали анланган иқтисодий зарурият сифатида таърифлайди. Шу билан боғлиқ равишда инновацион жараён ташкилотчилари унинг моддийлаштирилиши ва тижоратлаштирилиши ўртасида аниқ чегарани кўришлари зарур. Агар инновация жараёнининг биринчи таркибий қисми инновациялар, кашфиётлар ва ишланмаларни

саноат маҳсулоти, меҳнат буюмлари ва воситалари, ишлаб чиқаришни ташкил этиш технологияларининг янги техник жиҳатдан такомиллашган турларига айлантириш билан боғлиқ бўлса, иккинчи таркибий қисми уларнинг даромад манбаига айланишини таъминлайди. Демак, илмий-техник инновациялар нафақат янгиликларга, балки бозор талабини қондириш лаёқати ва товар ишлаб чиқарувчиларга фойда келтириш имкониятига ҳам эга бўлиши керак.

Мухтасар айтганда, хусусийлаштирилган корхоналар фаолияти инновацион таркибий қисмининг мазмуни ва мақсади улар томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар рақобатбардошлиги даражаси ҳамда хорижий ва маҳаллий инвесторлар учун инвестицион жозибадорликни анча оширадиган турли томонларини ўзгартиришдан иборат.

Умумий кўринишда инновацион жараён схемасини куйидагича келтириш мумкин:

1. Инновацион жараённинг биринчи компоненти – новациялар, яъни янги ғоялар, билимлар – бу тугалланган илмий (фундаментал ва амалий) тадқиқотлар, тажриба-конструкторлик ишланмалар натижаси, бошқа илмий-техник натижалардир.

2. Инновацион жараённинг иккинчи компоненти бўлиб жорий қилинган ишлар, амалий фаолиятга киритиш, яъни новация ва янгиликларни киритиш инновация ҳисобланади.

3. Инновацион жараённинг учинчи компоненти бўлиб инновациялар диффузияси, яъни олдин ўзлаштирилган, қўлланилган инновациялар, бошқача айтганда, янги жойлар ва шароитларда инновацион маҳсулотлар, хизматлар ёки технологияларни қўллаш ҳисобланади.

Инновацияларни тижоратлаштиришда мақсадли бозор таҳлили муҳим аҳамиятга эга ва бозорда талабни ўрганиш ёки маркетинглар атамаси билан айтганда “истеъмолчини таҳлил этиш”- бозорлар ҳолатини таҳлил этишдаги биринчи босқич ҳисобланади. У уч таркибий қисмга бўлинади: бозор сегментацияси; истеъмолчи талаби сабабларини ўрганиш; қондирилмаган

эҳтиёжларни аниқлаш. Бозор сегментацияси талабни қондиришга табақаланган ҳолда ёндашувга, товарларнинг тури, сифати ва миқдорига кўра ҳар хил талаб қўядиган истеъмолчиларни гуруҳларга ажратишда турли мезонлар қўллашга асосланади, яъни бозор бир жинсли ҳодиса тарзида эмас, балки айрим-айрим сегментлар мажмуи тарзида, ҳар бир сегмент доирасида алоҳида ўзига хос бир талаб намоён бўладиган ҳодиса тарзида олиб қаралади.

Бозорда харидорларнинг маълум бир товарга бўлган талаблари хилма-хилдир, ҳар бир харидорнинг ўзининг диди бор. Харидорнинг талаби, хоҳиши, эҳтиёжи, турмуш тарзи, товар сотиб олишдаги хулқ-атвори ҳақидаги маълумотлар самарали маркетинг тадбирлари ишлаб чиқиш ва амалга ошириш имкониятларини вужудга келтиради. Яъни бозор сегментацияси харидорларнинг талабига мувофиқ товарни таклиф этилишини ва товарга талабни қатъийлигини таъминлайди.

Демак, харидорларнинг товарларни сотиб олишдаги хулқ-атворлари, талаби ва товарларга муносабатидаги хусусиятларига қараб, гуруҳларга ажратишни бозор сегментацияси дейилади.

Сегментларга ажратиш мезонларини танлаш кўп жихатлардан товар ёки хизматнинг турига, шунингдек корхона бозор фаолиятида ҳал қилмокчи бўлган масалага боғлиқ. Саноат товарлари ва кенг истеъмол товарлари учун танлов мезонлари бир-биридан жуда кескин фарқ қилади. Режалаштириш эҳтиёжларига жуда мос келадиган мақбул мезон товарни бозорда жойлаштириш масалаларига умуман тўғри келмаслиги мумкин. Мабодо муайян мезон харидорлар ўртасида пайдо бўлган фарқларни изохлаб беришга имкон бермаса, унда бошқа мезонни киритиш ва то бу фарқларни равшан аниқлашга қадар тадқиқотларни давом эттириш лозим.

Сегментлашнинг асосий мақсади бозордаги хатти-ҳаракатларни ўрганиб, уларнинг образини (моделини) ва келажакдаги эҳтиёж талабларни тасаввур қилишдан иборат.

Ҳозирги рақобатда ютиб чиқишнинг асосий шарти янги, юқори сифатли товар ва комплекс сервис техника хизматларни ҳамда самарали

сотиш усуллари кўлланишдан иборат бўлиб қолди. Ана шу талаблар асосида маркетинг тадқиқотларининг устувор тури истеъмолчиларни ўрганиш ва навбатида бозорни сегментлашдан бошланади, чунки бозор бир хил субъектлардан ташкил топган эмас.

Бозорни сегментлаш, бозорни ўрганишнинг асосий усулидир. Унинг ёрдамида бозор (унинг таркибий қисмлари) сегментларга бўлинади. Бозор сегменти-бу истеъмолчилар, товарлар, рақобатчиларнинг шундай ажратилган қисмики, улар учун умумий хусусиятлар ҳосилдир. Бозорни тўғри сегментлаш, шу сегментнинг спесирик эҳтиёжларига катий риоя қилинган ҳолда кам харажатлар билан товар етказиб беришни тўғри ташкил қилишдан иборатдир. Халк истеъмоли товарлари бозорини тадқиқ этишда маркетингга оид адабиётларда икки турдаги мезонлар қабул қилинади. Биринчиси харидорларнинг даромади, ёши, жинси, турар манзилгоҳи, оиланинг ҳаёт сикли, касби, турмуш тарзи ва шунга ухшаш умумий белгиларни ҳисобга олади. Мезонларнинг иккинчи тури сегментлашни ижтимоий гуруҳларнинг қадриятлари тизими ёки уларнинг маркетинг стратегиясининг, масалан, янги маҳсулот, янги сотиш тизими қаби воситаларига кўрсатадиган кизиқишлари асосида олиб боради. Амалиётда биринчи усул кўпроқ қулланилади, иккинчи усулни кўллаш қушимча қийинчиликларни келтириб чиқаради, чунки ижтимоий социология ва психология соҳаларида бевосита тадқиқотлар олиб бориш йўли билан махсус ҳисоб-китоб ишларини амалга ошириш талаб этилади.

Харидорларнинг муносабатини табақалаштирадиган асосий омил даромад ҳисобланади. Кўпгина мамлакатларда даромад бўйича уч гуруҳга сегментлашдан кенг фойдаланилади.

Биринчи гуруҳ, энг юқори даромадга эга бўлган харидорлар, амалда улар жами харидорларнинг 10 % ини ташкил этади. Улар энг олий навли товарларни харид этадилар, харид қуввати ҳамда ўз гуруҳи иззат нафси бунга имкон беради. Бундай гуруҳлар ҳар бир мамлакатда бор, уларнинг даромад миқдори шу мамлакатнинг умумий бойлигига боғлиқ бўлади.

Иккинчи гуруҳ - ҳар бир мамлакатдаги ўртача даромад эгаларидир, уларнинг сони жуда кўп, гарчи бу гуруҳ ичида яна узига хос табақаланиш бўлса-да, умуман олганда шу мамлакатда бозорнинг умумий стандартини белгилайдиган, ялпи товарларнинг асосий харидорлари шулар ҳисобланади.

Учинчи гуруҳ - бир шахс ҳисобига энг кам даромад оладиган харидорлардан иборат. Улар аксарият ҳолларда ижтимоий таъминотнинг турли қуринишларидан фойдаланадилар, уз даромадларининг 80 % ига яқинини асосий эҳтиёжларни қондиришга сарфлайдилар.

Амалиётда ёш мезонидан ҳам кенг фойдаланилади. Кейинги вақтларда бозорнинг энг авжланган секторига айланган ёшлар сектори худди шу мезонга асосланган ва бу сектор бозорда ўз иштироки учун кураш олиб бораётган жуда кўп корхоналар диққат-эътиборида туради. Жинс масаласи бозорни табиий равишда сегментациялашнинг омили ҳисобланади. Аёлларнинг эркакларга караганда бошқача ўз эҳтиёжлари бор, улар маркетинг стратегияси воситаларига ҳам турлича муносабатда бўладилар, шу сабабли одатда бозорда аёллар сектори ажралиб туради, кийим-кечак, пояфзал, косметика бозорларида бу секторнинг урни айниқса катта. Бозорни тадқиқ этишда кўпроқ макон омили эътиборга олинади, демак, истеъмолчилар хулқи, хатти-ҳаракатлари, муайян ҳудудлар (катта шаҳарлар, sanoat маркази, шунингдек туманлар)га мансуб бўлишини кўрсатадиган таъсир урганилади. Туманлар ўртасидаги ижтимоий фарқлар иқтисодиёт ривожланишига қараб юқолиб бориши, сакланиб қолиши ёки хатто кучайиб кетиши ҳам мумкин. Бу фарқлар табиий ва жамғарилган ресурслар, шунингдек ишчи кучи ресурслари билан боғланган, урбанизация жараёнларига таъсир кўрсатадиган тегишли асосий фондлар билан белгиланади. Фарқларни келтириб чиқарадиган яна бир омил - бу фан ва санъат марказларининг мавжудлиги ва уларнинг кенгайиб бориши ҳисобланади, уларнинг ижтимоий ва иқтисодий жараёнларга таъсири ҳамма

жойда юқори кадрланади. Маркетинг фаолиятида бу жихатлардан ташкари яна оила ҳаёти синкли деб аталмиш ходисага

асосланадиган сегментлаш ҳам мавжуд, яъни синкл босқичларига қараб оилада узига хос эҳтиёжлар ва даромад ҳажми вужудга келади.

Истеъмол бозори ва техник-ишлаб чиқариш мақсадидаги маҳсулот бозорларини сегментлаш, харидорнинг сифат марка, нарх, реклама, товар ҳаракати шартлари сақлаш ҳақидаги фикрлари асосида амалга оширилиши мумкин. Бозорнинг товар бўйичасегментланиши рақобатчилар учун сирли бўлган товар улчамларини, бу соҳадаги рақобатчилар фаолияти ва зафарларини сонини аниқлаш имкониятини компания ва фирмаларга беради. Бозор товарлар бўйича сегментланганда, шу товар фойдаланувчиларнинг гуруҳи, уларнинг йўналишлари, фойдаланиш мақсадлари, нисбатан аҳамиятли параметрларини аниқлаш имконини беради.

Бозорда истеъмолчи ўзини қандай тутиши, аввало, унинг товар, нарх ҳақидаги тасаввури, молиявий имкониятлари, диди, билим даражасига боғлиқ бўлади. Нарх тўғрисидаги қарор қабул қилишда сотувчининг хулқ-атвори уз фаолиятидан кутиладиган самара; воситалар обороти, фойдали савдо чегиришлари ва ассортимент самарасига боғлиқ бўлади. Рақобатчилар хулқ-атвори ишлаб чиқарилаётган товарларга нархларда, янги товарлар чиқариш ва уларни сифатини яхшилашда фойдаланади. Маркетингда харидорларни сегментациясида ишлаб чиқариш воситалари ва истеъмол бозорида икки хил ёндашув бор. Чунки бу икки хил бозордаги харидарлорнинг хулқ-атворлари ҳам ҳар хилдир.

Ишлаб чиқариш воситалари харидорлар маълум бир товарни корхона фаолиятини ва бозорни чуқур таҳлил қилиб, савдодан келадиган нафни аниқ билганларидан кейингина сотиб оладилар. Истеъмол буюмлари харидорлари сегментация белгилари жуда хилма-хилдир, бу белгиларни танлаш жараёни жуда мураккаб.

Географик белгилар узи маъмурий чегараланишини, ерни ҳолатига қараб бўлинишини, иклимий бўлинишларни уз ичига киритади. Масалан,

харидор қайси маъмурий территориал чегарада кўпроқ жойлашган. Республикамизда 13 та территориал бўлинмалар бор. Бу бўлинмалар бири-биридан аҳолини зичлиги, сони ва ижтимоий-иқтисодий даражаси бўйича фарқ қилади. Аҳолининг ҳам сотиб олиш имкониятлари ҳар хил. Шунингдек, бу территориал бўлинмалар ернинг ҳолатига қараб ҳам бир неча гуруҳларга бўлиниши мумкин. Масалан, серҳосил, серсув водийлар, янги узлаштирилган ерлар, дашт, чул, ярим чул зоналари. Ҳаридорларни сегментларга бўлишда Республикамизда ҳисобга олиниши зарур бўлган белгилардан яна бири, Аҳолини урбанизация даражасидир. Яна ҳозирги вақтда республика аҳолисининг факат 35-40 % игина шаҳарларда яшайди, қолган 60-65 % аҳоли эса қишлоқларда яшайди. Бу эса аҳолининг товарларга бўлган эҳтиёжларининг хусусиятини аниқлашга таъсир қилади.

Демографик кўрсаткичлар ҳам истеъмол буюмларига бўлган эҳтиёжларни шаклланишига катта таъсир этадиган фаолиятлардан ҳисобланади. Чунки харидорларнинг ёши ўзгариши билан товарларга муносабати ўзгаради. Республикамизда олиб борилаётган маркетинг фаолиятларида аҳоли асосан 5 гуруҳга бўлинади:

- мактаб ёшигача;
- мактаб ёшида;
- 18-30 ёшгача;
- 30-50 ёшгача;
- 50 ёш ва ундан катталар.

Бу бўлиниш республикамиз аҳолисини илмий-психологик хусусиятларидан келиб чиқади. Истеъмол буюмларига бўлган эҳтиёжларни шаклланишида мамлакатдаги оилаларни катта-кичиклиги муҳим аҳамиятга эга. Маркетингда асосан мамлакат аҳолиси оиласининг сони бўйича 3 гуруҳга бўлинади:

- 1-2 киши;
- 3-4 киши;

- 5 ва ундан юқорирок.

Маркетингни бошқаришда алохида этибор берилаётган сегментация белгиси - бу ҳаридорни сотиб олишдаги хулқ-атворидаги белгилари ҳисобланади. Филипп Котлер ўзининг китобида бир неча белгиларни кўрсатиб утади. Улар қуйидагилар: Товарни сотиб олиш сабабига кура доимий, алохида сабабларга кура.

Сотиб олишдан манфаатига кура. Сифати, хизмат кўрсатиш турлари. Иқтисод қилиш учун.

Фойдаланувчи сифатидаги урнига қараб:

- фойдаланмайдиган;
- олдин фойдаланган;
- доимий фойдаланувчи;
- янги фойдаланувчи;
- энди фойдаланмокчи бўлган;
- товарларга бўлган муносабатга қараб.

Юқорида айтиб утилган белгилар ҳаридорни ҳарактерини тула-туқис очиб беришга, уни товарга бўлган муносабати ва сотиб олиш имқониятини аниқлашга имқониятини аниқлашга ёрдам беради.

Бозор сегментацияси турлари. Бозорни сегментлаш маркетинг концепциясининг хусусиятларидан бири бўлиб, ҳаридор томонидан товарларнинг у ёки бу турини танлаш жараёнини таҳлил қилиш бозор сегментининг кўплигини ажратишга имқон беради.

Бозорни сегментларга бўлишни ўтказиш ҳаридорларнинг товарга талаблари ва ҳаридорлар тавсифлари тўғрисидаги энг мувофик билимларни талаб қилади. Бозорни сегментлаш сегментлашни ҳарактердан боғлиқлигига кўра истёъмолчилар турига кўра:

- макросегментлаш;
- микросегментлаш

- ичкарида сегментлаш;
- чукур сегментлаш;
- аввалдан сегментлаш;
- якуний сегментлаш.

Истеъмол товарлари истеъмолчиларини сегментлаш. Ишлаб чиқариш техник товарлар бўйича истеъмолчиларини сегментлаш. Икки турдаги товар истеъмолчиларини сегментлаш.

Бозор сизимини ўрганиш асосида ишлаб чиқариш қувватларини шакллантириш учун ва товар сотиш бўйича тақсимлаш тармоғи тузилиши учун асос бўлиб ҳисобланувчи унинг ўсиш динамикаси баҳоланади. Шунинг ҳисобга олиш керакки, яъни бозор фаолияти натижалари қўллаш, бозорда ишлаш боғлиқ ҳаражатларни қоплаб, режалаштирилган фойдани олишга қаролат бериши керак.

Сегментни жалб этиувчанлиғи тузилишни тадқиқ этиш рақобат даражасини ўрганишни, мавжуд маҳсулотлар рақобатбардошлигини, харидорларга муносабатини, тақлиф этилаётган ва мавжуд товарларга бўлган сегмент эҳтиёжини қарорлигини, мавжуд харидор эҳтиёжларини қондирувчи мутлақо янги маҳсулотни бозорга қилиш зарурлиғи ва имкониятини ўз ичига олади.

Ўзлаштирилган сегмент мақсадларига эришиш учун зарур бўлган ташкилотнинг мақсад ва ресурсларини аниқлаш стратегик муҳим аҳамиятга эга бўлиб, ташкилотни ўзоқ муддатли мақсадларига мос ҳолда жорий мақсадлари билан амалга ошириш ҳамда шунга мос ҳолда мақсадли бозорда ишлаш учун потенциал имконият ресурсларини етарлими ёки йўқлигини ўрнатиш учун зарурдир. Бунинг учун таваккалчиликни ҳисоблаш мақсадга мувофиқ. Ташкилотнинг таваккалчилигини ҳисоблаш учун махсус маркетинг, консалтинг компанияларини тақлиф қилиш мумкин.. Имконий бозор сегментлари сонини оптималлаштириш учун қонцентрилланган ва дисперсли услубларни ишлатиш мумкин. Қонцентрилланган услуб қелғусидаги яхши сегментни ахтаришга асосланган. У ўнча қиммат бўлмаган, лекин қатта

вақт ҳаражатларини талаб килади. Дисперсли услуб бир вақтнинг узида бир неча бозор сегментида ишлашни кузда тутди, кейинчалик маълум даврдаги фаолият натижаларини баҳолаш йўли билан самаралироқ бозор сегментини танлайди.

Фойдали бўлган сегмент жорий сотувнинг юқори даражасига, юқори ўсиш суръатига, юқори фойда нормасига, сотиш канали талабларига реал ва рақобатга чидамли бўлиши керак. Бозордаги фаолият стратегияларини асослашда уч турдаги стратегиялар ишлатилиши мумкин:

1. Дифференциалланмаган маркетинг
2. Дифференциалланган маркетинг
3. Концентрланган маркетинг

Амалиёт шуни кўрсатадики, бозор муносабатларини тикланиши ва шаклланиши даврида тадбиркорлик тузилишида кўплаб корхоналар дифференциалланмаган маркетинг стратегиясини ушлаб турди. Бу стратегия фирмани харидорларни харид жараёни ва товарга бўлган муносабат ҳамда мотивациясидаги турли-туманликка эмас, балки харидор эҳтиёжларида кизикишни умумийлигига мўлжални олади.

Бундай товарлар ва маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш орқали фирма ўз мақсадига харидорларни ўртача массасини қондириб эришиши мумкин. Стратегияни ишлатувчи фирмалар муваффақиятининг муҳим омили бўлиб стандартлаштириши ва товар ишлаб чиқаришни умумийлиги ҳисобланади. Дифференциалланмаган маркетинг стратегияси маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишда кам ҳаражатларни таъминлайди. Маркетингни замонавий концепциясида иккита стратегия кўрилади: дифференциалланган ва концентрланган маркетинг.

15.3. Юқори технологик маҳсулотларнинг маркетинг хусусиятлари. Бозорга киришнинг диффузия модели. Юқори технологик маҳсулотлар харидорининг хусусиятлари. Бозорни баҳолаш. Чегаравий нарх. Нархни белгилаш усули.

Иқтисодиёт глобаллашувининг янгича шароитида иқтисодий ривожланишнинг асосий белгиси ишлаб чиқаришнинг технологик усули ва уларнинг бутун жамият иқтисодий салоҳиятига таъсиридаги ўзгаришлар ҳисобланади. Кўпчилик замонавий тадқиқотчиларнинг маълумотларига кўра, бугунги кунда рўй бераётган инновацион ўзгаришлар нафақат жамиятнинг ишлаб чиқариш кучларини ўзгартиради, балки ижтимоий-иқтисодий жараёнлар тизимидаги марказий бўғинни ҳам ифодалайди. Инновацион ривожланиш концепциясига кўра, техника ва технологиялардаги инновацияларнинг ҳар бир янги авлоди ўзининг ижтимоий ҳаётдаги таъсир доирасини кенгайтиради. Агар XX асрнинг ўрталарида ҳукмронлик қилган технократик тенденциялар ва технологик детерминизм назариялари «технологик оқилоналик», технологияларнинг шубҳасиз фойдали эканлиги ва уларни амалга ошириш учун тадбиркорлик эркинлиги зарурлиги ҳақидаги тасаввурларга асосланган бўлса, инновацион ривожланишнинг замонавий назариялари ижтимоий ва ташкилий ўзгаришлар концепциялари билан жуда боғлиқдир. Технологик ўзгаришлар илмий тадқиқотлар йўналишларида, маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишда ўзгаришларга олиб келади, кўплаб ижтимоий ва ташкилий- бошқарув инновациялари юзага келишига сабабчи бўлади. Барча даражадаги инновацион тизимлар учинчи мингйилликда иқтисодий ўсиш янги модели шаклланишида ҳукмрон ғояга айланади. Уларнинг асосий таркибий қисмлари сифатида такрор ишлаб чиқариш жараёнининг барча босқичларида юзага келадиган, келиб чиқиши, янгилик даражаси, предметли-мазмунли тузилиши, иқтисодий жараёнларга таъсири бўйича фарқланадиган инновациялар намоён бўлади.

Рақобатнинг асосий воситасига капитал ресурслар ва моддий бойликларга эгалик қилиш эмас, балки инновацияларни ишлаб чиқишга жорий қилишдир. Шу боисдан технология асосий етакчи кучга айланади ва бизнеснинг ривожланишини белгилаб беради. У ҳаттоки кичик компанияларга ҳам халқаро бозорда катта ўйинчи бўлишга имкон беради. Бу кичик ва ўрта компаниялар учун инновацияларни амалга оширишда жуда

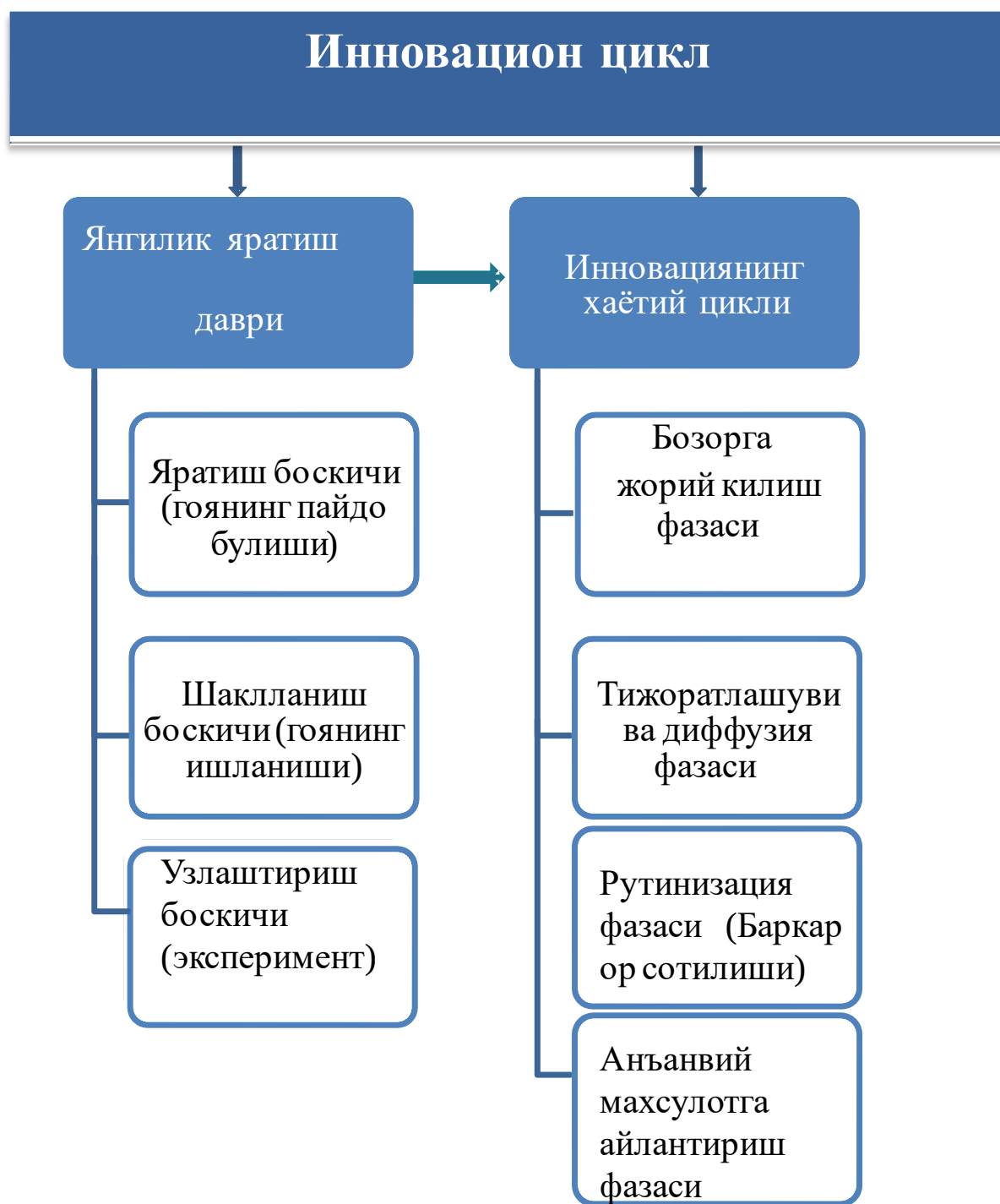
катта рағбатлантирувчи куч(стимул)дир. Йирик компанияларда персоналнинг жалб этлганлиги билан биргаликда истеъмолчига йўналтирилганлик бошқарувнинг лойиҳали услуби пайдо бўлишига олиб келди. Лойиҳа доимо муайян истеъмолчига йўналтирилади ва истеъмолчи мавжуд эканлиги сабабидан ҳам мавжуд бўлади. Бунда бошқарув меҳнатини тақсимлаш жараёнлари натижасида аср бошларида вужудга келган бошқарувнинг қатъий вертикал иерархик тузилиши ва ташкил қилишнинг иерархик поғоналари йўқолиб кетади, мослашувчан матрицали ташкил қилиш билан алмашинади. Рақобатли устунликлар инновацион омилининг муҳимлиги шундаки, ресурс омилидан фарқли равишда, у импортчи-мамлакатларга боғлиқ эмас ва экспорт пасайган ҳолларда маҳсулот чиқариш ички ишлаб чиқаришнинг ўсиши билан қопланади. Мана шу сабабдан давлатнинг иқтисодий сиёсати шундай ишлаб чиқилиши керакки, ишлаб чиқарувчилар ички бозорнинг кенгайиши биринчи навбатда шундай товарлар ҳисобига рўй бериши учун маҳсулот ҳаётийлик даврининг илк босқичларида ишлашдан манфаатдор бўлсин. Иқтисодиётнинг тармоқларида инновациялар ҳаракати каби рақобатли устунлик билан боғлиқ омиллар кўплиги ҳақида гапириш имконини берадиган тенденциялар мавжуд. Бу омиллар ички ишлаб чиқарувчилар маҳсулотларига талабнинг инновацион таркибий қисмлари билан ифодаланади. Биринчи навбатда, бу қаторга барча ички талаб омилларини киритиш лозим.

Маҳсулотнинг ҳаётийлик даври назарияси ҳам, М.Портернинг халқаро рақобат назарияси ҳам жаҳон бозорида янгилик киритишнинг йўли ички бозорни ўзлаштиришдан бошланишини рад этмайди, чунки янгиликлар киритишнинг ўзи аввалбошдан айнан ички истеъмолчилар томонидан амалга ошириладиган эҳтиёжларига боғлаб қўйилади. Шу сабабдан иқтисодиётнинг глобаллашуви шароитларида инновацион маркетинг биринчи навбатда ташқи эмас, ички бозорга йўналтирилади. Бошқача қилиб айтганда, «инновациялар ҳаракати» туридаги рақобатли устунликларни амалга ошириш учун ички бозор ҳаётийлик даври қисқа бўлган маҳсулотлар билан тўлдирилиши лозим.

«Инновация» тушунчаси илмий атамашуносликка XX асрнинг бошларида кириб келган бўлиб, дастлаб бир маданиятнинг айрим элементлари (урф-одатлар, ҳаёт фаолияти усуллари, жумладан, ишлаб чиқариш) бошқа маданиятга кириб боришини англатган. Ҳозирги пайтда инновацион муаммоларга дахлдор бўлган турли ўқув фанларида ушбу тушунча турлича мазмунда кўриб чиқилади. Масалан, социология маънавий ижод жихатига диққатни тортади ва инновацияни илмий ва ақлий фаолият нуқтаи назаридан кўриб чиқади. Бу меҳнат фаолияти мотивацияси ҳам, хулқ-атвор усуллари ҳам бўлиб, аввалгиларидан сифат жихатидан фарқ қилади. Иқтисодий тоифа сифатида «инновация» атамаси Й.Шумпетер томонидан таклиф этилган. Ўзининг «Иқтисодий ривожланиш назарияси» асарида у 1911 йил илк бора «янги комбинациялар», тадбиркорлик руҳи билан мотивацияланган ишлаб чиқариш омилларининг ўзгариши масалаларини кўриб чиққан ва инновацион жараёнга тўлиқ тавсиф ва таъриф берган. Й.Шумпетерга кўра, инновация асосий фойда манбаси ҳисобланади: «фойда, моҳиятан, янги комбинацияларни бажариш натижаси ҳисобланади», «ривожланишсиз фойда йўқ, фойдасиз ривожланиш йўқ». Инновацияларнинг асосий функциялари қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин: 1) инновациялар меҳнат фаолияти интеллектуаллашувига хизмат қилиб, унинг илмий сиғимини оширган ҳолда инсон салоҳияти ютуқлари, илмий-техник натижаларни ҳаётга татбиқ этиш канали ҳисобланади; 2) инновациялар ёрдамида ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва хизматлар доираси кенгайтирилади, уларнинг сифати яхшиланади, бу эса жамият эҳтиёжлари ва уларнинг қониққанлик даражаси ўсишига хизмат қилади; 3) инновациялар янги ишлаб чиқариш кучларини ишлаб чиқаришга жалб қилиш, маҳсулот ва хизматларни камроқ меҳнат, энергия ва материаллар сарфи билан ишлаб чиқариш имконини беради; 4) у ёки бу соҳада инновациялар рақобати такрор ишлаб чиқариш структурасини ўзгарган эҳтиёжлар структураси ва ташқи муҳит структурасига мувофиқ ҳолга келтиришга ёрдам беради. Шундай экан, инновациялар жамият ривожланиши асосий қонунларини амалга оширишнинг зарурий элементи,

унинг ривожланиш ва динамиклик шарти ҳисобланади. Жамиятда ташкилотларнинг ривожланиши улар фаолиятининг барча жабҳаларига дахлдор бўладиган хилма-хил инновацияларни ўзлаштириш йўли билан рўй беради.

Янги ғояларни қидиришдан тортиб улардан фойдаланишгача, сотилиши ва тарқатилишигача бўлган вақтдаги фаолиятнинг барча босқичлари йиғиндисини ҳисоблаш учун «инновацион давр» тушунчасини киритиш лозим.



15.3.1-расм. Иновацион цикл схемаси.

Иновацион давр (15.3.1-расм) янгиликнинг яратилиш ва мавжуд бўлиш вақтини ўз ичига олади. Бу янгиликдан инновациялар яртиш учун бир неча марта, унинг устига янгилик пайдо бўлган соҳадан жуда узоқ тармоқларда фойдаланиш мумкинлиги билан боғлиқ.

Янгиликни яратиш даври яралиш (инновацияларга эҳтиёж ва имкониятнинг англашилиши) ғоянинг пайдо бўлиши); шаклланиш (ғоянинг

ишланиши) ҳамда ўзлаштириш (ишлаб чиқаришга жорий этиш, тажриба) босқичларини ўз ичига олади.

Инновация амалий даври киритиш, тижоратлашув ва диффузия, рутинизация (янгиликларнинг барқарор сотилиши) ҳамда кенг тарқалиши ва анъанавий маҳсулотга айланишидан иборат бўлади.

Инновацион маҳсулотлар нархининг асосий функциялари бўлиб ҳисоб функцияси, тақсимот функцияси ва рағбатлантириш функцияси саналади. Нарх белгилаш – товарлар ва хизматлар нархини шакллантириш жараёнидир. Нарх шакллантиришнинг иккита асосий тизими ҳарактерлидир: талаб ва таклиф ўзаро муносабатлари асосида фаолият кўрсатадиган бозор нарх шаклланиши ҳамда давлат томонидан марказлашган нарх шакллантириш – нархларнинг давлат органлари томонидан шакллантирилиши. Бунда ҳаражатлар бўйича нарх шакллантириш доирасида ишлаб чиқариш ҳаражатлари ва муомала ҳаражатлари нархни шакллантиришга асос қилиб олинади. Ташқи контрагентлар билан ҳисоб-китобларда фирмалар асосан икки хил нарх туридан – оммавий ва ҳисоб-китоб нархларидан фойдаланади. Нарх шакллантириш тизимини шартли равишда олти босқични ажратиб кўрсатиш мумкин:

1. Нарх сиёсати мақсадларини белгилаш;
2. Фирма товарларига талабни аниқлаш;
3. Ҳаражатларни баҳолаш;
4. Рақобатчиларнинг товарлари ва нархларини таҳлил қилиш;
5. Якуний нарх ҳажмини белгилаш;

6. Нархларни давлат томонидан тартибга солиш чораларини ҳисобга олиш. Нарх шакллантириш тизими қоидага кўра бир неча босқичдан иборат бўлади. Биринчи босқич - нарх сиёсати мақсадларини аниқлашда - фирмалар «ўз товарларининг нарх сиёсати ёрдамида нималарга эришиш мақсадга мувофиқ?» деган саволга жавоб беришга ҳаракат қилади. Одатда бу мақсадлар сони бир нечта бўлади. Уларнинг орасида фирманинг бозорларда фаолият кўрсатишини таъминлаш, фойдани максималлаштириш, товар

айланмасини максимал даражада кенгайтириш, сотувни оптимал ошириш, киммат нарх белгилаш эвазига "қаймоғини олиш", сифатда етакчилик алоҳида ажралиб туради. Нарх сиёсатининг айтиб ўтилган мақсадлари ўзаро муносабатда бўлиб, доим ҳам мос келавермайди. Уларга эришиш, шунингдек, вақт бўйича ҳам ўзаро амал қилади. Иккинчи босқич – фирма товарларига талабни аниқлаш. Бу ерда гап умуман бозор сиғимини эмас, балки турли нарх даражасида қанча товар сотиш мумкинлигини аниқлаш ҳақида боради. Тахмин қилинаётган сотув ҳажмининг нарх даражасига боғлиқлигини аниқлай олиш керак, бу ерда асосийси – ушбу товарнинг турли нархларига талаб қандай жавоб қайтаришини комплексли таҳлил қилиш ҳисобланади. Талаб қанчалик кўп ҳаракатчан бўлса, товар сотувчиси шунчалик қимматроқ нарх белгилаши мумкин. Нарх шакллантириш жараёнининг учинчи босқичи – ҳаражатларни баҳолаш. Ҳаражатларни баҳолаш ва уларни пасайтириш йўллариини излаш – ҳар қандай тадбиркор учун мажбурий бўлган машғулотдир. Ҳаражатларни икки турга – доимий ва ўзгарувчан ҳаражатларга ажратиш қабул қилинган. Доимий ҳаражатлар бу – уларнинг ҳажми товар айланмасидан олинадиган тушум ва ишлаб чиқариш ҳажми одатий тебранишларига боғлиқ бўлмаган ҳаражатлардир. Ўзгарувчан ҳаражатлар эса бевосита маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ бўлади. Бу, асосан, хомашё ҳаражатлари ва иш ҳақи ҳаражатларидир. Доимий ҳаражатлар ва ўзгарувчан ҳаражатлар йиғиндиси умумий ҳаражатлар бўлиб, нархнинг қуйи чегарасини ҳосил қилади. Рақобатчиларнинг товарлари ва нархларини таҳлил қилиш энг мураккаб вазифалардан биридир. Бозор иқтисодиётида муайян битимлар бўйича нархлар ҳақида ахборот кўпинча ишлаб чиқарувчининг тижорат сири ҳисобланади ва бундай маълумотни олиш жуда қийин бўлади. Рақобатчиларнинг товарлари ва нархларини ўрганиш аниқ бир мақсадни – бепарволик нархи, яъни бунда ҳаридорга кимнинг – фирма ёки рақобатчилар товарларини ҳарид қилишнинг фарқи бўлмайдиган нархни топиш мақсадини кўзлайди. Бу нархни аниқлаш, уни асос қилиб олган ҳолда ниманинг эвазига бундай «бепарволик»ни бартараф

қилиш ва айнан сизнинг фирмангиздан товарларни харид қилишларига эришишга нима ёрдам беришини аниқлаш мумкин. Рақобатчиларнинг товарлари ва нархларини баҳолагач, нарх шакллантиришнинг кейинги босқичига – доимий фойдаланиладиган нарх белгилаш усулини танлашга ўтиш мумкин. Бозор томонидан нарх шакллантириш амалиётида энг тарқалган бундай усулларнинг бир нечтаси маълум:

- харажатлар усули;
- рақобатчига эргашиш усули;
- харажатлар-маркетинг усули.

Якуний нарх ҳажмини белгилаш босқичи харидорлар билан муайян музокаралар давомида амалга оширилади. Ушбу босқичда иккита асосий вазифани ҳал этиш: харидорлар учун ўзининг чегирмалар тизими яратиш ҳамда чиқарилаётган товарнинг ҳаётийлик даври босқичлари ва инфляция жараёнларини ҳисобга олган ҳолда келажакда нархларга тузатиш киритиш механизмини белгилаш лозим. Нарх шакллантириш усулларида бири танлаб олинган, нархга оид қарорни қабул қилиш - муайян нарх белгилаш зарур. Бу ерда психологик таъсир, турли маркетинг элементлари таъсири, нарх сиёсатининг таянч мақсадларига амал қилиш, белгиланадиган нархга эҳтимолий реакциясини таҳлил қилиш каби бир қатор жиҳатларни ҳисобга олиш керак. Психологик таъсирнинг роли шу билан белгиланадики, нарх кўплаб истеъмолчилар учун маҳсулот сифатининг асосий кўрсаткичи бўлиб хизмат қилади. Имидж яратувчи нархлар энг аввало, харидорнинг ўзини ўзи англашига таъсир кўрсатувчи маҳсулотлар учун характерлидир. Истеъмолчи унга ўзига хос, ноёб ва нуфузлироқ бўлиб кўринса, қимматроқ маҳсулотни ҳам афзал кўриши мумкин. Нарх шакллантиришнинг сўнгги босқичи – нархларни давлат томонидан тартибга солиш чораларини ҳисобга олишдир. Дунёнинг кўпчилик мамлакатларида нархлар ва уларнинг динамикасини давлат томонидан лимитлаш ёки тартибга солишнинг турли чоралари қўлланиб келган, қўлланмоқда ва келажакда ҳам қўлланилади. Фирма учун нарх шакллантириш масалаларини ҳал этишда давлатнинг чоралари фирма

фаолиятига ижобий ёки салбий таъсир кўрсата олишини албатта баҳолаш керак. Агарда товарларни чет элда сотиш кўзда тутилаётган бўлса, уларни сотиш режалаштирилган мамлакатларда товарларнинг патент тизимини баҳолаш ҳақида маълумотлар зарур бўлади.

Истеъмол йўналишидаги позициядан янги товарларни силжитишнинг асосий йўналишлари: товарни алмаштириш, товарни мавжуд ассортимент гуруҳларига қўшиш, янги ассортимент гуруҳлари, жаҳон учун янгилик саналган ва янги фойдаланиш соҳалари ва сотув бозорлари ҳосил қиладиган товарлар ҳисобланади. Қуйида инновацион маҳсулотга нарх белгилашнинг асосий усуллари келтирилган ва улардан амалий фойдаланиш кўрсатилган. Инновацион маҳсулотга нарх шакллантиришнинг асосий усуллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- "бозорда қаймоғини олиш" усули;
- бозорга кириб бориш усули;
- истеъмол қийматини баҳолаш усули;
- мақсадли даромад меъёри олиш усули;
- ҳаражатларни тез қайтариш усули.

Янгилик-товарларга нарх шакллантиришнинг шу ва бошқа усулларини шартли равишда икки гуруҳга ажратиш мумкин:

- ҳаражатли ёндашув (нарх маҳсулот таннархи ва рентабеллик нормативларига қараб белгиланади) гуруҳи;
- янгилик киритишнинг умумий фойдалилигидан келиб чиқадиган усуллар гуруҳи.

Нарх белгилашда асосий истеъмолчилар гуруҳининг эҳтимолий реакциясини ҳам ҳисобга олиш зарур. У ишлаб чиқарувчининг нуфузи ва истеъмолчининг умидларига қалин боғлиқдир. Истеъмолчи қимматроқ бўлсада, ўзини яхши томонидан кўрсатишга улгурган марказдаги маҳсулотни харид қилишни афзал кўриш эҳтимоли юқори. Бироқ бунда ҳаттоки ишлаб чиқарувчининг нуфузи юқори бўлган тақдирда ҳам жамоатчиликнинг

«ортиқча фойда» деб аталадиган салбий фикри шаклланишининг олдини олиш лозим. Бу истеъмолчи буюртмасини мақбул келадиган муқобил вариант мавжуд томон буриб юбориши мумкин. Инновацион маҳсулотга якуний нарх белгилаш масаласини ҳал қилишга киришишда шуни эсдан чиқармаслик керакки, унинг ҳажмини аниқлаш бозордаги вазиятни ва корхонанинг умумий стратегиясини ҳисобга олмасдан туриб амалга оширилиши мумкин эмас. Амалиётнинг кўрсатишича, якуний нарх ҳажми маркетинг бўлими, сотув бўлими, иқтисодиёт бўлими ва молия бўлими раҳбарлари томонидан белгиланиши лозим. Улардан ҳар бирининг нарх даражаси ҳақида ўз тасаввури бўлади ва баъзида муросага келиш учун кўп ишларни бажаришга тўғри келади. Инновацион маҳсулот нархини белгилашда ҳисобга олинадиган асосий омил рақобатчилар нархларини ўрганиш ҳисобланади. Реал ва потенциал рақобатчилар доимо ишлаб чиқаришдан олинадиган фойда ва нархлар структурасини баҳолашга ҳаракат қилади. Реал рақобатчилар худди шундай ёки бундан яхшироқ маҳсулот таклиф қилишга, потенциал рақобатчилар эса – агар уларнинг фикрига кўра фойда юқори бўладиган бўлса, бозорга киришга интилади. Нарх рақобатбардошлик таркибий қисмлари ичида энг сезиларлиси ҳисобланади, шундай экан, унинг ўзгариши тезроқ аниқланади ва жавоб тариқасидаги реакцияга сабабчи бўлади. Бошқа элементлар ўзгариши унчалик сезиларли бўлмаслиги мумкин, уларни аниқлаш ва жавоб тариқасидаги ҳаракатларни ташкил қилиш қийинроқ бўлади. Янги товар ёки хизматларга нарх белгилашда асосийси шундаки, нарх (товар ёки хизматларнинг ўзи каби) осон тушунилиши, мижоз нарх товар ёки хизматнинг «асл» қийматини акс эттиришини кўриши лозим, бу эса мижознинг компанияга бўлган ишончини оширади ва такрорий ҳаридларга олиб келади. Агарда гап янги товар ёки хизмат ҳақида борадиган бўлса, компаниянинг фаол сиёсати мижознинг ишонмаслик даражасини пасайтиради, мижозлар ишончини мотивациялайди. Инновацион маҳсулотлар нархини шакллантиришга ёндашувларни биринчидан, сотув объектига қараб, иккинчидан, инновацион фаолият

босқичига қараб тақсимла лозим бўлиб, бу маҳсулот ҳақидаги ахборот ҳажми ва уни деталлаштириш даражаси турлича эканлиги билан изоҳланади. А. Сотув объекти – инновацион жараён натижасида ишлаб чиқилган маҳсулот Дастлабки баҳолашда, концепцияни ишлаб чиқиш босқичида ва инновацион фаолият маҳсулотини ишлаб чиқишнинг илк босқичларида, маҳсулот ишлаб чиқариш технологияси, технологик номативлар номаълум бўлган, маҳсулот тайёрланадиган материаллар белгиланмаган шароитларда факт тахминий, йириклаштирилган нарх белгилаш усуллари қўлланиши мумкин, чунончи:

- параметрик усуллар;
- корреляция ва регрессия таҳлили усуллари.

15.4.Интеллектуал мулк бозори параметрлари инновациянинг тижорат потенциалини баҳолаш ва бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ахборот сифатида

Инновацион тизим шакллантиришнинг энг муҳим йўналишларидан бири мамлакат минтақаларини инновацион ривожлантириш ҳамда илмий тадқиқот ва ишланмаларнинг инновацион салоҳияти ва инновацион фаолликни баҳолаш ҳисобланади. Бунда инновацион фаоллик ҳудуднинг ривожланишини таъминлайдиган ягона омил саналадиган вазият юзага келиши мумкин. Ҳудудлар иқтисодиётининг инновацион ривожланиш йўлига ўтишини интеграл баҳолаш учун ушбу ҳудудларда амалий ИТТКИ босқичида бўлган, саноатда қўллаш ва ўзлаштириш башорат қилинаётган илмий тадқиқот ва ишланмалар маълумотларини экспертиза қилиш зарур. Экспертиза ўтказишнинг асосий мақсади – инновацион лойиҳалар маълумотларини инновацион турдаги иқтисодиётга ўтиш салоҳиятини шакллантиришга киритиш имкониятларини аниқлашдир. Экспертиза технологияси қуйидагиларни ўз ичига олиши зарур:

•ишлаб чиқилган ИТТКИ ва инновацион лойиҳаларнинг иқтисодий баҳоларини тавсифлайдиган кўрсаткичлар ишончилигини ҳисоб-китоб қилиш;

•ҳисоблаб чиқилган самарадорлик кўрсаткичлари:

- а) соф дисконтланган даромад (СДД);
- б) дисконтланган даромадлилик индекси (ДДИ);
- в) ўзини қоплаш муддати;
- г) ички даромадлилик меъёри (ИДМ) сифатини баҳолаш.

Лойиҳалар самарадорлиги ҳисоб-китобларининг ишончилигини баҳолаш инновацион лойиҳалар вужудга келтирадиган пул оқимлари ҳисоб-китоблари ва башорат нархларига асосланади.

Экспертиза ва инновацияларни танлашнинг кўп вариантли тизими асосида илмий ва технологик салоҳиятларни ривожлантириш ҳисобига ҳудудларни ривожлантириш иқтисодий кўрсаткичлари ва инновацион портфел ишлаб чиқилади. Бунинг учун амалий ИТТКИ босқичида бўлган ҳамда саноатда қўллаш ва ўзлаштириш мўлжалланган илмий тадқиқотлар ва ишланмаларнинг инновацион салоҳияти ўрганилади.

Илмий тадқиқотлар ва ишланмаларнинг инновацион салоҳиятини баҳолаш куйидаги кўрсаткичлар бўйича амалга оширилади. Илмий тадқиқотлар ва ишланмаларнинг инновацион салоҳиятини баҳолаш кўрсаткичлари Салоҳият таркибий қисмлари :

Кадрлар

1. Илмий-техник ходимлар (тадқиқотчилар, конструкторлар, технологлар, экспериментал база ишчилари), жумладан, фан докторлари, фан номзодлари ва илмий даражаси бўлмаган ходимлар умумий сони. 2. Ушбу илмий йўналиш бўйича ўртача меҳнат стажи. 3. Ушбу илмий йўналиш доирасида илмий мактаб мавжудлиги. 4. Ушбу илмий йўналиш мавзуларида диссертация ҳимоя қилган фан докторлари ва фан номзодлари сони

Ахборот:

1. Ушбу илмий йўналиш мавзулари бўйича чоп этилган нашрлар, жумладан, хорижда чоп этилган монография ва нашрлар сони.
2. Нашрлардан ситата келтиришлар, жумладан, хорижда.
3. Илмий анжуманларда иштирок этиш учун, жумладан, хориждан таклифлар сони.
4. Илмий йўналиш мавзулари бўйича кашфиётлар мавжудлиги
5. Илмий йўналиш мавзулари бўйича, жумладан, хорижда патентланган ихтиролар сони.
6. Сотилган лицензиялар сони.
7. Ушбу илмий йўналиш бўйича давлат миқёсида мукофот билан тақдирланган илмий натижалар мавжудлиги

Моддий- техник:

1. Молиялаштириш ҳажми, жумладан, давлат бюджетидан, бюджетдан ташқари фондлардан, бошка манбалардан.
2. Ушбу илмий йўналишда фойдаланиладиган, жумладан, хизмат муддат 5 йилдан кам бўлган илмий ва ишлаб чиқариш асбоб- ускуналарининг баланс қиймати
3. Илмий йўналишнинг асбоб-ускуналар ва материаллар билан таъминланганлик даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).
4. Ишчи майдонлар билан таъминланганлик даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).
5. Синов-экспериментал база билан таъминланганлик даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).
6. Ижтимоий муаммоларнинг ҳал қилинганлик даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).

Ташкилий- бошқарув:

1. Бошқарув объектига таъсир кўрсатишнинг устунлик қилувчи усуллари (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).
2. Кооперация мавжудлиги ва даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).

3. Илмий йўналиш доирасида бошқарувни ташкил қилиш даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).

4. Фойдаланилаётган тадқиқот усулларининг прогрессивлик даражаси (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).

5. Халқаро илмий кооперацияда иштирок этиш (шкала бўйича ўзини-ўзи баҳолаш).

Инновацион салоҳият ва уни алоҳида ҳудудлар ва кишилар ҳаёт фаолиятида амалга оширишнинг ижтимоий-иқтисодий натижалари ҳолати индикаторлар (кўрсаткичлар) тизими қуйидагиларни қамраб олади:

1) ички бозорда маҳсулот (хизматлар) умумий ҳажмида инновацион маҳсулот (хизматлар) улуши;

2) инновацион фаолиятни амалга оширувчи корхоналар улуши;

3) хўжалик айланмасида бўлган корхоналар номоддий активлари улуши (интеллектуал фаолият натижалари);

4) иқтисодиётнинг юқори технологияли сектори ривожланиши, унинг қайта ишлаш саноати маҳсулотлари ва хизматларидаги салмоғи, инновацион фаоллик;

5) билимлар секторига (жамиyat ва хусусий) инвестициялар ҳажми, жумладан, олий таълим, илмий-тадқиқотчилик ва тажриба- конструкторлик ишлари, шунингдек, дастурий таъминот ишлаб чиқиш ҳаражатлари;

6) ахборот ва коммуникация ускуналари, дастурий маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқиш ва чиқариш;

7) фан ва юқори технологиялар соҳасида банд бўлганлар сони;

8) ҳозирча янги юқори технологияли фирмаларни молиялаштиришнинг асосий манбаси ролини сақлаб келаётган венчурли капитал ҳажми ва структураси;

9) ИТТКИни молиялаштиришда хусусий капиталнинг иштироқи;

10) имий тадқиқотлар босқичлари бўйича ИТТКИ ҳаражатлар структураси;

11) мамлакатлараро билимлар оқими, шунингдек, фан ва инновациялар соҳасида халқаро ҳамкорлик;

12) фирмалар, илмий-тадқиқотчилик ташкилотлари ва университетлар ўртасида кооперациянинг кучайиши;

13) ихтирочилик фаолияти натижалари билан мамлакатлараро алмашинув;

14) АҚШ, Англия, Германия ва бошқа мамлакатларга ўқишга кетаётган талабалар, юқори технологиялар соҳасидаги олимлар ва муҳандислар ҳаракатчанлиги;

15) молиявий операциялар ҳажми, жумладан, тўғридан-тўғри чет эл инвестициялари оқимининг ортиши;

16) ахборот-коммуникация технологияларининг кенг тарқалиши, шахсий компьютерлардан кенг фойдаланилиши, ахборот- коммуникация секторининг бандлик ва иш ўринлари сонига ҳиссаси;

17) билимларга талаб ўсган ҳолда бозор хизматларининг ривожланиш даражаси;

18) юқори технологиялар соҳасида янги ишланмалар ва ихтиролар натижаларини патентлашнинг тезлашиши. Бу ишлар натижалари бўйича ҳудудлар иқтисодий ривожланишининг иқтисодий тури бўйича ишларни мувофиқлаштирувчи орган ташкил этилади. Ушбу орган фаолияти ҳудуддаги инновацион турдаги иқтисодиётга эришишга йўналтирилган барча илмий-тадқиқотчилик ташкилотлари ва корхоналарнинг бевосита иштирокида амалий йўналишга эга бўлиши лозим.

Барча фаолият турлари, жумладан, инновацион фаолият турлари бирон-бир натижага йўналтирилган бўлиши, яъни маълум бир самарадорлик ва унумдорлик билан тавсифланиши лозим, чунки улар ресурслар сарфлайди ва маълум бир натижага олиб келади. Айнан инновацион фаолликдаги тафовутлар бошланғич шарт- шароитлар бир хил бўлган ҳолда инновацион натижаларнинг турлича бўлишини асослаб беради. Инновацион фаолият

структураси ихтисослашган бўлинмалар ва муваққат ижодий жамоаларда ишлар бажаришни ўз ичига олиши лозим.

Таянч иборалар

Менежмент, концепция, стратегия, инновацион стратегия, илмий тадқиқот, ишланма, технология, тижорат, маҳсулот, диффузия модели, баҳо, нарх, интеллектуал мулк, потенциал, бошқарув қарорлари, ахборот.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

- 1.Инновацион стратегияларнинг моҳиятини ёритинг.
- 2.Замонавий инновацион стратегияларнинг турларини санаб беринг.
- 3.Инновацион менежмент концепциясини шарҳлаб беринг
- 4.Илмий тадқиқот ва ишланмалар натижаларининг тижоратлашуви қандай тавсифланади?
- 5.Янги маҳсулот ва технологияларнинг бозорга кириш стратегиясини ёритинг.

16-мавзу: Инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш

Режа

16.1. Инновацион маркетинг моҳияти ва инновацион фаолиятни ташкил этиш жараёнлари

16.2. Инновацион маркетингга таъсир этувчи омиллар ва инновацион маркетинг фаолияти самарадорлиги

16.3. Инновацион бозорда рақобатни бартараф этиш чоралари

16.1. Инновацион маркетинг моҳияти ва инновацион фаолиятни ташкил этиш жараёнлари

Ҳозирги замон маркетинг адабиётларида маркетингнинг жуда кўп таърифлари берилади. Улардан энг муҳимлари қуйидагилар:

“Маркетинг – фирма тадбиркорлик фаолиятининг ҳамма томонларини бошқариш жараёнидир”.

(П.Друкер. Менежмент амалиёти. 1973)

“Маркетинг – рақобат шароитида фирманинг стратегияси ва тактикасини белгилайдиган замонавий бизнес фалсафасидир”.

(Маркетинг асослари. АҚШ, 1984)

“Маркетинг – малакали бозор қатнашчиларининг асосий тартиб-интизомларидан биридир. Улар бозорни қандай қилиб тасвирлаш, қандай қилиб уни сегментларга бўлиш, мақсадли бозор доирасида истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари ва талабларини баҳолаш, бозорда керакли бўлган истеъмол хусусиятлари бўлган товарни яратиш ва синашни, нарх воситасида товарнинг қимматлилиги ғоясини истеъмолчиларга етказишни, товар ҳаммага қулай бўлиши ва яхши танилиши учун тажрибали воситачиларни танлашни, истеъмолчилар товарни ташишлари ва уни олиш иштиёқида бўлишлари учун товарни реклама қилиш ва силжитишни билиши керак. Бозорнинг малакали қатнашчиси, албатта, кенг билимга кўникмага эга бўлиши керак”.

(Ф.Котлер. Маркетинг асослари. 1990)

Демак, маркетинг – жуда серқирра жараёндир. Бу бозор муносабатлари субъектларининг, шунингдек, таъминотчилар амалий иқтисодчилар, олимлар, бутун ташкилотлар, ҳатто ҳукумат идораларининг бозор фалсафаси, фикрлаш стратегияси ва тактикаси, фаолиятidir. Бошқа томондан, маркетинг ҳаракатчан, ўзининг қўлланилиши, фаолият кўрсатиш вақти, атрофидаги бозор муҳитининг параметрлари ва албатта, мақсадли истеъмолчилар гуруҳларига боғлиқ ҳолда ўзгаради. Маркетинг кўрсатмалар тўплами, фаоллик кўникмаларининг дастури эмаслиги аён. У фақатгина комплекслик ва тизимлилик шартлари билангина маҳсулдор бўлиши мумкин. Маркетингнинг моҳияти шундан иборатки, у нафақат ишлаб чиқаришни такомиллаштиришнинг энг муҳим йўналиши, балки мураккаб ижтимоий-иқтисодий жараён ҳамдир.

Бошқа сўз билан айтганда, маркетинг харидорга у хоҳлайдиган нарсани таъминлаб, бунда оқилона нархни белгилаб ва товарларни унга қулай бўлган жойда ва керакли миқдорда харид қилиш имкониятини бериш орқали муваффақиятга эришиш мумкинлигига ҳаммани ишонтиради.

Шунинг учун маркетинг эҳтиёжларини аниқлаш ва ишлатиш, ушбу эҳтиёжларга мувофиқ маҳсулот ва хизматлар сифатини ошириш ва такомиллаштириш ҳамда шунинг асосида корхонанинг тижорат мақсадларига эришишни таъминлаш усули деб ҳам белгилаш мумкин.

Охирги вақтларда маркетинг предмети тушунишга икки хил ёндашув маълум бўлиб қолди: “кенгайтирувчи” ва “чекловчи”. Кенгайтирувчи нуқтаи назарга кўра маркетинг предметига ижтимоий-иқтисодий ва технологик жараёнларнинг макроиқтисодий муаммоларидан бошлаб тор молиявий доирадаги муаммоларгача қарийб ҳамма спектри киритилади.

Инновацион маркетинг – фирма маҳсулотининг максимал сотилиши, экспорт маҳсулотларининг максимал самарадорлигига эришиш ва бозор улушини кенгайтиришга йўналтирилган фирма фаолиятини бошқариш ва ташкил қилиш тизимидир ёки маркетинг – бу сотишни яратиш ва истеъмолчиларни сотувга товарлар ва хизматларни уларнинг талабларига мос

ҳолда чиқариш орқали қондириш мақсадида ўтказиладиган чора-тадбирлар йиғиндисидир.

Инновацион маркетинг фаолияти тажрибаси қуйидаги ҳолатларни ифодалашга имкон беради:

Инновацион маркетинг фаолиятига ўтиш автоматик тарзда рўй бериши мумкин эмас – кўпчилик ўзбекистонлик корхоналар жуда катта тайёргарлик ишларига муҳтож.

Маркетинг услублари асосида ишларни амалга оширишнинг ягона универсал схемаси мавжуд эмас. Маркетинг йўналиши ва моҳияти корхонанинг фаолияти хусусиятларига, унинг ички имкониятлари ва у фаолият кўрсатаётган ташқи шароитларга боғлиқ ҳолда белгиланади.

Товарнинг бозор муваффақиятини таъминлаш бўйича фақатгина уни сотиш бўйича амалга ошириладиган чора-тадбирлар, одатда чегараланган натижаларга олиб келади. Шунинг учун корхонанинг истиқболли товарларни яратиш бўйича ғояларни тўплашдан тортиб бозор имкониятларини йўқотган товарларни ўз вақтида ишлаб чиқаришдан олишгача бўлган бутун фаолияти маркетингга бўйсундирилган бўлиши керак.

Маркетинг юқори малакали ходимлар штатини талаб қилади. Фикрламайдиган ижро этувчилар ўрнига ижодий ёндашадиган, қуйилган вазифаларни ечишнинг энг самарали йўллариини излашга йўналтирилган тадбиркор кишилар керак.

Маркетинг товар ишлаб чиқарувчиларга бозорга мўлжалланган хатти-ҳаракатларнинг аниқ истиқболини беради, ушбу хатти – ҳаракатларга мақсадли ва мувофиқлаштирилган тўс беришга имкон яратади.

Инновацион маркетинг концепциялари тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг ҳар хил босқичларида унинг йўналишини белгилайдиган қарашлар тизимидан иборатдир. Шу билан бирга инновацион маркетинг концепцияси деганда фирманинг, ташкилотнинг ёки кишининг истеъмолчиларга мўлжалланган, интеграцияланган мақсадли фалсафаси тушунилади.

Инновацион маркетинг концепциялари қуйидагилар:

Ишлаб чиқаришни такомиллаштириш концепцияси ўз ҳаракатини маҳсулот ишлаб чиқариш самарадорлигига, маҳсулот бирлигининг таннархини пасайтириш мақсадида ишлаб чиқариш – технологик жараёнларнинг оптималлашувига қаратади. Бошқа сўз билан айтганда, кенг тарқалган ва нарх жиҳатидан қулай бўлган товарларга нисбатан марҳаматли бўладилар. Шунга кўра бу концепция эътиборининг асосий объекти қилиб ишлаб чиқаришни такомиллаштириш ва тақсимот тизимининг самарадорлигини танлади. Мақсадга эришишнинг етакчи воситалари сифатида ишлаб чиқариш миқёсларини кенгайтириш ва маҳсулот таннархини камайтириш тавсия этиларди.

Товарни такомиллаштириш концепцияси маҳсулотнинг истеъмолчилик хусусиятларини оширишга алоҳида аҳамият беради. Бунда асосий тезис сифатида истеъмолчилар энг юқори сифатли, энг яхши эксплуатацион хусусиятларга эга бўлган товарга нисбатан хайрихоҳ бўладилар, деган тушунчани илгари сурадилар. Асосий диққат – эътибор товарга қаратилади, шунинг учун ҳам маркетинг ҳаракатлари товар сифатига, аниқроғи унинг модернизациясига қаратилди.

Тижорат ҳаракатларини жадаллаштириш концепцияси сотиш ва сотилишларни рағбатлантириш соҳасила етарли ҳаракатларни амалга оширмаса, истеъмолчилар фирманинг товарларини керакли миқдорда сотиб олмайдилар, деб ҳисоблайди. Фирманинг асосий мақсади – сотилишлар ҳажмининг ўсиши ҳисобига фойда олиш. Эътиборининг асосий мақсади – сотиш ва хизмат кўрсатиш технологияси ва сотишни рағбатлантириш бўйича тижорат жараёнларини жадаллаштириш.

Вақт ўтиши билан маркетинг моҳияти товар ва нарх сиёсати, тақсимлаш, силжитиш ва сотиш жараёнларининг мажмуи сифатида тобора кўпроқ тушунилиб бораёпти. “Маркетинг аралашмаси” деб таржима қилинган махсус “маркетинг – микс” атамаси киритиляпти. Кейинги умумий маркетинг концепциясида маркетинг – микс концепциясига айланади, асосий

этибор истеъмолчилар эҳтиёжларига ва уларнинг самарали қондирилишига қаратилади. Энди якуний натижага эришиш, яъни фойда олиш, товар ва бошқа бир қатор омиллар ва маркетинг ҳаракатлари воситасида (маркетинг – микс) истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришга узвий боғланиб қолди.

Маркетинг ривожланишининг учинчи энг сифатли босқичи тахминан 80 – йилларнинг ўрталарида бошланди ва ҳозирги вақтда ҳам давом этмоқда. Бу ерда стратегик, ижтимоий йўналтирилган, индивидуал маркетинг, маркетинг муносабатлари, катта ижтимоий гуруҳлар маркетинги – мезо ва мегамаркетинглар концепциялари ҳукмронлик қилади.

Стратегик маркетинг концепцияси асосида истеъмолчилар ва рақобатчиларга йўлантирилганлик ётади. Стратегик маркетинг мазмуни истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш ва бир вақтнинг ўзида яхшироқ истеъмол хусусиятларига эга бўлган товарни яратиш ёки пастроқ нарх қўйиш орқали рақобатчиларга нисбатан устунликка эришишдан иборат. Рақобатчиларга йўналтирилганлик истеъмолчиларга йўналтирилганликка зид бўлмайди. Аксинча, уни кўчайтиради, чунки корхоналар шундай шароитга қуйилганки, бозор эҳтиёжларини қондириш ишлаб чиқариш, харажатлар ва бошқа соҳалардаги ҳамма ютуқларни максимал ҳисобга олишни талаб қилади.

Ҳозирги вақтда жамият томонидан ҳал этилаётган йирик иқтисодий, хомашёвий, энергетик ва бошқа муаммолар жамият эҳтиёжларини ва иқтисодий ресурсларга йўналтирилганликни кучайтириб, маркетингининг истеъмолчилик концепциясини анча ўзгартириб юборди.

Ижтимоий – ахлоқий маркетинг концепцияси шаклланиб бормоқда. У нафақат битта шахснинг, балки бутун жамият эҳтиёжларини қондиришга қаратилган. Корхона фойдаси, харидор эҳтиёжлари ва жамият манфаатларининг ўзига хос мувофиқлашуви ва ўзаро боғланиши содир бўлади.

Ижтимоий – иқтисодий маркетинг билан боғлиқ бўлган, катта ижтимоий жамоаларнинг, давлат сиёсатининг муаммоларига диққатини қаратувчи мегамаркетинг пайдо бўлди.

Охирги пайтларда маркетинг ёрдамида ечиладиган масалаларнинг мураккаблашуви шароитида унинг байналминаллашуви билан боғлиқ бўлган глобал маркетинг ҳақида тобора кўпроқ гапира бошладилар. Бу жараён, айниқса, трансмиллий компаниялар учун хосдир. Улар томонидан бозор алоҳида сегментлар каби эмас, кўпроқ эҳтиёжларнинг гомогенизацияси жараёни ва истеъмолчиларнинг машҳур ва танилган товар маркаларини олишга жуда иштиёқмандлигига кўра ягона бозор сифатида қаралади. Шунинг таъкидлаш жоизки, глобал маркетинг асосида инновацион товарни эҳтиёжларини қондиришнинг стандартлашган ва истеъмолчиларнинг кенг сегментлари учун қулай ва арзон бўлган усулига айлантириш ғояси ётади.

Бозорнинг глобаллашуви мамлакатлар ва арим ҳудудларнинг ўз чегараларидан ташқарида фаолият кўрсатишига интилишига айтилади. Бу ҳақда савдонинг либераллашуви, инвестицион тўсиқларнинг олиб ташланиши, эркин тадбиркорликнинг пайжо бўлиши ва бошқалар далолат беради. Йирик корхоналар доирасида эса глобаллашув ички бозор чегараларидан чиқиш ва жаҳон бозорини ўзлаштиришга умумий ёндашувнинг шаклланишини билдиради. Буларнинг ҳаммаси шундай ҳулосага олиб келадики, замонавий маркетинг йўналишлари ва тенденциялари корхона концепцияси сифатида қабул қилиш, функциялараро координациянинг ривожланиши ва қарорлар қабул қилиш, корпоратив маданиятни такомиллаштириш бўйича функциялараро гуруҳларнинг яратилишини талаб қилади.

Ишончимиз комилки, маркетинг келажаги айнан ана шу концепция билан боғлиқ. Бъзи бозорларда эса у аллақачон устунлик қилмоқда. Доиралар, ўйинчоқлар, озиқ-овқат маҳсулотлари, спорт жиҳозлари, компьютерлар ва бошқаларни ишлаб чиқаришни мисол сифатида келтиришимиз мумкин.

Бундан буён истеъмолчилар бозорда уюшган куч тарзида намоён бўладилар. Бу эса товар ишлаб чиқарувчилар фаолиятида анча кийинчиликларга олиб келади. Консьюмеризм, қисқача қилиб айтганда, истеъмолчиларнинг ўз ҳуқуқларини ҳимоя қилиши йўлидаши ҳаракати деб тушунтирилади. бунда истеъмолчиларнинг ҳаракати иқтисодий эволюциянинг маҳсули сифатида, ишлаб чиқарувчилар иқтисодиётидан истеъмолчилар иқтисодиётига, сотувчилар бозоридан харидорлар бозорига ўтиш сифатида қаралади. Консьюмеризм маркетинг концепциясига ишончсизлик билдирмайди, балки унинг амалиётда реал тадқиқ этилишини талаб қилади.

Табиий ресурсларнинг чекланганлигини англаб олиш ва истеъмол ва маркетингнинг атроф-муҳитга таъсиридан ташвишланишни ифодаловчи энвиронменталистик ҳаракат ривожланиб бормоқда. Шу билан бирга экологик муаммоларга эътибор кучаймоқда. Экология фирма ташқи муҳитининг омили сифатида қаралмоқда. “Яшил маркетинг” ҳаракати ривожланмоқда, бу эса экологик жиҳатдан тоза бўлган маҳсулотни ишлаб чиқаришни кенгайтиришга кўмаклашади.

16.2. Инновацион маркетинг турлари, таъсир этувчи омиллари ва унинг самарадорлиги

Маркетингнинг аниқ шакллари ва мазмуни корхона фаолияти хусусиятларидан, унинг ички имкониятлари ва ташқи шарт-шароитларидан келиб чиқади. Бу ерда маркетинг ва бошқа ҳамма оралиқ фаолият турларининг қуйидаги мақсадларга эришиш учун ягона йўналтириладиган жараёнга бирлашиши содир бўлади, бу эса ўз навбатида турли хил маркетинг турларининг ҳаракатланишини белгилаб беради.

Етакчи муаллифларнинг ишларини ўрганиб чиқиб, россиялик тадқиқотчи Р.А.Фатхутдинов маркетинг турларини фаолият соҳаси ва тури, бозорнинг ривожланиш даражаси ва бошқа омилларга боғлиқ ҳолда таснифлаш зарур деган фикрга келади.

16.3. Инновацион бозорда рақобатни бартараф этиш чоралари

Янги инновацион маҳсулот мавжуд маҳсулотнинг модификациясини ёки истеъмолчи муҳим деб ҳисоблайдиган янгиликни киритишни назарда тутди. Истеъмолчи янги ва такомиллашган маҳсулотларни хоҳлайди ва кутади. Рақобатчилар ҳам уларни бундай янгиликлар билан таъминлаш учун максимум ҳаракатларни амалга оширадилар. Демак, ҳар бир фирмада янги товарларни ишлаб чиқариш дастури бўлиши керак.

Корхона янгиликларга икки йўл билан эга бўлиши мумкин. Биринчидан, четдан сотиб олиши йўли билан, яъни қандайдир фирмани ёки бировнинг товарини ишлаб чиқариш учун патент ёки лицензияга эга бўлиши ҳисобига. Иккинчидан, ўз ҳаракатлари туфайли, яъни ўзида тадқиқотлар ва ишланмалар бўлимини яратиш орқали. “Янгиликлар” деганда мавжуд товарнинг оригинал, яхшиланган вариантлари ва модификациялари, шунингдек, маркалар ҳам назарда тутилади.

Маҳсулот янгиликлари, яъни янги маҳсулотларнинг яратилиши ва ўзлаштирилиши дифференциация ёки диверсификация шаклида амалга оширилиши мумкин. Масалан, маҳсулот **дифференциация** ўзлаштирилган бозорда фирманинг маҳсулот дастуридамавжуд маҳсулотлар асосида ишлаб чиқилган янги маҳсулотларнинг чиқарилишини таҳлил қилади. Бунга, бир томондан, истеъмолчилар орасида эҳтиёжлар дифференциациясининг чуқурлашуви, бошқа томондан эса, ҳуқуқий актлар (масалан, ҳар хил бозорларда, айниқса чет эл бозорларидаги турли хил талаблар) сабаб бўлиши мумкин.

Диверсификация деганда корхонанинг сотиш дастурини янгилаш тушунилади. У қуйдагилардан иборат:

- корхона ишлаб чиқариш-технологик, таъминлаш ва сотиш жиҳатдан эски маҳсулотга боғлиқ бўлган, лекин янги истеъмолчилар ёки бозорлар учун мўлжалланган (горизонтал диверсификация) маҳсулотларни ўзлаштиради;

- корхона эски маҳсулотларни такомиллаштириб илгариги истеъмолчилар ва бозорларга таклиф этади (вертикал, диверсификация)

- корхона умуман янги бўлган техник ва бозор муносабатлари жиҳатидан аввалги маҳсулотлар билан ҳеч қандай алоқаси бўлмаган маҳсулотларни ўзлаштиради (латерал диверсификация).

Диверсификация корхона дастурининг мақсадли кенгайтирилиши деб қаралиши у сотиш хавф-хатарларини ва аввалги бозорлар, истеъмолчилар ёки маҳсулотларга боғлиқликни камайтиришга имкон беради. Диверсификация ҳақида қарор қабул қилинганда корхона қуйдаги йўналишлардан бири бўйича бориши мумкин:

- янги маҳсулотни ишлаб чиқиш (ўз ишланмаси ёки ишланмага буюртма бериш);

- маҳсулот ёки технологияга лицензия олиш;

- корхонани сотиб олиш;

- кооперация (маҳсулотлар алмашиш ёки қўшма корхона ташкил этиш).

Маркетинг фаолиятига янги товарларни ишлаб чиқиш- бу бозорда муваффақиятга эришишнинг муҳим масалаларидан бирибозор учун янгилик бўлган товар ёрдамида корхона олдинга чиқади, янги бозорни шакиллантиради, рақобатчилардан ўзиб кетади, ўз даромадларини оширади.

У ёки бу товарларининг бозор учун янгилигини мезонлар тизими асосида аниқлаш мумкин. Бунда нафақат янги эҳтиёжларни қондирадиган янги товарлар (дельтоплан, виндсерфинг), ёки мавжуд эҳтиёжларни қондирадиган товарлар (интернет, аудио-видеотехника ва бошқалар), балки маълум бўлган товарнинг янги ўрами (масалан, “тетрапак” сутининг янги ўрами), рақобатчи товарга нисбатан янги нархи ҳам киради.

Корхонага нисбатан маҳсулот янгиликлар киритишнинг ички ва ташқи сабаблари ажратиб кўрсатилади. Янгилик киритишнинг ички сабаблари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- корхона ўсишини таъминлаш зарурияти;

- фойда даражасини сақлаб туриш;

- рақобатли вазиятларни кучайтириш;

- баъзи хатарли фаолият соҳасини кенгайтириш ҳисобига қоплашга интилиш;

Ташқи сабаблар одатда қуйидагилардан келиб чиқади:

- сотиш бозорларининг тобора туйиниб бориши;
- уларнинг таркибий ўзгаришлари;
- конъюнктура ва мавсумий тебранишларни текислаш зарурияти.

Янги товарни ишлаб чиқариш жараёни қуйидаги тўрт босқични ўз ичига олади: 1) янги товар (хизмат)лар ғояларини излаш ва танлаш; 2) янги товар концепциясини аниқлаш; 3) товарни ишлаб чиқариш; 4) янги товарни бозорга чиқариш.

Ғояларни излаш ва танлаш жараёнида эҳтиёжлар ривожланиши, истеъмолчиларнинг ҳатти – ҳаракатлари ва хоҳиш-истаклари, инсон ҳаёт фаолияти истиқболли соҳаларининг ривожланишига алоҳида аҳамият берилади (дам олиш, ахборотлаштириш, автоматлаштириш, шаҳар ташқарисидаги қурилиш ва ҳ.к). Янги ғояларни манбалари сифатида ходимлар, тақсимот каналлари, рақобатчилар ва бошқалар бўлиши мумкин. Улар бозорга мўлжалланган бўлади ва улар орасидан истеъмолчиларнинг хоҳиш – истаклари ва эҳтиёжларига асосланган имкониятларни аниқлайдилар, сўнгра бу истакларни қондиришга илмий тадқиқотлар йўналтирилади. Лабораторияга мўлжалланган манбалар фундаментал тадқиқотлар асосида имкониятларни аниқлайди. Бу тадқиқотлар янги билимларга эга бўлишга мўлжалланади ва янги товарлар ғояларининг туғилишига билвосита сабаб бўлади.

Янги ғояларни генерация қилиш усуллари “мия ҳужумларини” ўз ичига олади. Бозорни таҳлил қиладиган кўпгина мутахассислар шундай фикр юритадилар: янги ғояларни генерация қилиш учун кенгрок дунёқарашга эга бўлиш керак, улар қанчалик ғайриоддий бўлишидан қатъий назар уларни танқид қилмаслик керак.

Янги товар концепциясини аниқлаш товарнинг якуний тавсифларини истеъмолчининг унга муносабатни ҳамда ишланманинг бу босқичида харид

килиш ниятини аниқлаш учун истеъмолчига тақдим этиладиган манфаатлар тўпламининг тасвирини билдиради. Бу потенциал истеъмолчилар ташаббускорлигининг синовидир. Улар товарнинг оғзаки тасвири, ёзма маълумот янги товарнинг тасвирига ўз муносабатларини ифодалаши керак. Бунда қўйидаги саволларга жавоб кутилади: Ғояни тушуниш осонми? Мазкур маҳсулотнинг бозордаги мавжуд товарларга нисбатан аниқ афзалликларини кўряпсизми? Бу товарни сотиб оласизми? У реал эҳтиёжни қондирадими? Маҳсулотнинг реал бозор тавсифларига тегишли нимани таклиф қилишингиз мумкин? Сиз тез-тез харид қиласизми? Ундан ким фойдаланади? Бу саволларга ойдинлик киритишни ҳисобга олиш керак. Бунинг ҳаммаси шу вақтгача бошланғия маҳсулотни харид қилиб келаётган миқдорлар (“алмаштириш самараси”) ва биринчи бор янги маҳсулотни харид қилаётган миқдорлар (“жалб этиш самараси”) дан янги маҳсулотни сотиб олиш борасидаги тушум бозорга янги товарни чиқаргангача бўлган тушумдан кўп бўлганда маънога эга бўлади.

Сервис ва кафолат сиёсати. Рақобатнинг кучайиши ва товарларнинг мураккаблашуви билан истеъмолчилар товарнинг фақат сифат хусусиятларини эмас, балки сотиш ва сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш тизими, кафолатли хизмат кўрсатиш ҳам тобора катта аҳамият касб этади.

Сервис хизмат кўрсатиш деганда истеъмолчига харид қилинган товар (асосан техник мураккаб маҳсулот)ни оқилона ишлатиш имконини берадиган таъминлаш тизими тушунилади.

Сервис техник ва тижорат хусусиятига эга бўлган махсус хизматларнинг ҳаммасини қамраб олади. улар сотувчи томонидан хариддан олдин ва кейин қўйидаги мақсадларга кўрсатилади.

- ўз товарлари учун янги истеъмолчиларни топиш ва уларда стун муносабатларни шакллантириш;
- мавжуд истеъмолчилар билан муносабатларни мустаҳкамлаш ва уларни янги харидларга рағбатлантириш.

Яхши ишлаётган харидорлар хизмати сотилган маҳсулот ҳақида маълумот олиш, корхона имижини яратиш, “мижозларнинг эҳтиёжларини ишончли қондириш”дан иборат бўлган маркетинг мақсадини кам харажатлар билан амалга ошириш ва рақобат курашини самарали олиб боришга имкон берадиган оптимал воситадир.

Таянч иборалар

Маркетинг, инновацион маркетинг, таҳлил, услубиёт, самарадорлик, инновацион маҳсулот, тижорат, нарх, илмийтадқиқот, ҳуқуқий муҳофаза, инновация бозори, рақобат, башоратлаш.

Назоратвамуҳокамаучунсаволлар

1.Замонавий инновацион маркетингнинг стратегик кўринишларини шарҳлаб беринг?

2.Юқори технологик товарларнинг инновацион маркетинг хусусиятлари қандай тавсифланади?

3. Янги инновацион товарларни ишлаб чиқишда мақсадли бозор таҳлили?

17-Мавзу. Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш тизими.

Режа

17.1. Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш элементлари, манбалари ва шакллари

17.2. Давлат томонидан ва бошқа шакллар асосида инновацион дастурларни молиялаштиришнинг муҳим жиҳатлари

17.1. Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш элементлари, манбалари ва шакллари

Инновацион фоалият рақобатбардошлигини таъминлашда инновацион лойиҳаларнинг мукаммал молиялаштириш тизимининг бўлиши талаб этилади.

Ҳаётий циклнинг барча босқичларида инновацион лойиҳани молиявий ресурслар билан таъминлаш бозор томонидан инновацияларни рад этиш хавфини камайтиришга ёрдам беради ва унинг самарадорлигини оширади.

Инновацион молиялаш тизимининг элементлари қуйидагилардан иборат:

- инвестиция ресурслари манбалари;
- молиявий ресурсларни тўплаш механизми ва уларни инновацион лойиҳаларга сармоялаш;
- кредит маблағларидан самарали фойдаланиш ва бошқариш механизми .

Юридик шахс томонидан амалга ошириладиган инновацион лойиҳаларни молиялаштириш манбалари қуйидагилар:

- корхонанинг ўз маблағлари (фойданинг қайтарилган қисми, амортизация ажратмалари, зарарни қоплаш учун суғурта суммалари, номоддий активларни сотишдан тушган маблағлар);
- жалб қилинган маблағлар (акциялар ва бошқа қимматли қоғозларни чиқариш, бадаллар, хайриялар, қайтариб берилмайдиган асосда тақдим этиладиган маблағлар);

- қарз маблағлари (бюджет, тижорат, банк кредитлари).

Инновацион

лойиҳаларн

молиялаштиришнинг қуйидаги шакллари мавжуд:

1. Давлат томонидан молиялаштириш.
2. Хусусий капитал билан таъминлаш.
3. Банк кредитлари.
4. Вентуре молиялаштириш.
5. Лизинг.
6. Мажбурлаш
7. Аралаш молиялаштириш.

17.2. Давлат томонидан ва бошқа шакллар асосида инновацион дастурларни молиялаштиришнинг муҳим жиҳатлари

Давлат томонидан инновацион дастурларни лойиҳалаштириш инновацион иқтисодиётда муҳим аҳамият касб этади. Устувор аҳамиятга эга бўлган инновацион фаолият турли даражада давлат бюджети маблағлари ва ихтисослаштирилган давлат жамғармалари ҳисобидан инновацион дастурлар молиялаштирилади. Бюджет маблағлари қуйидаги шаклларда берилади:

- а) Республика мақсадли инноватцион дастурларини молиялаштириш;
- б) истиқболли инновацион лойиҳаларни танлов асосида молиявий қўллаб-қувватлаш.

Давлат томонидан амалга ошириладиган инновацион дастурларни молиявий қўллаб-қувватланишида қуйидагиларга эътибор қаратилади:

- танлов асосида иштирок этиш ҳуқуқи - корхонанинг ўз маблағлари ҳисобидан (лойиҳани амалга ошириш учун зарур бўлган маблағнинг камида 20 фоизи) қисман молиялаштирилган ҳолда, иқтисодиётнинг истиқболли (ривожланаётган) тармоқларини ривожлантиришга йўналтирилган инновацион лойиҳалар;

- лойиҳанинг ўз ўзини қоплаш вақти (одатда 2 йил) дан ошмаслиги керак;

- танловдан ўтган инновацион лойиҳалар давлат томонидан молиялаштириш қайтариладиган асосда ажратилган Республика бюджет ҳисобидан ёки хўжалик юритувчи субъектнинг улушини акция сифатида давлат мулкига ўтказилиши асосида амалга оширилиши мумкин;

- танловга тақдим этилган инновацион лойиҳалар давлат экологик экспертизаси, давлат идоравий ёки мустақил экспертизасининг ижобий хулосаларига эга бўлиши керак.

Хусусий капитал билан таъминлаш

Ушбу молилаштириш тури ёпиқ ёки очик акциядорлик жамияти шаклида ташкил этилган корхоналар учун мавжуд; истиқболли инновацион лойиҳаларни амалга ошириш учун акцияларни инвесторларга чекланмаган муддатга бериш орқали катта молиявий ресурсларни тўплаш имконини беради. Қимматли қоғозларни чиқариш билан инвестицион кредит билан қарз мажбуриятлари алмаштирилади, бу инновацион лойиҳасига инвестиция қилинган молиявий ресурслар таркибини оптималлаштиришга ёрдам беради.

Қимматли қоғозлар чиқарилишининг номинал миқдорини аниқлаш учун қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланилади:

- инновацион лойиҳани амалга ошириш учун зарур бўлган молиявий маблағлар миқдори

- кутилаётган капитал даромадлари ва акциялар бўйича дивидендлар;

- эмитент олиши кутилаётган акцияларни сотишдан олинган нақд пул тушумлари миқдори .

Банк кредитлари

Тижорат банклари инвестиция қилинган капиталнинг сезиларли даражада кўпайишини таъминлайдиган, молиявий маблағларни реал қайтарилиш муддати бўлган (қайтариш муддати лойиҳани амалга ошириш даврига қараганда қисқа) инновацион лойиҳаларни молиялаштиради.

Банк кредити фоиз ставкаси бўйича маълум муддатга берилади, унинг миқдори кредит муддатига, лойиҳа бўйича таваккалчилик миқдорига, қарз олувчининг хусусиятларига ва бошқаларга боғлиқ.

Фоиз ставкаси инвестицион банклар томонидан қўлланиладиган базавий ставка асосида аниқланиши мумкин.

Жаҳон амалиётида ЛИБОР, ЛИБИД, ФИБОР базавий ставкалари қўлланилади.

ЛИБОР (*London Interbank Offered Rate - LIBOR*) - Лондондаги банклараро депозит бозорида таклиф ставкаси. У ҳар куни Лондоннинг йирик банкларининг индивидуал ставкалари гуруҳидан ўртача арифметик ставка сифатида ҳисобланади.

ЛИБИД (*London Interbank Bid Rate - LIBID*) - миждозларнинг ўртача арифметиғи сифатида ҳисобланган талаб даражаси.

ФИБОР (*Frankfurt Interbank Offered Rate — FIBOR*) - Франкфуртдаги банклараро бозордаги таклиф ставкаси.

1994 йилдан бери Россия амалиётида МИБОР, МИБИД, МИАСР ставкалари қўлланилмоқда.

МИБОР (*Moscow Interbank Offered Rate — MIBOR*) - бу энг йирик Россия банклари томонидан контрагентларга тақдим этиладиган банклараро кредитлар бўйича ўртача фоиз ставкаси сифатида белгиланадиган жойлаштириш ставкаси.

МИБИД (*Moscow Interbank Bid Rate — MIBID*) - бу Россиянинг энг йирик банклари томонидан таклиф этилаётган банклараро кредитлар бўйича эълон қилинган ставкаларнинг ўртача қиймати сифатида белгиланган қарз олиш ставкаси.

МИАКР (*Moscow Interbank Actual Credit Rate — MIACR*) - Россиянинг энг йирик банклари гуруҳидаги банклараро *ссуданинг* ўртача фоиз ставкаси.

Венчур молиялаштириш

Венчур молиялаштириш бу пул маблағларини қайтариб берилишини кафолатламаган ҳолда фоизсиз асосда бериш орқали инновацион лойиҳага тикиш ҳисобаланади.

Венчур фондларнинг инновацион лойиҳаларни молиялаштириш бўйича фаолияти бир қатор ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, уларни анъанавий инвестиция фондларидан ажратиб туради:

1. таваккалчи- инвесторлар ўз капиталларини йўқотишга тайёр бўлади (берилган маблағларнинг қайтарилиши учун гаров кафолатларини талаб қилмайди);

2. Венчур капитали қайтариб олмаслик шарти билан узоқ муддатга (5-7 йил) берилади;

3. Венчур капитали фақат акционерлик капитали шаклида киритилади.

Венчур инвесторлар учун хавф хатар катта, аммо агар лойиҳа муваффақиятли бўлса, бу катта даромад билан қопланади. Статистик маълумотлар шуни кўрсатадики, 15% ҳолларда венчур капитал тўлиқ йўқолади, 25% да – таваккалчи корхоналар режалаштирилганидан узоқроқ вақт давомида зарар кўрадилар, 30% да - ўртача даромад олишади ва 30% - ортиқча фойда ("таваккал капитал" дан юқори) 30-200 марта).

Венчур молиялаштиришни амалга оширишда хавфни камайтиришга лойиҳаларни синчковлик билан танлаб олиш билан бир қаторда, бир вақтнинг ўзида бир нечта инновацион лойиҳаларга сармоя киритиш орқали эришиш мумкин.

Молиявий лизинг

Молиявий лизинг - бу қарзга олинган маблағларни натура шаклида тақдим этиладиган ва бўлиб-бўлиб тўланадиган қарз шаклида жалб қилиш тартиби.

Молиявий лизингни амалга оширишда лизинг берувчи лизинг олувчи томонидан кўрсатилган мол-мулкни фақатгина маълум бир сотувчидан сотиб олишга ва унга вақтинча эгалик қилиш ва маълум муддатга ижарага берувчига беришга рози бўлади. Молиявий лизинг шартномасининг

муддати лизингга берилган активнинг тўлиқ амортизация муддатидан катта ёки унга тенг бўлади. Шартнома муддати тугагандан сўнг, лизинг шартномаси бўйича маблағлар тўлиқ тўланган тақдирда, ижарага олинган мол-мулк лизинг олувчининг мулкига айланади.

Ушбу жараён, бир томондан, кўп сонли фойдаланувчиларга қимматбаҳо ускуналарни сотишга, бошқа томондан, лизинг олувчиларнинг капитални кўп талаб қиладиган маҳсулотларни сотиб олиш билан боғлиқ харажатларини камайтиришга имкон беради.

Форфайтинг

Форфайтинг - бу тижорат кредитини банк кредитига айлантириш операцияси ҳисобланади. Бу операциянинг моҳияти қуйидагича.

Битим пайтида зарур бўлган молиявий ресурсларга эга бўлмаган харидор сотувчига битим объекти қийматига ва кечиктирилган тўлов учун фоизларга тенг бўлган векселлар тўпламини ёзади(яъни **тижорат кредитини** тақдим этиш учун) .

Сотувчи банкка келиб тушган векселларни "ўз-ўзидан айланиш ҳуқуқисиз" деган ёзувни ҳисобга олади, бу тўловчи тўловга қодир бўлмаган тақдирда уни мулкий жавобгарликдан озод қилади. Ёзиб олинган тўловлар учун сотувчи банкдан пул олади. Натижада, тижорат кредити сотувчи томонидан эмас, балки векселларни ҳисобга олишга рози бўлган ва кредит хавфини қабул қилган банк томонидан тақдим этилади, яъни тижорат кредити банк кредитига айлантирилади. Кредит таваккалчилиги ҳажми, вексел берувчининг ишончилигига қараб, банк томонидан ҳисобга олинадиган дисконт ставкасига таъсир қилади.

Форфайтинг кредитлаш ўрта муддатли (1 йилдан 5 йилгача) бўлади.

Аралаш молиялаштириш

Бу турли хил инноватцион лойиҳаларни амалга ошириш учун зарур бўлган молиявий маблағларни жалб қилиш орқали амалга оширилади.

Таянч иборалар

Молия, молиялаштириш, инновацион лойиҳа, фундаментал лойиҳа, амалий лойиҳа, инновацион компания, капитал, инновацион дастур, давлат грантлари, вунчур фондлари, маблағ, капитал харажат, халқаро ташкилотлар.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

- 1.Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш манбаларини айтинг.
- 2.Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш тизимини ёритинг.
- 3.Инновацион компаниялар устав капиталини шакллантиришнинг хусусиятларини шарҳланг.
- 4.Корхонанинг ўз маблағлари ҳисобидан инновацион лойиҳаларни молиялаштириш қандай ташкил этилади?
- 5.Давлат инновацион дастурларини молиялаштириш ва унинг асосий босқичларини айтинг.
- 6.Инновацион лойиҳаларни молиялаштиришда халқаро ташкилотларнинг ролини ёритинг.
- 7.Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш стратегиясини шарҳланг.

18 мавзу. Иқтисодиётда инновацион кластерларни шакллантириш зарурияти

Режа

- 18.1. Инновацион иқтисодиётда кластерлар сиёсати, ўзига хос хусусиятлари ҳамда кластер усуллари қўллашнинг аҳамияти
- 18.2. Инновацион фаолиятни кластер усулини қўллаш асосида давлат томонидан бошқариш. Ўзбекистонда инновацион кластерлар.
- 18.3. Инновацион иқтисодиётда инновацион кластерларнинг асосий турлари

18.1. Инновацион иқтисодиётда кластерлар сиёсати, ўзига хос хусусиятлари ҳамда кластер усуллари қўллашнинг аҳамияти

Ҳозирги макроиқтисодий ривожланиш шароитида иқтисодиётда юқори самарадорликка эришишда инновацион кластерларнинг алоҳида ўрни мавжуд. Жаҳон тажрибасидан маълумки, иқтисодиётнинг турли соҳаларида турли кўринишдаги кластерлар сони ошиб бормоқда. Айниқса, дунёнинг ривожланган давлатларидан Америка Қўшма Штатларида, Буюк Британияда, Германияда, Японияда, Францияда турли замонавий инновацион технологияларга асосланган кластерлар ташкил этилган.

Миллий иқтисодиётимизни ривожланишининг ҳозирги босқичида кластерларни кўпайтириш, айниқса, инновацияга асосланган кластерларни ташкил этиш ва кўпайтириб бориш муҳим вазифалардан ҳисобланади.

Жаҳондаги кластер мактабининг асосчиси ҳисобланган Горвард бизнес мактаби профессори Майкл Портер³⁸ эътироф этишича кластер тушунчаси инглиз тилидаги “cluster” (тўплам, боғлам, гуруҳ) сўзидан олинган бўлиб, унга кўра “кластер – маълум бир соҳада фаолият кўрсатадиган географик жиҳатдан бир-бирига боғлиқ бўлган компаниялар ва унга алоқадор ташкилотлар гуруҳидир, у умумий фаолият ва ўзаро бир-бирини тўлдирувчи хусусиятлар билан таснифланади”.

³⁸Портер М.Э. Конкуренция. Пер. с англ. - М.: Издат. Дом “Вильямс”, 2001.

Портернинг тармоқ, минтақа, мамлакатнинг рақобатбардошлигини унинг “тегишли соҳага мансуб бўлган, географик концентрациялашган ўзаро боғлиқ компаниялар, ихтисослашган етказиб берувчилар, хизмат кўрсатиш компаниялари, бир-бирига яқин соҳаларга мансуб фирмалар ва ассоциациялашган институтлари белгилайди” деган фикри кластернинг классик таърифи сифатида қўлланилади.

Портер концепциясига кўра, кластерни шакллантириш учун қуйидаги омиллар бўлиши талаб қилинади: чекланган географик ҳудудда барча кластер иштирокчиларининг концентрацияси; мазкур минтақада, кластерни шакллантиришга ва корхоналарни қўллаб-қувватлаш ва хизмат кўрсатишга ёрдам берадиган арқобатли устунликка эга бўлган етакчи компанияларнинг мавжудлиги; иштирокчилар ўртасида ҳамкорликни мувофиқлаштириш.

Инновацион кластерни тузишдан мақсад бозорда биргаликда ҳаракатлар самараси ҳисобига (синергитек самара) соҳани рақобатбардошлигини ошириш инновацион самарадорликка эришиш ҳамда янги инновацион йўналишларни ривожлантиришдан иборат бўлади. Бугунги тезкор иқтисодий ривожланишда инновацион кластерларни шакллантиришнинг асосий зарурияти қуйидагилар ҳисобланади.

Биринчидан, хусусий корхоналар ва тармоқлар, давлат хусусий ҳамкорлик ташкилотлари ҳамда давлат органлари, жамоат ташкилотлари билан ҳамкорликда иқтисодиёт эҳтиёжи учун муҳим зарурий маҳсулот ишлаб чиқариш;

Иккинчидан, тегишли ҳудудда турли ресурсларни жалб этиш асосида кластер субъектларидан самарали фойдаланишнинг янги имкониятларини яратиш;

Учинчидан, “фан-таълим-ишлаб чиқариш” занжиридан кластер элементларидан фойдаланган ҳолда самарали фойдаланишни ташкил этиш ва бунда фан соҳасида эришилаётган ютуқларни жадаллик билан амалиётга жорий этиш тизимини кўчайтириш;

Туртинчидан, инновацион кластер ташкил этилган ҳудудда барча объектлар ва субъектлар рақобатбардошлигини ошириш ва янги ички имкониятларни очиб берилишига шарт-шароит яратиш;

Бешинчидан, инновацион кластер асосида юқори билим, малака ва кўникмага эга бўлган инсон ресурсларидан самарали фойдаланиш ҳисобига янги инновацион ғояларни яратилишини кўчайтириш;

Олтинчидан, мамлакатда географик жойлашув бўйича турли ҳудудлар ички имкониятларидан самарали фойдаланишга шарт-шароитлар яратиш.

Бугунги кунда республикамизда инновацияга асосланган кластерлаш сиёсатини амалга ошириш ҳамда кластер ёндашуви усуллари кўллаш асосида ушбу жараённинг ўзига хос хусусиятлари куйидагилар ҳисобланади.

18.1.1-жадвал

Т.р	Шерикчилик асосида фаолият олиб боровчи уюшмалар,бирлашмалар, кооперация каби ўзаро ҳамкорлигига асосланган ташкилотларнинг ўзига хос хусусиятлари	Инновацион кластерларнинг ўзи хос хусусиятлари
1.	Юқори фойда олишга асосланган технологиялар асосида фаолият олиб боради	Янги ғоя ва замонавий технологиялар асосида фаолият олиб боради
2.	Ҳамкорлик асосида кўпроқ даромад ва фойда олиш асосида рақобатбардошликни таъминлайди	Инновацияга асосланган фикрлар, янги ғояларни бирлаштириш асосида юқори рақобатбардошликка эришилади
3.	Инвестициялар кўпайтиришни рағбатлантиради молиявий маблағларни мақсадли сарфлайди, хорижга маблағ чиқаришда чекловлар мавжуд	Турли юқори даромад келтирувчи инвестициялар киритиш, маблағларни мустақил сарфлаш, хорижга инвестициялар қўйиш ва ундан юқори даромад олиш имконияти кенгайди
4.	Маъмурий бошқарув асосида ва корпоратив бошқарувнинг айрим элементларида фойдаланади	Бошқарув асосан корпоратив асосда бошқарув кенгашининг ҳамфирклиги асосида амалга оширилади
5.	Маҳсулот микдорини кўпайтириш ва юқори даромад олишга қаратилади	Инновацион кластернинг мақсади сифатида юқори

		рақобатбардош сифатли маҳсулот ишлаб чиқаришга қаратилади.
6.	Моддий манфаатдорликни таъминлашда маъмурий аралашув мавжуд	Юқори рақобатбардошлик ва моддий манфаатдорликка барча ҳамкор ташкилот ва корхоналар учун бирдек устуворликка йўналтирилади
7.	Турли мулк шаклидаги корхоналар фаолиятини монополистик хусусият устунлик қилади	Турли мулк шаклидаги корхона ва ташкилотлар, бирлашмалар бир муштарак мақсад сари ҳамкорликда фаолият юритади
8.	Ҳамкорлик қилаётган корхоналарда территориял – географик жиҳатлар ҳисобга олинмайди	Маълум бир соҳада фаолият кўрсатаётган корхоналарда географик жиҳатлар ҳисобга олинади

Республикамизда иқтисодиётда инновацион кластерларни шакллантириш қуйидаги имкониятларни яратади.

Биринчидан, фаолият соҳаси бўйича географик жиҳатдан бир-бирига яқин бўлган компаниялар, ташкилотлар ва корхоналарнинг юқори даромад олишлиги учун ўзаро ҳамкорлиги яратилади;

Иккинчидан, маълум бир соҳага мансуб бўлган ихтисослашган корхона ва ташкилотларнинг янги инновацион ғоялари ишланмалари ҳамда тадқиқот натижаларини ишлаб чиқаришга қўллаш имконияти яратилади;

Учинчидан, маълум бир минтақада кластерлаш асосида ҳудуд самарадорлигини оширишнинг ички имкониятлари очиб берилади;

Тўртинчидан, ҳамкор ташкилотларнинг самарали фаолияти натижасида юқори ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш бўйича кластер самарадорлигига эришилади ҳамда фойда олиш имконияти юзага келади;

Бешинчидан, республикамиз минтақаларида корхоналар, компаниялар ва ташкилотлар ўртасида соф рақобатбардошлик имконияти яратилиб ва натижада ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишнинг юқори натижадорлигига эришилади.

18.2. Инновацион фаолиятни кластер усулини қўллаш асосида давлат томонидан бошқариш. Ўзбекистонда инновацион кластерлар

Иқтисодиётни инновацион ривожлантириш асосида ташкил этилган инновацион кластерлар тизимини бошқаришда барча ҳамкор ташкилотлар бир хил даражада иштирок этсада, аммо, давлат бош ислохотчи сифатида самарали бошқарув бўлишлигини назорат қилиб туради.

Инновацион фаолиятни кластер усулида бошқаришда давлатнинг устуворлик жиҳатлари қуйидагиларда намоён бўлади.

1. Инновацион кластернинг муҳим тамойили бўлган фан, таълим ва ишлаб чиқаришнинг уйғунлигини ҳамда турли жараёнда иштирок этган ташкилотлар, корхоналар, тармоқлар интеграциясини фаол ташкил этилишини назорат қилиб туради.

2. Инновацион кластерни давлат томонидан бошқаришда кластер жараёнига янги маҳсулот ва технологияларнинг янги турларини ўзлаштириш учун шарт-шароит яратиш, шунингдек, миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлашни давлат назорат қилиб туради.

3. Давлат томонидан инновацион фаолиятни амалга оширувчи кластерларни бошқариш бугунги кунда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегиясида белгиланган иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизация ва диверсификация қилиш асосида амалга оширилади.

4. Давлат томонидан инновацияга асосланган кластерларни бошқаришда улар жойлашган минтақалар, иқтисодий –ижтимоий ҳолати, аҳолининг турмуш даражаси ҳамда шу ҳудуддаги тармоқларнинг рақобатбардошлик хусусиятлари ҳисобга олинади.

5. Инновацион фаолиятни давлат томонидан бошқарувига давлатнинг инвестицион фаолликдаги ўрни ва жозибадорлигини ташкил этишдаги ҳиссаси ҳисобга олинади.

6. Инновацион фаолиятга асосланган кластерларни давлат томонидан бошқаришда менежментнинг асосий ҳаракат қондаси ҳисобланган мақсад – ҳаракат – натижага эътибор берилиб, бунда кластер мақсади белгилангач унга эришиш учун стратегик ва тактик ҳаракатлар амалга оширилади ва унинг муваққиятли якуни қўтилган ижобий натижа билан белгиланишини давлат ўз назоратига олади.

7. Инновацион кластерларни давлат томонидан бошқаришда бошқарувнинг ушбу жараёнга мос ташкилий тузилмалари тегишли бўлим ва бўлинмалар ҳамда уларни амалга ошириш бўйича бошқариш механизмлари белгилаб олинади.

8. Инновацион кластерларни давлат томонидан бошқаришда бошқарув тузилмаларининг мувафқиятли фаолияти замонавий менежмент тамойиллари, усул ва воситаларининг жорий этишнинг қай даражада амалга ошириши билан белгиланади.

Бугунги глобаллашув шароитида инновацион кластерлар турли кўринишларда тармоқ ва соҳаларнинг хусусиятларидан келиб чиқиб, туркумланади.

Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, кластерлаш сиёсатида давлат бош ислоҳотчи сифатида кластер механизмидан фойдаланишда фаол иштирок этади. Айниқса, ривожланган етакчи мамлакатларда ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоқлари ва соҳаларида кластерлаш иқтисодиётнинг деярли 50 фоизини эгаллаган. Жумладан, АҚШ иқтисодиётида етакчи тармоқларнинг юқори самарадорлиги бевосита кластер механизмининг самарали фаолияти билан боғлиқ бўлиб, сўнгги йилдаги маълумотларга кўра, улардаги саноат кластерларининг сони 380 тани ташкил қилади. Бундай кўрсаткичлар Буюк Британияда 168 та, Италияда 206 та, Францияда 96 та, Ҳиндистонда эса 106 тани ташкил этади. Жаҳон статистик маълумотларига кўра Финляндия рақобатбардошлик жаҳон рейтингида саноат кластери тўлиқ эгаллаганлиги сабабли етакчи мамлакатга эга бўлса, Италияда иш билан банд аҳолининг 40 фоизи ҳамда мамлакат миллий экспорт ҳажмининг 30 фоиздан

ортиғи кластерлар ҳиссасига тўғри келади. Шу сабабли кейинги йилларда мамлакатимизда иқтисодиётнинг муҳим тармоқларида кластер механизмидан фойдаланишга алоҳида эътибор берилмоқда. Бугунги кунда республикаимизда қуйидаги йўналишларда инновацион кластерлар ташкил этиш устувор вазифа сифатида белгиланган.

1. Республикаимизда тез ўсиб бораётган ва мамлакатимизнинг келгуси тараққиётини белгилаб берувчи туризм соҳасида янги инновацион туризм кластерлари, Ўзбекистон бренди номи билан фаолиятини ташкил этиш;

2. Мамлакатимизда етакчи тармоқ ҳисобланган тўқимачилик саноат корхоналари ўртасида бозор муносабатларини ривожлантириш ҳамда қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчилари ва фермер хўжаликлари ўртасидаги муносабатларни янада ривожлантиришга асосланган ҳамда қишлоқ аҳолисини таъминлашга йўналтирилган янги инновацион пахта - тўқимачилик кластерлари ташкил этишни ривожлантириш;

3. Бугунги кунда ўта долзарб бўлган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш, сақлаш ва айниқса уларни қайта ишлаш жараёнларини қамраб олувчи янги инновацион мева-сабзавот кластерлари ташкил этилиб, уларнинг самарали фаолияти йўлга қўйиш;

4. Иқтисодиётда устувор тармоққа айланаётган саноатнинг етакчи замонавий тармоғи бўлган автомобилсозликда инновацион транспорт кластерларини ва бошқа шу каби кластерлари ташкил этиши кўпайтириш.

5. Республикада энергетика, тоғ-кон металлургияси каби тармоқларни ривожлантириш эҳтиёжидан келиб чиқиб, бу тармоқларда янги инновацион кластерлар турларини ташкил этишни кенгайтириш ва бошқа шу кабилар ҳисобланади.

18.3. Инновацион иқтисодиётда инновацион кластерларнинг асосий турлари

Мамлакатимиз инновацион иқтисодиётга ўтиш жараёнида халқаро жаҳон тажрибасидан келиб чиқиб, янги инновацион кластерларни шакллантириш ва ташкил этишни тақозо этмоқда.

Жаҳон тажрибасидан келиб чиқиб, бугунги кунда республикаимизнинг иқтисодиёт тармоқларида қўллаш мумкин бўлган қуйидаги инновацион кластерларнинг турлари мавжуд. Жумладан,

1. Инновацион боғланган кластерлар;
2. Инновацион янги саноат кластерлари;
3. Инновацион муҳит кластерлари.

Инновацион боғланган кластерлар тушунчасини фанга киритган олимлар Вебер ва Маршалл ҳисобланади. Инновацион боғланган кластерлар бу инновацион ғоялар ва фикрларга асосланган корхоналардаги (ташкилотлар, компаниялардаги) харажатларни (ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш бўйича) камайтиришга (минималлаштиришга) йўналтирилган ҳамкорликка таянган кластрелашни амалга оширишдан иборатдир.

Бундай кластерлар тармоққа сарфланган харажатларни минималлаштириш имкониятларини батафсил ўрганиб, ички имкониятларини очиб беради. Бундай кластерлар тўғрисида Вебернинг фикрига кўра фирмалар транспорт харажатларини минималлаштиришни кўзлаб, энг яқин жойлашган таъминотчи корхоналар билан ҳамкорлик ўрнатади. Бу турдаги кластерлар одатда кичик ва ўрта бизнес вакиллари бирлаштирган. Масалан, Бирмингемдаги Заргарлар кўчаси ёки Лондонаги Хакней майдони боғланган кластерларга мисол бўлади. Боғланган кластерлар корхоналарга ишлаб чиқариш жараёнини тезроқ ва камхарж йўл билан ўзгартириш имкониятини берганлиги сабабли, турли соҳаларда: мода саноати, мебел ишлаб чиқариш, қишлоқ хўжалиги ва бошқаларга кириб боради.

Республикаимизда бугунги кунда инновацион иқтисодиётимиз олдида турган муҳим вазифа сифатида харажатларни камайтириш бош мақсад эканлигидан келиб чиқиб, инновацион боғланган кластерларнинг иқтисодиётнинг барча тармоқларида қўллаш мумкин.

Инновацион янги саноат кластери деганда юқори билим, илмий-тадқиқот ва илмий ишланмалар натижаларига асосланган ҳолда мутлақо янги инновацион маҳсулотлар яратишга, технологик жиҳатдан инновацияларнинг яратилиш тезлиги юқори бўлган корхоналарнинг (компания, ташкилот) кластерлаш асосида ҳамкорлигига асосланади.

Инновацион янги саноат кластерлари кўпроқ билимга асосланганлиги билан бошқа кластерлардан фарқ қилади. Бунга жаҳон амалиётидаги тармоқлардан ахборот технологиялари ва микро электроника соҳасидаги кластерларни мисол қилиш мумкин. Инновацион янги саноат кластерларида корхоналар илмий ишланмаларга йирик инвестициялар киритиб янги маҳсулотлар яратади. Улар одатда кластерларни ташкил этиш географик хусусиятидан келиб чиқиб, шаҳар четида жойлашади, масалан, АҚШ амалиётида Калифорниядаги Силикон водийси бунга ёрқин мисол бўлади. Инновацион янги саноат кластерлари корхоналарида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар енгил ва ташиш осон бўлганлиги сабабли транспорт харажатларининг жами харажатлардаги улуши анча кам. Бу кластерларда корхоналар (ташкилотлар, компаниялар) асосан билим, амалий тажриба ҳамда илмий тадқиқот натижалари алмашилиш мақсадида бирлашади. Бундай кластерларнинг муҳим хусусиятларидан яна бири инновацияларнинг яратилиш тезлиги юқори бўлиб, корхоналардаги ҳар бир ходим ҳам илмий, ҳам технологик жиҳатдан чуқур таҳсил олганлиги тақозо этади. Бундай кластердаги корхоналар ҳажми турлича бўлиб, трансмиллий корпорациялардан тортиб кичик корхоналар шаклида ҳам бўлиши мумкин.

Республикамызда бугунги иқтисодиётимизнинг жадал ривожлантириш учун инновацион янги саноат кластерларининг сонини ошириш тақозо этилмоқда.

Инновацион муҳит кластерида корхоналар ҳамкорлиги эмас, балки инсонлар ҳамкорлигига асосланади. Бундай инсонларга юқори интелект, тажрибавий тадқиқот, қизиқарли инновацион лойиҳалар яратишга қодир

бўлган салоҳиятли ходимлар ўзларининг билим, тажриба ва янги ғояларини алмашиши орқали корхоналар ҳамкорлиги – кластерлашни йўлга қуяди.

Жаҳон тажрибасидан келиб чиқиб, инновацион муҳит кластери кўп жиҳатдан 1990 йилларда француз олимлари Айдалот, Камагни ва Мелат томонидан олиб борилган тадқиқотлар натижасида қўлланилганлиги аниқланган. Юқорида таъкитланганидек, бундай инновацион муҳит кластерида корхоналар эмас, балки инсонлар қатнашади ҳамда бу инсонлар бир корхонада ёки ҳар хил корхоналарда ишлашлари мумкинлиги кластерларнинг муҳим жиҳатларидан ҳисобланади. Инновацион муҳит кластерида инсонлар ўзининг танишлари ва дўстлари билан билим алмашиш орқали корхоналар фаолиятини тубдан ўзгартиришлари мумкин. Жаҳон тажрибасида бундай кластерларга мисолларни кўплаб келтириш мумкин. Жумладан, Миланда жойлашган Емиля ва Романя фирмалари ҳамкорлиги шу типдаги кластерлашга асосланган бўлади. Бунда мазкур фирмалар ходимлари вақти - вақти билан қизиқарли инновацион лойиҳаларда ўзаро ҳамкорлик қилишади. Инновацион муҳит кластерининг яна бир ўзига хос жиҳати бошқа кластерлар каби инновация яратишни ўз олдига мақсад қўймайди, балки кўпроқ тажрибавий тадқиқотга асосланади. Шу сабабли бу турдаги кластерлар барқарор эмас. Республикамизда бугунги кунда мамлакатимиз иқтисодиётини тезкор суръатлар билан ривожлантириш ҳамда соҳани чуқур биладиган билимли инсонларни интеллектуал қобилиятидан самарали фойдаланиш мақсадида бундай типдаги кластерларни кўплаб ташкил этиш долзарб вазифалардан ҳисобланади.

Юқоридаги уч турдаги кластерларда корхоналар маҳаллий ишлаб чиқариш тармоғи сифатида бирлашади, яъни кластер қатнашчилари кўп мақсади умумий ва қизиқишлари деярли кесишмайди. Аммо баъзан бир бирига жуда яқин жойлашган корхоналарнинг бир бирига таъсири кам эканлигини кузатиш мумкин. Бу турдаги корхоналарнинг таъминотчилари узоқроқ жойларда ёки хорижда жойлашган бўлади. Бунга мисол сифатида Лондондаги Хертфордшир туманини келтириш мумкин

Таянч иборалар

Кластер, кластерлар сиёсати, кластерусули, бошқариш, инфратузилма, . ишлаб чиқариш, технология, интеллектуал кластерлар, саноат кластерлари, технологик кластерлар, стратегик дастурлар.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

- 1.Инновацион иқтисодиётда кластерлар сиёсатини шарҳлаб беринг.
- 2.Инновацион технологияларни амалга оширишда кластер усуллари кўллашнинг аҳамиятини ёритинг.
3. Инновацион кластерларни кўллаб-қувватлаш инфратузилмасини тавсифланг.
- 4.Инновацион кластерларни турларини ёритинг.
- 5.Инновацион кластерларни ташкил этиш афзалликларини айтинг.

ГЛОССАРИЙ

Инновация –бу қандайдир янги ёки сезиларли даражада яхшиланган маҳсулот (товар, хизмат) ёки жараёни, маркетингнинг янги услубини иш амалиётида, иш жойларини ташкил қилишда ёки ташқи алоқаларда янги ташкилий услубни истеъмолга киритишдир.

Инновацион фаолият - бу инновацияни амалга оширишга олиб келадиган ёки шу мақсад билан кўзлаб қилинган барча илмий, технологик, ташкилий, молиявий, тижорат, маркетинг ҳаракатлардир. Инновацион фаолият, шунингдек қандайдир аниқ инновацияни тайёрлаш билан тўғридан-тўғри боғлиқ бўлмаган тадқиқотлар ва ишланмаларни ўз ичига олади.

Технологик инновациялар - бу янги маҳсулот ва жараёнларни ишлаб чиқариш ва жорий этиш, шунингдек маҳсулот ва жараёнларни сезиларли такомиллаштириш; технологик жиҳатдан янги ёки сезиларли такомиллаштирилган хизматлар, янги ёки сезиларли такомиллаштирилган хизматларни ишлаб чиқариш (кўрсатиш) усуллари ишлаб чиқариш ва жорий этиш.

Маҳсулот инновацияси - бу янги ёки сезиларли даражада яхшиланган товар ва хизматларни жорий этишдир. Масалан, техника хусусиятлари, компонент ва материаллари, ичига ўрнатилган дастурий таъминоти, фойдаланувчи учун қўлайлиги ёки бошқа функционал хусусиятлари.

Жараён инновацияси - бу янги ёки сезиларли даражада яхшиланган ишлаб чиқариш ёки етказиб бериш услубини, техник жараёнлар, ускуналар ва ёки дастурий таъминотдаги сезиларли ўзгаришларни жорий этишдир.

Маркетинг инновацияси - бу фирма томонидан маркетингнинг янги услубини жорий этиш (маҳсулотнинг дизайни ва қадоклаш, уни жойлаштириш, нарх белгилаш, бозорга чиқариш) агарда у фирма томонидан биринчи марта ишлатилаётган бўлса.

Ташкилий инновация - бу фирманинг иш амалиётига янги ташкилий услубни жорий этиш.

Ноу-хау - бу ишлаб чиқариш сири ҳисобланган, эгаси бу маълумотларни учинчи шахслар томонидан ноқонуний ишлатилишидан ҳимоя қилиш ҳуқуқига эга бўлган, ҳимояловчи ҳужжатлар (масалан, патентлар) билан муҳофазаланмаган ва тўлиқ ёки қисман нашр қилинмаган техник, ташкилий ёки тижорат маълумотларидир.

Товар белгиси - бу бирор ишлаб чиқарувчининг товар ва хизматларини бошқа ишлаб чиқарувчининг ўхшаш товар ва хизматларидан фарқлаш учун мўлжалланган оригинал график тасвир, рақам, ҳарф ёки сўзларнинг бирикмасидир.

Ихтиро - бу турли соҳалардаги маҳсулотга (хусусан, қурилма, модда, микроорганизм штамплари, ўсимлик ва ҳайвонлар ҳужайраларига) ёки усулга (моддий объектлар устидан ҳаракатни амалга ошириш жараёнига) тегишли техник ечим.

Фойдали модел - бу мосламага тааллуқли техник ечим. Ишлаб чиқариш воситаларининг конструктив бажарилиши ва истеъмол қилиш предметлари ҳамда уларнинг таркибий қисми фойдали моделларга киради.

Саноат намуналари - бу саноат ёки ҳунармандлик буюмларининг ташқи кўринишини белгиловчи бадий-конструкторлик ечимидир.

Селекцион ютуқлар - бу ижодий меҳнат орқали ўсимликнинг янги нави ёки ҳайвонларнинг янги турини яратиш (аниқлаш) каби инсоннинг аниқ бир мақсадга қаратилган фаолиятининг натижасидир.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикасининг Қонунлари

1.1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. - Т.: Ўзбекистон, 2018.

1.2. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни: Ихтиролар, фойдали моделлар ва саноат намуналари тўғрисида, 1994 йил 6 май.

1.3. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни: Электрон ҳисоблаш машиналари учун яратилган дастурлар ва маълумотлар базаларининг ҳуқуқий ҳимояси тўғрисида, 1994 йил 6 май.

1.4. Ўзбекистон Республикасининг Фуқоролик Кодекси (1 қисм). -Т.: Ўзбекистон, 1995.

1.5. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни: Муаллифлик ва турдош ҳуқуқлари тўғрисида, 1996 йил 30 август.

1.6. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида” Қонуни, 2000 йил 25 май,

1.7. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни: Товар белгилари, хизмат кўрсатиш белгилари ва товар келиб чиққан жой номлари тўғрисида, 2001 йил 30 август.

1.8. Ўзбекистон Республикасининг “Инвестиция фаолияти тўғрисида”ги (янги таҳрирда) Қонуни, 2014 йил 9 декабрь.

II. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари ва қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари

2.1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ПФ-4947-сон Фармони.

2.2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 30 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги, ПК-3416-сон Қарори

2.3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 19 апрелдаги “Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлиги ҳузурида

Илғор технологиялар марказини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-3674 сон Қарори.

2.4.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 20 декабрдаги “Экспортга кўмаклашиш ва уни рағбатлантиришни кучайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори.

2.5.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 1 июлдаги “Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги интеллектуал мулк агентлиги фаолиятини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4380-сон Қарори.

2.6.Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 29 июль кuni қабул қилинган “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат саноатини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори

III.Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари ва маърузалари

3.1.Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатни биргаликда барпо этамиз. –Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2016

3.2.Мирзиёев, Шавкат Миромонович. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий яқунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза, 2017 йил 14 январь. – Т.: “Ўзбекистон”, 2017,

3.3.Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.- Т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018.

3.4.Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.//Халқ сўзи, 2018 йил 29 декабрь,

IV. Дарсликлар

- 4.1.Бабуринов В. Л. Инновационные циклы в российской экономике. М.: КРАСАНД, 2010.
- 4.2.Зубко Н.М. Экономическая теория. - Минск: НЦ АПИ, 1998.
- 4.3.Ижтимоий соҳа иқтисодиёти. Дарслик./и.ф.д., проф. Қ.Х. Абдурахмонов таҳрири остида. – Т.: Иқтисодиёт, 2013.
- 4.4.Кэмпелл Р.Макконнелл, Стенли Л.Брю. Экономикс: принципк, проблемк и политика. Том 1. –Таллин, 1993.
- 4.5.Носов А.М. Теория диффузии инноваций и инновационное развитие регионов России, Псков, 2015.
- 4.6.Портер М.Э.Конкуренция. Пер.с англ.-М.: Издат. Дом “Вильямс”, 2001.
- 4.7.Салихов С.А. Инновацион фаолиятни бошқариш. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2013.
- 4.8.Солиев А., Бузрукхонов С. Маркетинг. Бозоршунослик. Дарслик. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2010.
- 4.9. Фатхудинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник,— СПб.: Питер, 2004.
- 4.10. Xodiyev B.Y., Shodmonov Sh.Sh. .Iqtisodiyot nazariyasi: Darslik. – Т.: “Barkamol fayz media”, 2017.
- 4.11.Ergashxo‘jayeva Sh.J. Innovatsion marketing. Darslik. – Т.: Cho‘lpon nomidagi NMIU, 2014.
- 4.12.Ўлмасов А., Вахобов А.. Иқтисодиёт назарияси. -Т.: “Шарқ” нашриёти, 2010.

V. Ўқув қўлланмалар

- 5.1.Abdusattarova X.M. Innovatsiya strategiyasi. O‘quv qo‘llanma - Т.: TDIU, 2011.
- 5.2.Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И. В.Ильичева. - Ульяновск: УлГТУ, 2012.

5.3. Taraxtiyeva G.K. Innovatsion menejment. O'quv qo'llanma. – T.: «Fan va texnologiya», 2013.

5.4. Тўхлиев Н. Бозорга ўтишнинг машаққатли йўли. – Т.: "Ўзбекистон", 1999.

5.5. Ульяновский А.В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума / А.В. Ульяновский - М.: ЭКСМО, 2008.

5.6. Яковенко М. Н. Экономика и организация инновационной деятельности : учебное пособие / М. Н. Яковенко, Е. О. Коваленко, В. В. Ровенская. –Краматорск:ДГМА, 2011.

VI. Монографиялар

6.1. Шавқиев Э.Ш. Тадбиркорлик – аҳоли фаровонлигини оширишда асосий омил. //Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар. Монография. Муаллифлар жамоаси – Т.: "Fan va texnologiya", 2019.

6.2. Эргашев Р.Х. Иқтисодиётни инновацион ривожлантиришнинг илмий-назарий ва ҳуқуқий асослари. //Иқтисодиётни инновацион ривожлантириш истиқболлари. Монография. Муаллифлар жамоаси. – Т.: "Iqtisod-Moliya", 2019.

VII. Интернет сайтлари маълумотлари

7.1. Инновацион технопаркларнинг ташкил этилиши ва фаолият юритиши тартибга солинади. www.kun.uz / Ўзбекистон 13.11.2018 18:16 951

7.2. Ўзбекистон Бутун жаҳон интеллектуал мулк ташкилотининг икки универсал халқаро шартномаси иштирокчисига айланади. www.kun.uz / Ўзбекистон, 17.07.2019, 862

7.3. www.маркетинг.кҳарков.уа/маркетинг/сетевой-маркетинг.ҳтмл

МУНДАРИЖА

Мавзулар номи ва ўрганиладиган саволлар	Бетлар
Кириш	3
1-Модул. “Инновацион иқтисодиёт” фанининг назарий асослари	9
1-мавзу. “Инновацион иқтисодиёт” фанига кириш	9
1.1. Инновацион иқтисодиёт – фан ва ўқув курси сифатида	9
1.2. “Инновацион иқтисодиёт” – иқтисодиёт фанларининг таркибий қисми ва билимлар соҳаси	11
1.3. “Инновацион иқтисодиёт” фанининг мазмуни, мақсадлари ва бошқа фанлар билан алоқаси	15
2-мавзу. Иқтисодиётда инновацион фаолиятнинг ўзига хос хусусиятлари	22
2.1. Инновациялар ҳаракати, унинг ҳаётийлик даври ва босқичлари	22
2.2. Иқтисодиётда инновацион бозорни бошқариш услубияти, инновацион жараённинг гипотезалари	25
3-мавзу. Инновацион иқтисодиётнинг илмий-услубий асослари	28
3.1. Инновацион иқтисодиётда инновацион фаолият ва инновацион инфратузилма зарурлиги, вазифалари ва аҳамияти	28
3.2. Инновацион иқтисодиётда инновацион инфратузилма турлари	30
3.3. Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва уни қўллаб-қувватлашнинг илмий-услубий асослари	35
4-мавзу. Инновацион фаолият инфратузилмасининг ташкилий-иқтисодий механизмлари	39
4.1. Инновация фаолият инфратузилмасининг аҳамияти.	39
4.2. Инновацион ишланмалар устида фаолият юритадиган субъектлар	45
4.3. Инновацион тадбиркорликни ривожлантириш ва уни қўллаб-қувватлаш	52
5-мавзу. Инновацион иқтисодиётни ривожлантириш омиллари	61
5.1. Корхоналарда инновацион фаолиятда иқтисодий усуллар, инновацион бошқариш (менежмент) усулларида фойдаланиш	61
5.2. Инновацион фаолият самарадорлиги ва корхоналарда инновацион салоҳиятни ошириш	62
6-мавзу. Инновацион иқтисодиётда инсон омилини фаоллаштириш	66
6.1. Инновацион тизимда инсон омили, ўрни ва аҳамияти	66
6.2. Инсон омилини фаоллаштириш асосида инновацион соҳада корхонани бошқариш	68
6.3. Кадрларни танлаш, улар фаолиятини баҳолаш ва рағбатлантириш асосида инновацион фаолликни таъминлаш	73

ТИЗИМИ	
7-мавзу. Инновацион иқтисодиётда хизматлар бозорини ривожлантириш	81
7.1.Инновацион иқтисодиёт шароитида хизматлар бозорининг мазмун-моҳияти ва аҳамияти	81
7.2.Хизматлар бозорининг мамлакат иқтисодиётининг ривожланишида тутган ўрни	87
7.3.Ўзбекистонда инновацион хизматлар бозорини ривожлантириш йўллари	92
8-мавзу. Инновацияларнинг соҳалар бўйича турлари	99
8.1. Инновацияларни иқтисодиётнинг турли ўзгаришлар таъсирида шаклланиш зарурияти. Инновацион сиёсат ва инновацион стратегия.	99
8.2. Инновацион лойиҳалар, соҳалар бўйича инновацион турлар	103
2-Модул. Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар	107
9-мавзу. Иқтисодиётда инновацион технологиялардан самарали фойдаланиш	107
9.1. Инновацион технологиялар ва улардан корхоналарда фойдаланиш зарурияти, уларни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари	107
9.2. Инновацион ривожланиш индекаторлари (кўрсаткичлари)	112
10-мавзу. Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий тажрибалардан фойдаланиш	115
10.1. Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда хорижий тажрибаларни ўрганиш зарурияти. Ривожланган давлатлар – АҚШ, Япония давлатларининг Ўзбекистоннинг инновацион иқтисодиёти учун муҳим жиҳатлари	115
10.2. Инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда айрим ривожланаётган хорижий давлатлар сабоқлари	119
10.3. Хитой давлати тажрибаси ундан республикамызда инновацион иқтисодиётни ривожлантиришда фойдаланиш мумкин бўлган жиҳатлари	120
11-мавзу. Корхоналарда экспорт салоҳиятини оширишда инновацион маркетинг технологияларидан самарали фойдаланиш	127
11.1.Корхоналарга инновацион маркетинг жорий этишнинг аҳамияти	127
11.2.Ўзбекистон Республикасида замонавий инновацион маркетинг стратегияларини жорий этиш масалалари	131
11.3.Корхоналарда экспорт имкониятларини кенгайтиришда инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш йўллари	135
12-мавзу. Ўзбекистон миллий инновацион тизими	144

12.1. Миллий инновацион тизим тушунчаси ва уни республикамиздаги зарурияти.	144
12.2. Миллий инновацион тизимни ривожлантиришда жаҳон тажрибаси ва уни республикамизда қўллаш имкониятлари	146
12.3. Республикамизда миллий инновацион тизимни тараққий эттиришнинг устувор йуналишлари	150
13-мавзу. Интеллектуал капитал, интеллектуал мулкни шакллантириш ва бошқариш	153
13.1. Интеллектуал капиталнинг моҳияти ва таркибий тузилиши	153
13.2. Интеллектуал мулкни бошқариш	159
13.3. Ўзбекистонда интеллектуал мулкнинг муҳофазаланиши	165
13.4. Ўзбекистоннинг халқаро интеллектуал мулк ташкилотлари билан алоқалари	170
14-мавзу. Илмий кашфиётлар, ихтиролар ва лицензиялаш	173
14.1. Илмий кашфиёт, ихтиро тушунчаларининг моҳияти ва уларнинг республикамиз инновацион иқтисодиётидаги аҳамияти	173
14.2. Патентлар лицензияларга эга бўлиш тартиби. Лицензия асосида инновацион фаолият юритиш	176
15-мавзу. Инновацион иқтисодиётда менежмент стратегиялари	180
15.1. Замонавий инновацион стратегияларнинг моҳияти ва турлари. Инновациялар маркетинги концепцияси.	180
15.2. Илмий тадқиқот, ишланма ва технологияларни натижаларини тижоратлашуви стратегиясини ишлаб чиқишда мақсадли бозор таҳлили.	186
15.3. Юқори технологик маҳсулотларнинг маркетинг хусусиятлари. Бозорга киришнинг диффузия модели. Юқори технологик маҳсулотлар харидорининг хусусиятлари. Бозорни баҳолаш. Чегаравий нарх. Нархни белгилаш усули.	196
15.4. Интеллектуал мулк бозори параметрлари инновациянинг тижорат потенциалини баҳолаш ва бошқарув қарорларини қабул қилиш учун ахброт сифатида.	207
16-мавзу. Инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш	213
16.1. Инновацион маркетинг моҳияти ва инновацион фаолиятни ташкил этиш жараёнлари	213
16.2. Инновацион маркетингга таъсир этувчи омиллар ва инновацион маркетинг фаолияти самарадорлиги	219
16.3. Инновацион бозорда рақобатни баргараф этиш чоралари	220
17-мавзу. Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш тизими	225
17.1. Инновацион лойиҳаларни молиялаштириш элементлари, манбалари ва шакллари	225
17.2. Давлат томонидан ва бошқа шакллар асосида инновацион дастурларни молиялаштиришнинг муҳим жиҳатлари	226

18-мавзу. Иқтисодиётда инновацион кластерни шакллантириш зарурияти	232
18.1. Инновацион иқтисодиётда кластерлар сиёсати, ўзига хос хусусиятлари ҳамда кластер усуллари қўллашнинг аҳамияти	232
18.2. Инновацион фаолиятни кластер усулини қўллаш асосида давлат томонидан бошқариш. Ўзбекистонда инновацион кластерлар.	236
18.3. Инновацион иқтисодиётда инновацион кластерларнинг асосий турлари	238
Глоссарий	243
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	245