



INNOVATSION RIVOJLANISHNI MIKRO DARAJADA TADQIQ ETISH

Yuldasheva Nilufar Abdvaxidovna

Farg'ona politexnika instituti

Menjement kafedrasida dotsenti, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori

Tel: +998 94 133 16 15

MAQOLA HAQIDA

Qabul qilindi: 24-mart 2024-yil

Tasdiqlandi: 26-mart 2024-yil

Jurnal soni: 10

Maqola raqami: 26

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v10i10.920>

KALIT SO'ZLAR/ Ключевые слова/

keywords

innovatsiya, texnologiya, strategiya,
innovatsion strategiya, rivojlanish,
korxonalar, strategik boshqaruv.

ANNOTATSIYA

Innovatsion omillarning ahamiyati ortib borayotganligi sababli, moliyaviy ma'lumotlarni tahlil qilishga asoslangan modellar korxonalar faoliyatining qonuniyatlarini tushunishga kamroq imkon beradi va innovatsion rivojlanish bo'yicha boshqaruv qarorlari uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Innovatsion faoliyat kabi murakkab hodisani tushunish uchun moliyaviy faoliyat bilan bir qatorda moliyaviy bo'lmagan, birinchi navbatda, sifatli ma'lumotlardan foydalanish tendensiyasi kuchaymoqda. Kompaniya iqtisodiyoti bo'yicha tadqiqotlarda sifatli ma'lumotni hisobga olish yo'nalishlaridan biri strategik tahlil metodologiyasini moslashtirishdir, ammo uning muhim kamchiliklari shundaki, u asosan kompaniyadan tashqaridagi omillarni tahlil qilish doirasida tahlil qilishga qaratilgan. - pozitsion yondashuv deb ataladi. Shu bilan birga, innovatsion va sanoat rivojlanishining qonuniyatlarini tushunish uchun muayyan korxonalar va tarmoqlarning innovatsion faoliyatidagi muvaffaqiyatni tushuntiruvchi kompaniya ichidagi omillarni tahlil qilish juda muhimdir. Shu jihatdan maqolada korxonalarda innovatsion jarayonlar tadqiq etilgan. Korxonalarda innovatsion strategiyalarni tatbiq etish yo'nalishlari bo'yicha takliflar keltirilgan. Innovatsion strategiyalarni shakllantirish usullari, korxonalar rivojlantirishning faol innovatsion strategiyalari yoritib berilgan.

Kirish. Innovatsion strategiyani ishlab chiqish va amalga oshirish sanoat korxonasi uchun muhim vazifa sanaladi. Uni shakllantirish asosida korxonalar innovatsion rivojlanishining aniq ko'rsatmalarini aniqlash imkoniyati yaratiladi.

Zamonaviy ilmiy tadqiqotlarda korxonalar innovatsion strategiyalarini shakllantirish bo'yicha umumiy qabul qilingan nazariy qoidalar va uslubiy ishlanmalar hali taqdim etilmagan. Mahalliy ilmiy adabiyotlarda "innovatsion rivojlanish strategiyasi"ning mohiyatini tushunishga turlicha yondashuvlar mavjud¹.

Umuman olganda, xo'jalik yurituvchi subyektlarning innovatsion rivojlanish strategiyasi faoliyatning shakllantirilgan strategik maqsadlariga (kelajakda barqaror, innovatsion rivojlanish, talabning o'sishi, innovatsiyalarga asoslangan raqobatbardoshlik) erishishning vositasi degan xulosaga kelishga imkon beradi. Bunday strategiya tadbirkorlik subyektlarining uzluksiz rivojlanishini ta'minlashga, faoliyatning turli sohalariga innovatsiyalarni joriy etishga qaratiladi. Yaxshi ishlab chiqilgan va amalga oshirilgan innovatsion strategiya tadbirkorlik subyektlarining bozor qiymatini sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi.

Asosiy tendentsiyalardan biri innovatsion tizimlarni o'zgartirishga ekotizim yondashuvini qo'llashdir. Innovatsion ekotizimlar - bu o'z-o'zini rivojlantirish, o'z-o'zini tashkil etish va o'z-o'zini tartibga solish xususiyatlari bilan belgilanadigan innovatsion tizimlarning ilg'or shakli bo'lib, innovatsion jarayonning manfaatdor tomonlari o'rtasidagi o'zaro ta'sir jarayoni uning tuzilishining boshida joylashgan. Innovatsion ekotizimlarga o'tish bizga ko'plab cheklavlarni yengib o'tishga, birinchi navbatda, G.Ikovitsning "uchlik spiral" modeli muammosini hal qilishga, ya'ni 3 guruh ishtirokchilarining: innovatsion jarayon: davlat, biznes va ilm-fanning o'zaro ta'siri uchun qulay shart-sharoitlarni shakllantirishga imkon beradi, bu bir nechta sinergiya ta'siriga olib kelishi mumkin.

Tizimlarni raqamlashtirish va raqamli transformatsiya qilish oxirgi yillardagi obyektiv tendensiya bo'lib, innovatsion ekotizimlarni shakllantirish jarayoni uchun qulay omil bo'lib xizmat qilmoqda. Raqamli texnologiyalardan foydalanish tizim ishtirokchilari o'rtasida yuqori darajadagi o'zaro aloqalarni amalga oshirish imkonini beradi, innovatsion jarayonlarni tezlashtiradi, "ochiq innovatsiyalar" modellari uchun asos yaratadi va mintaqaviy tizimlarning yuqori darajadagi differentsiatsiyasini kamaytiradi. Raqamli platformalar innovatsion ekotizimlarni shakllantirish va rivojlantirish vositasi sifatida zamonaviy sharoitlarda muhim ahamiyatga ega, chunki ular allaqachon mikro darajadagi tizimlarda, xususan, korporativ tizimlarda sinovdan o'tgan va shu bilan yuqori samaradorlikni aks ettiradi.

Adabiyotlar tahlili. Korxonalar innovatsion strategiyasini ishlab chiqishning nazariy va amaliy masalalari ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan ko'rib chiqiladi. Biroq, bozorning dinamikligi va ekzogen omillarning korxonalar rivojlanishiga ta'siri, biznes-jarayonlarning raqamli transformatsiyasining tez o'sishi, shuningdek, milliy iqtisodiyotda innovatsion rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish asosida korxonalar

rivojlanishini ta'minlaydigan uslubiy vositalarni shakllantirish bilan bog'liq fundamental tadqiqotlar hozirda yetarli emas.

T.Brayan va B.Tvissning fikricha, innovatsiya bozor sharoitida intellektual faoliyat mahsuli iqtisodiy asos oladigan jarayondir. Ular bunday mahsulotni ixtiro, g'oya, ma'lumot, nou-xau deb hisoblashadi.

B.Santo (2007) innovatsiyani yangi ixtiro va g'oyalarni amaliyotga tatbiq etish vositasi, takomillashtirilgan mahsulotlar, mahsulot rentabelligini oshirishga yordam beruvchi yangi texnologiyalar paydo bo'lishiga olib keladigan ijtimoiy, texnik va iqtisodiy jarayon deb hisoblaydi. Innovatsion jarayon, uning fikricha, faoliyat - ilmiy tadqiqotlar, ishlanmalar, marketing va boshqalar orqali o'tadi².

G.M.Gvishiani innovatsion jarayonni yangi mahsulot bozori uchun yoki jamiyatning mavjud ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish uchun yangi amaliy vositalarni (innovatsiyalarni) yaratish, foydalanish va tarqatish amalga oshiriladigan kompleks deb hisoblaydi.

N.I.Lapin (2007) innovatsiyani tor doirada yangi mahsulot yaratish usuli sifatida ko'radi. Agar biz kengroq fikr yuritadigan bo'lsak, innovatsiya inson hayotining butunligi sifatida madaniyatning progressiv rivojlanishining yo'lidir³.

Avstriyalik olim J.Shumpeter (2010) innovatsiyani tadbirkorlikni rivojlantirish mahsuli sifatida belgilaydi⁴.

Tadqiqot metodologiyasi. Ilmiy tadqiqotni amalga oshirishda induksiya va deduksiya, tahlil va sintez, tarkibiy tahlil, statistik tahlil, abstrakt-mantiqiy fikrlash kabi usullar qo'llanilgan. Maqolaning uslubiy asosi sifatida xorijiy va milliy iqtisodchi olimlarning adabiyot va maqolalari tahlil qilingan.

Tadqiqot natijalari. Innovatsion strategiyani yaratish bir vaqtning o'zida, ayrim hollarda strategik boshqaruvning bir nechta darajalarida amalga oshiriladi: korporativ, biznes bo'linmalari, funksional.

Innovatsion strategiya xo'jalik yurituvchi subyektlarning korporativ strategiyadan tortib to operatsion gacha bo'lgan barcha strategiyalariga birlashtiriladi. Ushbu strategiya strategik innovatsion rivojlanishning ustuvor yo'nalishlarini, ularga erishish algoritmlarini aniqlash va belgilash bo'yicha maqsadli faoliyatni o'z ichiga olib, boshqaruv va ishlab chiqarishning yangi sifatini ta'minlaydi. Shu bilan birga, korxonalar innovatsion salohiyati tufayli ustuvorliklarga erishishda ma'lum cheklavlarga ega. Shunga ko'ra, innovatsion strategiyaning mazmuni korxonalar innovatsion faoliyatining o'ziga xos xususiyatlariga, funksional strategiyalar, innovatsion korporativ strategiya va biznes strategiyalari o'rtasidagi munosabatlarga bog'liq.

Korxonalar innovatsion strategiyasini shakllantirish hayotiy sikl nazariyasiga asoslanishi, uning bozordagi mavqeini, innovatsion siyosatini hisobga olishi kerak. Buning uchun mavjud resurs bazasini (iqtisodiy, marketing, ilmiy-konstruktorlik, texnologik, ishlab chiqarish, kadrlar, nomoddiy, moliyaviy, axborot-kommunikatsiya va boshqalar) va undan foydalanish imkoniyatlarini hisobga olish muhim ahamiyatga ega. Bundan

¹ Аньшин, В.М. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития [Текст] / В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. – 3-е изд., перераб., доп. – М.: Дело, 2007. – 584 с.

² Медьнский, В. Г. Инновационный менеджмент / В. Г. Медьнский. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 295 с

³ Медьнский, В. Г. Инновационный менеджмент / В. Г. Медьнский. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 295 с

⁴ Янченко, Е. В. Современные реалии инновационного развития и его инвестиционное обеспечение / Е. В. Янченко // Экономика и управление. – 2010. – № 4. – С. 92–96.

tashqari, ta'sirning quyidagi tashqi va ichki omillarini hisobga olish talab etiladi:

- tadbirkorlik subyektlarining faoliyat doirasi;
- xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarning assortimenti va nomenklaturasi;
- mahsulotlarning hayotiy sikli;
- loyihalarni amalga oshirish yoki diversifikatsiya qilishda tavakkalchilik darajasi;
- innovatsion salohiyatni shakllantirish;
- korxonaning korporativ (umumiy) rivojlanish strategiyasi bilan innovatsion strategiyani amalga oshirish;
- xo'jalik yurituvchi subektning innovatsion strategiyasini amalga oshirish uchun resurslar va boshqa imkoniyatlarning mavjudligi;
- ilmiy-texnikaviy axborot va innovatsion bozor holati monitoringi va boshqalar.

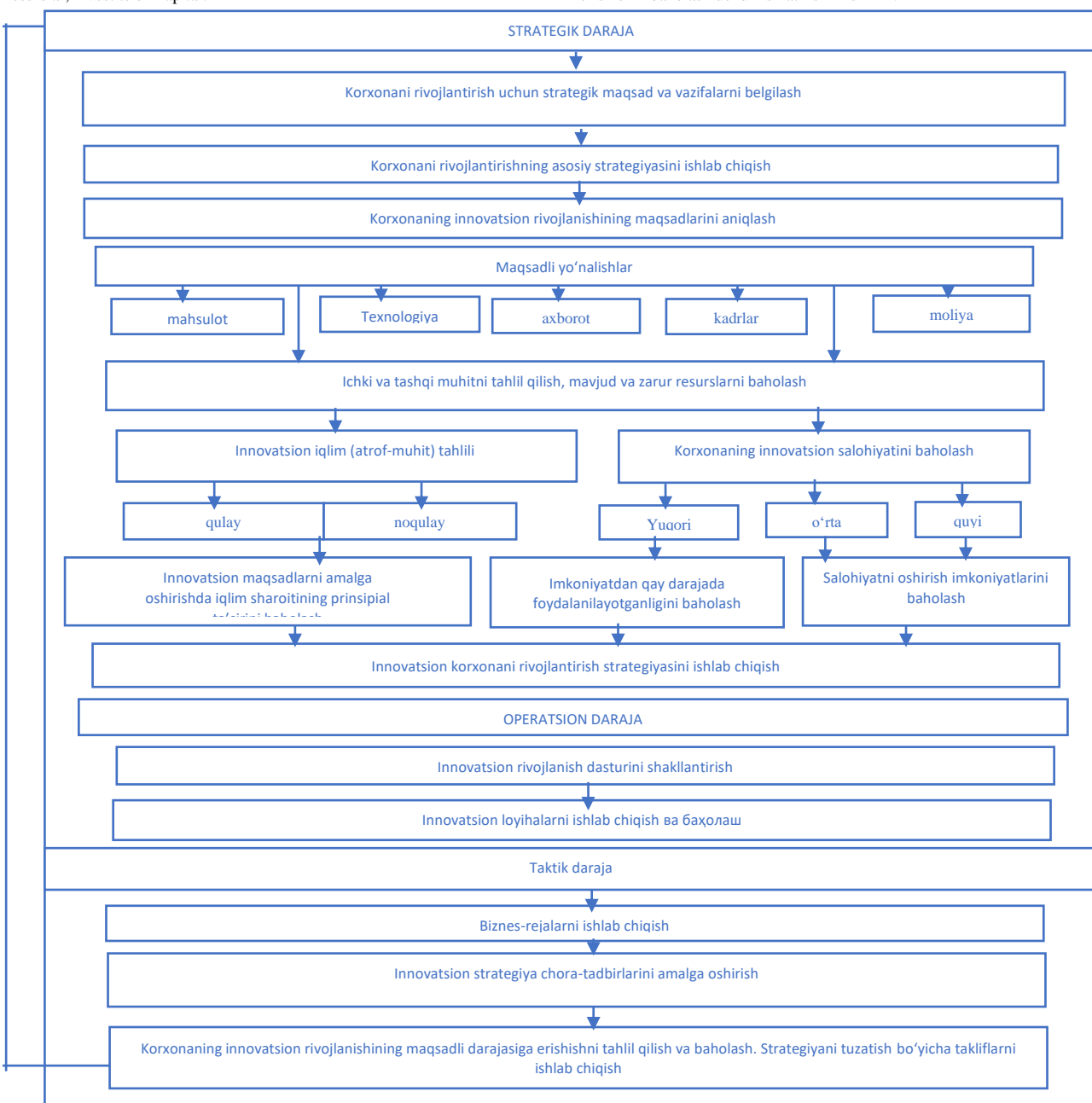
Korxonalar uchun innovatsion strategiyani ishlab chiqish jarayonida innovatsion rivojlanishni strategik boshqarishni samarali amalga oshirish zarur, bu birinchi navbatda har bir boshqaruv obyekti doirasida maqsadlarni belgilashni o'z ichiga oladi. Boshqaruv obyektlari sifatida quyidagilar belgilanadi: mahsulotlar, texnik kapital (asosiy ishlab chiqarish fondlarining faol qismini tashkil etuvchi obyektlar majmuasi, boshqaruv, ilmiy-tadqiqot ishlarni tashkil etish, ishlab chiqarishni texnik tayyorlash va mahsulot tayyorlash bilan bog'liq nomoddiy aktivlar), inson, axborot va moliyaviy resurslar, investitsion kapital.

Parametrlar, ko'rsatkichlar to'plami bilan tavsiflangan barcha boshqaruv obyektlariga ko'plab omillar ta'sir qiladi va ma'lum usullarni qo'llash va tegishli tadbirlarni amalga oshirish tufayli ular innovatsion rivojlanishni strategik boshqarishning umumiy maqsadlariga erishish imkoniyatiga ega bo'ladi. Innovatsion faoliyat samaradorligini, innovatsion salohiyatni oshirish, boshqarish xarajatlarining oshishiga olib keladi.

Innovatsion o'zgarishlar mahsulot, texnologiyalarga bo'lgan talab, mahsulotlarning hayotiy siklini hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak. Bu shuni ko'rsatadiki, innovatsion strategiya korxonaning umumiy rivojlanish strategiyasiga kiritilishi darkor. Taklif etilayotgan modelni qo'llash xo'jalik yurituvchi subektlarga innovatsion jarayonni strategik rivojlanish maqsadlari bilan bog'lash imkonini beradi.

Xo'jalik yurituvchi subyektlarning har bir funksional bo'limi innovatsion rivojlanishning belgilangan strategik maqsadlari va strategik ko'rsatkichlariga muvofiq ishlaydi. Tadbirkorlik subektlari faoliyatining erishilgan maqsadlarini baholash amalga oshiriladigan strategik yo'riqnomalar quyidagi talablarga javob berishi kerak: muddatga ega bo'lishi; o'lchanadigan (miqdoriy yoki sifat jihatidan), haqiqiy, aniq shakllantirilgan, tashkilotning tarkibiy bo'linmasining har bir xodimiga yetkazilgan bo'lishi; bir-birini to'ldirishi.

Strategik yo'nalish bir nechta tarkibiy bo'linmalarda (funksional bo'limlarda) asosiy ko'rsatkichlardan biri bo'lishi mumkin va maqsadlarga erishishni baholash uchun ishlatilishi mumkin.



1-rasm. Korxonaning innovatsion rivojlanishini boshqarish modeli⁵

⁵ Muallif ishlanmasi

Innovatsion strategiyalarni shakllantirish quyidagilarga asoslanishi taqozo etiladi:

— innovatsion rivojlanishning tashqi va ichki omillari o'zgarishining manbalari va sabablari to'g'risidagi har tomonlama, to'liq va ishonchli ma'lumotlarga asoslangan tahliliy, ilmiy-texnikaviy axborot tizimi;

— innovatsion, ilmiy-texnikaviy prognoz va dasturlash majmuasi, buning natijasida strategik innovatsion rivojlanish maqsadlariga muvofiq ilmiy-tadqiqot va ishlanmalarning ustuvor yo'nalishlari aniqlangan;

— ilmiy-texnik tadqiqotlar va ishlanmalarni muvofiqlashtirish va ekspertizadan o'tkazish tizimi;

— intellektual mulkni huquqiy ta'minlash va boshqaruv konsalting kompleksi;

— menejrlarni rivojlantirish va kasbiy tayyorlash tizimi;

— boshqaruv tuzilmasi, iqtisodiy, innovatsion faoliyat infratuzilmasining barcha tarkibiy qismlarining samarali ishlashini ta'minlash imkonini beruvchi axborotlashtirish va aloqa tizimi.

Innovatsiyalarni joriy etish zarurati korxonada hayotiy siklining har qanday bosqichida paydo bo'ladi: o'sish va barqarorlik bosqichlarida raqobatlashish, bozor o'rni egallash yoki saqlab qolish; omon qolish

yoki faoliyatni qisqartirish bosqichlarida inqirozni bartaraf etish, korxonaning hayotiy siklini uzaytirish, keyingi o'sish va rivojlanishni barqarorlashtirish bilan harakat yo'nalishlarini tanlash uchun innovatsion yondashuvlarni joriy etish talab etiladi.

Yuqori raqobat va doimiy bozorga yo'naltirilganlik sharoitida korxonalarining asosiy strategiyalarining innovatsion strategiyalari bilan birlashtirilishi kerak. Ko'pgina tadqiqotchilar⁶ innovatsion rivojlanish uchun eng keng tarqalgan strategiyalar sifatida hujum, mudofaa va taqlid strategiyalarini ko'rsatadilar. Tadqiqot doirasida L.M. Gelman, M.I. Levin, V.M. Polterovich, V.A. Spivak kabi iqtisodchilar tomonidan taklif qilingan yondashuvni ishlab chiqamiz. Bu innovatsion strategiyalarni faol va passiv turlarga bo'lish bilan tavsiflanadi.

Texnologik deb ham ataladigan faol strategiya turi - bu tegishli "javob" innovatsiyalarini amalga oshirishdan iborat bo'lgan korxonaning tashqi va ichki o'zgarishlarga faol munosabati bilan belgilanadi (1-jadval). Ushbu turdagi strategiyalarni qo'llashda rivojlanish korxonada faoliyatining tarkibiy qismlaridagi sifat o'zgarishlari tufayli yuzaga keladi, bu ishlab chiqarish jarayonining xususiyatlariga, tashkiliy tuzilmalariga va umuman rivojlanish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

1-jadval

Korxonalarini rivojlantirishning faol innovatsion strategiyalari belgilari⁷

Innovatsion strategiya	Tavsifi	Tegishli asosiy strategiya	Innovatsiya turlari, qo'llash shartlari
Faol generator strategiyasi	Ilg'or ishlanmalarga mos keladigan mutlaqo yangi g'oyalar, modellar, texnologiyalar, analoglari bo'lmagan (va tegishli sohalarida) mahsulotlarni ishlab chiqish. Innovatsiyalarni yaratish, ularni qo'llab-quvvatlash, amalga oshirish, uzatish va marketing uchun maksimal motivatsiyaga qaratilgan	O'sish	Boshqaruv, mahsulot, operatsion, strategik innovatsiya. ITTKI bazasi, yuqori darajadagi mutaxassislar va menejrlarning mavjudligi; bozor, marketingni tashkil etish bo'yicha yuqori darajadagi bilim. Yetakchilik va innovatsiyalarni yaratish
Faol innovator strategiyasi	Taklif bilan bozorga kirish imkoniyatini beradi bozorlarning turli segmentlari va turlarida (tovarlar, kapital va boshqalar) innovatsiyalarni o'zida mujassam etgan. Yangi bilimlar yaratiladi, innovatsion faollik darajasi va texnik kapital sezilarli darajada oshib boradi	O'sish	Qisman strategik va boshqaruv innovatsiyalari, asosan mahsulot va operatsion. Bozor haqidagi bilimlarning mavjudligi, texnik va texnologik bazaning yuqori darajada rivojlanishi, kuchli moslashuvchan qobiliyatlari
Faol taqlidchi strategiyasi	Patentlar, litsenziyalar olishda mavjud innovatsiyalarga taqlid qilishga yo'naltiriladi; innovatsion salohiyatdan samarali foydalanish uchun innovatsion faoliyat va texnik kapitalning eng yuqori darajasiga erishish imkonini beradi	O'sish, barqarorlik	Strategik innovatsiyalar, birinchi navbatda mahsulot va operatsion. Kerakli resurslarning mavjudligi, adekvat yangi texnologiyani joriy etish bo'yicha mutaxassislar, menejrlarning malakasi
Konservativ faol strategiya	U standart ommaviy mahsulotlarni ishlab chiqarishga, texnologik qarz olishga, o'zlashtirilgan assortimentni, mahsulot assortimentini yaxshilash bilan bog'liq texnologiyalarni olishga qaratiladi	O'sish, barqarorlik	Qisman strategik innovatsiyalar, birinchi navbatda mahsulot va operatsion. Eng yangi texnologik jarayonlar, takomillashtirilishi mumkin bo'lgan mahsulotlar mavjudligini talab qiladi

Korxonada faol-passiv strategiyalardan faol innovatsion strategiyalar va marketing innovatsiyalarini yangi mahsulotga nisbatan ham, asosiy assortiment doirasida ham birlashtiruvchi murakkab tizim sifatida qo'llaydi (2-jadval). Rivojlanish korxonada faoliyatining tarkibiy

qismlaridagi sifat va miqdoriy o'zgarishlar tufayli yuzaga keladi, bu har doim ham ishlab chiqarish jarayonining xususiyatlariga, tashkiliy tuzilmalariga va umuman rivojlanish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

2-jadval

Korxonalarini rivojlantirishning faol-passiv innovatsion strategiyalari belgilari⁸

Innovatsion strategiya	Tavsifi	Tegishli asosiy strategiya	Innovatsiya turlari, qo'llash shartlari
Faol-passiv innovator strategiyasi	Bu bozorning turli segmentlari va turlarida (mahsulot, kapital va boshqalar) o'zlashtirilgan innovatsiyalar taklifi bilan bozorga kirish imkoniyatini beradi. Yangi bilimlar yaratiladi, innovatsion faollikning barqaror darajasi	O'sish	Strategik innovatsiyalar, birinchi navbatda mahsulot va operatsion. ITTKI bazasi, mutaxassislar va menejrlarning mavjudligi; bozor bilimi, marketingni tashkil etish
Faol-passiv taqlidchi strategiyasi	Nou-xau, patentlar, litsenziyalar olish orqali mavjud innovatsiyalarga taqlid qilishga	O'sish, barqarorlik	Mahsulot va operatsion innovatsiyalar. Mutaxassislar va menejrlarning,

⁶ Лапин, Н.И. Теория и практика инноватики [Текст] / Н.И. Лапин // М.: Университетская книга: Логос, 2008. – 328 с

⁷ Muallif ishlanmasi

⁸ Muallif ishlanmasi

	yo'naltiriladi; innovatsion salohiyatdan samarali foydalanish uchun innovatsion faollik va texnik kapitalning barqaror darajasini saqlab qolish imkonini beradi		resurslarning mavjudligi; bozor bilimi, marketingni tashkil etish
Faol taqlidchi strategiyasi	Patentlar, litsenziyalar olishda mavjud innovatsiyalarga taqlid qilishga yo'naltiriladi; innovatsion salohiyatdan samarali foydalanish uchun innovatsion faoliyat va texnik kapitalning eng yuqori darajasiga erishish imkonini beradi	O'sish, barqarorlik	Strategik innovatsiyalar, birinchi navbatda mahsulot va operatsion. Kerakli resurslarning mavjudligi, adekvat yangi texnologiyani joriy etish bo'yicha mutaxassislar, menejerlarning malakasi
Faol-passiv konservativ strategiya	Standart ommaviy mahsulotlarni ishlab chiqarishga qaratilgan texnologik jarayonlarni biroz takomillashtirish o'zlashtirilgan assortimentni, mahsulot assortimentini yaxshilash uchun xarakterlidir.	Barqarorlik	Qisman mahsulot, operatsion innovatsiyalar. Bozorda takomillashtirilishi mumkin bo'lgan mahsulotlar uchun eng yangi texnologiyalar mavjudligi taxmin qilinadi

Passiv yoki marketing innovatsion strategiyalari asosan marketing innovatsiyalari hisoblanadi. Korxonalar mahsulotning farqlanishi nuqtai nazaridan innovatsiyalarni joriy etish strategiyasini tanlashi mumkin, bunda uning raqobatdosh ustunliklari ko'proq ta'minlanadi⁹. Bunday strategiya ma'lum kamchiliklarga ega bo'lgan takomillashtiruvchi

innovatsiyalardan foydalanish bilan bog'liq (3-jadval). Rivojlanish faoliyat jarayonining tarkibiy qismlarining miqdoriy o'zgarishlari tufayli amalga oshirilib, ishlab chiqarish jarayoniga, tashkiliy tuzilmalarga, umuman rivojlanish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

3-jadval

Korxonalarini rivojlantirishning passiv innovatsion strategiyalari belgilari¹⁰

Innovatsion strategiya	Tavsifi	Tegishli asosiy strategiya	Innovatsiya turlari, qo'llash shartlari
Passiv taqlidchi strategiyasi	Patentlar, litsenziyalar sotib olish orqali mavjud innovatsiyalarga taqlid qilishga yo'naltirilgan; innovatsion salohiyatni shakllantirish va undan foydalanish sharti bilan innovatsion faoliyat va texnik kapitalning minimal darajasini saqlab qolish imkonini beradi	Barqarorlik	Mahsulot va operatsion innovatsiyalar. Tegishli darajadagi mutaxassislar va menejerlarning mavjudligi; bozor bilimi, marketingni tashkil etish
Passiv konservativ strategiya	Standart ommaviy mahsulotlarni ishlab chiqarishga qaratilgan, texnologik jarayonlarning biroz yaxshilanishi, assortiment va nomenklaturaning biroz yaxshilanishi xarakterlidir.	Omon qolish	Minimal mahsulot, operatsion innovatsiyalar. Bozorda takomillashtirilishi mumkin bo'lgan istiqbolli innovatsiyalar mavjudligi taxmin qilinadi

Korxonalarining ishlab chiqilgan va amalga oshirilgan innovatsion strategiyalari ularning rahbarlari uchun ishlab chiqarish faoliyati samaradorligini oshirish va korxonalar tomonidan rivojlanishning yangi sifatiga erishish uchun vosita bo'lib xizmat qiladi.

Mahalliy sanoat korxonalarini faoliyatini tahlil qilish ularning strategiyalari asosan bozorda yashovchanlikni saqlashga qaratilgan degan xulosaga kelish imkonini beradi. Aytish mumkinki, bunday korxonalarda yangi ishlanmalarni ishlab chiqish orqali texnologik modernizatsiya qoldiq tamoyili bo'yicha amalga oshiriladi. Ko'rinib turibdiki, kelajakda bunday yondashuvdan foydalanish natijasida korxonalarining ortda qolish darajasi yanada ortadi.

Xulosa va takliflar Yuqoridagilarni hisobga olgan holda, korxonalarining innovatsion strategiyalari quyidagilarga qaratilgan bo'lishi lozim:

- eskirgan uskunalarni almashtirish, texnologik jarayonlarni takomillashtirish, yangi texnika va texnologiyalarni joriy etish orqali modernizatsiya qilish;
- mahsulotning iste'mol xususiyatlarini yaxshilash va ishlab chiqarish tannaxirini kamaytirish orqali erishiladigan raqobatbardoshligini oshirish;
- takomillashtirilgan innovatsiyalardan foydalanish orqali mahsulotlarni ishlab chiqarish, tubdan yangi turdagi mahsulotlarni chiqarish orqali diversifikatsiya qilish va hokazo.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Аньшин, В.М. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития [Текст] / В.М. Аньшин, А.А. Дагаев. – 3-е изд., перераб., доп. – М.: Дело, 2007. – 584 с.
2. Лапин, Н.И. Теория и практика инноватики [Текст] / Н.И. Лапин // М.: Университетская книга: Логос, 2008. – 328 с

Korxonalarining innovatsion rivojlanish jarayonlarini boshlash uchun ular passiv strategiyalarni amalga oshirishdan faol-passiv va faol strategiyalarga o'tishlari kerak.

Shu bilan birga, korxonaning innovatsion salohiyatini rivojlantirish, ishlab chiqarilgan yoki chiqarilishi rejalashtirilgan innovatsion mahsulotlar bozorida marketing tadqiqotlarini o'tkazish muhim ahamiyatga ega. Ushbu yondashuvni amalga qo'llash sanoat korxonalarining ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi.

Umumiy tarzda, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida strategiya va innovatsiya bir-biridan ajralmas qismlar sanaladi. Har bir strategik rejada xo'jalik yurituvchi subektlar faoliyatiga innovatsiyalarni joriy etish bo'yicha vazifalar (yangi boshqaruv usullari, yangi bozorlarni o'zlashtirish, texnologik jarayonlar, mahsulot innovatsiyalari va resurslari) belgilanishi lozim. Strategik va innovatsion boshqaruv integratsiyasida bozorda muvaffaqiyatga erishishning asosiy omili doimiy innovatsiyalardir.

Innovatsion rivojlanish nafaqat funksional soha yoki vazifa emas, balki tashkilotlarning eng muhim strategik maqsadi bo'lishi kerak va innovatsion rivojlanishni strategik boshqarish istiqbolli yo'nalishga aylinishi va beqaror tashqi muhitda tadbirkorlik subyektlarining xususiyatlarini hisobga olishi kerak.

3. Моделирование динамики распределения предприятий отрасли по уровням эффективности (на примере черной металлургии) / Л.М. Гельман, М.И. Левин, В.М. Полтерович, В.А. Спивак // Экономика и математические методы. – 1993. – №3. – Том 29. – С. 460-469.

⁹ Моделирование динамики распределения предприятий отрасли по уровням эффективности (на примере черной металлургии) / Л.М. Гельман, М.И. Левин, В.М. Полтерович, В.А. Спивак // Экономика и математические методы. – 1993. – №3. – Том 29. – С. 460-469.

¹⁰ Muallif ishlanmasi

4. *Abduvakhidovna, Y. N. (2022). Directions for the Effective Use of Innovative Strategies in the Management of Industrial Enterprises. Open Access Repository, 8(6), 125-129.*

5. *Yuldasheva, N. (2022). Features of the process of forming innovative strategy under conditions of modern realities. Academic research in modern science, 1(9), 310-312.*

6. *Юлдашева, Н. (2022). Корхоналарда инновацион ривожланиш стратегиясини бошқариш хусусиятлари. Экономика и образование, 23(2), 129-135.*

7. *Юлдашева, Н. А. (2022). Научно-теоретические аспекты разработки инновационных стратегий в управлении*

промышленными предприятиями. Бюллетень науки и практики, 8(5), 457-461.

8. *Abduvakhidovna, Y. N. (2023). Factors influencing the implementation of the innovation strategy at industrial enterprises. World Bulletin of Management and Law, 19, 5-11*

9. *Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент / В. Г. Медынский. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 295 с*

10. *Янченко, Е. В. Современные реалии инновационного развития и его инвестиционное обеспечение / Е. В. Янченко // Экономика и управление. – 2010. – № 4. – С. 92–96.*