

## BIZNES BOSHQARUVNING INNOVATSION YO`LLARI

**Usmonov Abubakir Ismoiljon o'g'li**

*Toshkent davlat agrar universiteti talabasi*

**Xolyigitov Umidjon Alijon o'g'li**

*Toshkent davlat agrar universiteti talabasi*

**Axmadaliyeva Guljamol Sharofiddin qizi**

*Toshkent davlat agrar universiteti talabasi*

## INNOVATIVE WAYS OF BUSINESS MANAGEMENT

**Usmonov Abubakir Ismoiljon o'g'li**

*Student of Tashkent State Agrarian University*

**Xolyigitov Umidjon Alijon o'g'li**

*Student of Tashkent State Agrarian University*

**Axmadaliyeva Guljamol Sharofiddin qizi**

*Student of Tashkent State Agrarian University*

## ИННОВАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

**Усманов Абубакир Исмоилжон угли**

*Студент Ташкентского государственного аграрного университета*

**Холыгитов Умиджон Алижон угли**

**Ахмадалиева Гулжамол Шарафиддин кизи**

*Студент Ташкентского государственного аграрного университета*

**Annotatsiya:** *Zamonaviy sharoitda, bir daraja yoki har qanday ishlab chiqarish korxonasiga xos bo'lgan innovatsion faoliyat. Agar kompaniya innovatsion bozorda yetakchi bo'lmasa ham, ertami-kechmi, axloqiy jihatdan eskirgan texnologiyalar va mahsulotlarni almashtirish zarurati bilan yuz beradi. Hozirgi kunda iqtisodiyotni rivojlantirish bozor sharoitlari doimiy ravishda miqdoriy, balki sifatli o'zgarishlarni talab qiladi. Ushbu o'zgarishlar eng ilg'or texnika, texnologiyalar, doimiy ravishda ilmiy bazani rivojlantiradi.*

**Kalit so'zlar:** *Savdo, biznes, investitsiya, rag'batlantirish, texnologiya*

**Annotation:** *In modern conditions, an innovative activity inherent in one degree or any production enterprise. Even if the company is not a leader in the innovative market, sooner or later it will happen with the need to replace morally outdated technologies and products. Currently, the development of the economy requires not constant quantitative, but qualitative changes in market conditions. These changes are the most advanced techniques, technologies, constantly developing the scientific base.*

**Key words:** *Trade, business, investment, promotion, technology*

**Аннотация:** *В современных условиях инновационная деятельность в той или иной степени свойственна любому производственному предприятию. Даже если компания не является лидером на инновационном рынке, рано или поздно она столкнется с необходимостью замены морально устаревших технологий и продуктов. Развитие экономики в настоящее время требует, чтобы рыночные условия постоянно менялись не количественно, а качественно. Эти разработки являются наиболее передовой техникой, технологией, постоянно развивающей научную базу.*

**Ключевые слова:** *Торговля, бизнес, инвестиции, продвижение, технологии*

## **KIRISH**

Iqtisodiyotni rivojlantirishning zamonaviy sharoitlarida sanoat korxonalarini uchun innovatsiyaviy va texnologik taraqqiyotga erishish o'ta muhimdir, chunki faqat shu yo'l orqali sanoat korxonalarida innovatsion faollikni oshirish, zamonaviy texnologik bazani yaratish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, samaradorlik va mehnat unumdorligini oshirish, shuningdek ularning xalqaro hamda mahalliy raqobatbardoshligini mustahkamlash mumkin bo'ladi.

Shuning uchun O'zbekiston sanoat korxonalarini boshqarishning dolzarb muammolaridan biri bo'lib, innovatsion faoliyatni kerakli sifat va miqdor darajasiga erishtirishdan iboratdir.

Zamonaviy haqiqatda mamlakatda innovatsion faoliyatni jonlantirish nafaqat iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, iqtisodiyotni sog'lomlashtirish va kelgusi rivojlanishi uchun sharoit yaratish, biznes rivojlanish sur'atlarini tezlashtirish, shu bilan birga yetakchilikni mustahkamlash va raqobatchilardan o'zib ketish, shuningdek, biznesning butun yo'nalishlarini iqtisodiy jihatdan amaliy bo'lmagan radikal innovatsiyalar joriy etilgan taqdirda sohaga zarar yetkazilishidan o'z vaqtida himoya qilish uchun ham kerakdir.

Iqtisodiyot nazariyasiga "innovatsiya" atamasi XX asr boshlarida avstriyalik Iosif Shumpeter tomonidan kiritilgan. 1970-yillarning boshlarida mikroelektronika, kompyuter texnologiyalari va nozik kimyoviy texnologiyalarning rivojlanishi natijasida innovatsiyalarning iqtisodiy rivojlanishga ta'siriga qiziqish keskin kuchaydi, bu ilmiy tadqiqotlar butun tarmoq va milliy iqtisodiyotlar raqobatbardoshligini ta'minlovchi harakatlantiruvchi kuchga aylanishini yaqqol ko'rsatdi.

Psixologlar, sotsiologlar, huquqshunoslar, menejment va marketing bo'yicha mutaxassislar muhokamaga qo'shilgandan so'ng, ilmiy va texnik natijalarni amaliy faoliyatga joriy etish jarayoni yoki natijasi sifatida innovatsiyaga dastlabki yondashuv (innovatsiyalar nazariyasi klassiklarining qarashlarida) sezilarli darajada o'zgardi. "Innovatsiya" atamasidan foydalanishning gumanitar fanlar va faoliyat sohalarini, masalan, sotsiologiya, tibbiyot, siyosatshunoslikni qamrab olish uchun kengayishi yangi ta'riflar oqimini keltirib chiqardi.

"Innovatsiya" va "innovatsion faoliyat" tushunchalari O'zbekistonda 1992 yildan beri iqtisodiy amaliyotda keng qo'llanila boshlandi. Ko'pgina mahalliy qonun hujjatlarida innovatsion faoliyat o'ziga xos ilmiy-texnikaviy faoliyat sifatida taqdim etiladi. Zamonaviy ilm-fanda "innovatsiya" va "innovatsion faoliyat" tushunchasiga ta'rif berishga bir qancha yondashuvlar mavjud. Ba'zi mualliflar buni innovatsiyalarni yaratish va ishlab chiqarish uchun yagona jarayonda o'zaro bog'langan 28 xil turdagi ishlarning majmuidan iborat bo'lgan maqsadli va ijodiy faoliyat deb ta'riflaydilar, boshqalari ta'kidlashlaricha, innovatsiya - bu foyda olish maqsadida innovatsiyadan foydalanish jarayoni, tijorat maqsadlarida, ya'ni bu tadbirkorlik faoliyati, boshqalar innovatsion faoliyatni yangi bilimlarni olish va uni bozorning boshqa ishtirokchilari tomonidan amalga oshirish bilan bog'liq tijorat faoliyati deb bilishadi.

Shuningdek, ushbu ishda innovatsion faoliyat deganda "mahsulot assortimentini kengaytirish va yangilash va sifatini oshirish, ularni ishlab chiqarish usullarini takomillashtirish maqsadida ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar natijalaridan foydalanish va tijoratlashtirishga qaratilgan faoliyat" tushuniladi deb aytib o'tilgan

Innovatsion marketing - birinchi navbatda, ob'yektivlashtirilgan korxonalar yoki muassasaning ishlab chiqarish va iqtisodiy faoliyati; tashkilotning innovatsion va ishlab chiqarish va marketing faoliyatini optimallashtirish va monitoring qilishga qaratilgan, tadqiqot va korxonaning bozor sharoitlariga faol ta'sir ko'rsatishni anglatadi.

Tadqiqotning dolzarbligi. Zamonaviy sharoitda innovatsion marketing va innovatsiyalar marketingi paydo bo'lgan muammolarni hal qilish uchun samarali vositalarni taklif qiladi, menejerlar, ishlab chiqarish ishchilari va texnik mutaxassislarning birgalikdagi sa'yi-harakatlari asosida iqtisodiy birlik samaradorligini ta'minlaydi. Tijorat mutaxassislari bu tushunchalarni bir biridan farqlarini aniqlab beradilar.

"Innovatsion marketing" va "innovatsiyalar marketingi" tushunchalarining asosiy mazmunini aniqlash "marketing" va "innovatsiya" tushunchalari bilan bog'liq bolgan hodisalarni o'z ichiga oladi, ikkala tushunchani bir vaqtning o'zida belgilaydigan va tavsiflovchi umumiy tushunchalar to'plamidan aniqlashga asoslanadi. Shunday qilib, "innovatsion marketing" va "innovatsiyalar marketingi" tushunchalarining mazmun, sifati, va xususiyatlari, marketing faoliyati murakkabligi dinamikasi, "marketing" tushunchasining turli xil talqinlarining mavjudligini, uslub va turlarini o'rganishdan dalolat beradi.

Metodologiya. Innovatsion marketingning zamonaviy boshqaruvda tavsifi innovatsion kontseptsiyada ko'rib chiqiladi. L.Ogoleva<sup>1</sup> bunga "innovatsion marketing" tushunchasi kengroq, "innovatsiyalar marketingi"ga ko'ra, boshqaruv uslubini takomillashtirish, fikrlash falsafasining o'ziga xos elementlarini o'z ichiga oladi va bozor xatti-harakatlari, maqsadi yangilikdan ko'ra organiklidir deb hisoblaydi.

Innovatsion faoliyat ko'pincha yangi (yuqori) texnologiyalardan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan faoliyat sifatida talqin qilinadi. Ko'pgina korxonalar innovatsiyalarni u

yoki bu shaklda amalga oshirishga harakat qiladilar. Mustaqil ravishda maxsus yaratilgan innovatsion mahsulotlarni ilgari surish va ulardan foydalanishni orqali rag'batlantirish uchun mo'ljallangan sho'ba korxonalar yoki innovatsion markazlarni misol keltirish mumkin. Bunday korxonalarga patent va litsenziyalash faoliyatini, intellektual mulkni himoya qilishni va innovatsiyalardan tijorat maqsadlarida foydalanish uchun zarur bo'lgan boshqa komponentlarni tushunadigan mutaxassislar yollash talab etiladi.

Rivojlanish uchun biznes tuzilmasi mahsulot turlarini muntazam ravishda kengaytirishi va ishlab chiqarish rentabelligini oshirishi kerak. Ushbu muammolarni hal qilishning eng yaxshi varianti yangi mahsulot toifalarini ishlab chiqish va mahsulot assortimentini kengaytirishdir.

Yuqoridagilardan tashqari, innovatsion marketing quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- ✓ bozorga kiritilgan xizmatlar va tovarlarni raqobatchilarning mahsulotlarini "tutilishi" imkonini beruvchi ma'um afzalliklar bilan ta'minlash;
- ✓ mahsulot ishlab chiqarishda materiallar va resurslar xarajatlarini minimallashtirish orqali maksimal rentabellik darajasiga erishish;
- ✓ brend xabardorligi, kompaniyaning obro'si va obro'sini oshirish, shuningdek, uning eng mashhur mahsulotlari bo'yicha doimiy ish;
- ✓ hamkorlikning yanada qulay shartlarini taklif qiluvchi yangi yetkazib beruvchilarni faol izlash;
- ✓ kompaniyaning yangi bozor segmentlarida tizimli ravishda kengayishi;
- ✓ ishlab chiqarishning yangi usullarini rag'batlantirish va ularni amalga oshirish;
- ✓ yangi mahsulot namunalarni chiqarish va allaqachon ishlab chiqarishga kiritilgan modellarni doimiy modernizatsiya qilish

Innovatsiyalarni boshqarish tizimi innovatsiyalarni boshqarish tizimi deb ham ataladi. Aslini olganda, ushbu strategiya kompaniyani kelajakka moslashtirish va raqobatbardoshlikni saqlashga xizmat qiladigan yangi g'oyalarni ishlab chiqish va amalga oshirishdan iborat. Kompaniya yoki brendning kattaligidan qat'i nazar, innovatsiyalarning yetishmasligi biznesdagi kamchiliklarga olib kelishi mumkin, bu esa to'lovga qodir emas. Biznesda esa innovatsion g'oyalarning o'zi yetarli emas. Innovatsion jarayonlarni rag'batlantirish innovatsiyalarni boshqarishning muhim maqsadlaridan biridir. Shuningdek, u rivojlanish jarayonlarini oldinga siljitish, yanada samaraliroq va xarajatlarni kamaytirish bilan bog'liq. Yaxshi innovatsion menejment bo'lmasa, kompaniya deyarli raqobatbardosh bo'lmaydi va bozorlarda o'zini tutish qiyin kechadi. Innovatsiya menejeri sifatida siz boshqaruv va xodimlar o'rtasidagi o'ziga xos interfeys yoki boshqaruv markazi bo'lish mas'uliyatini o'z zimmangizga olasiz.

Innovatsion boshqaruvning muhim jihatlaridan biri innovatsion g'oyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirishdir. Shu nuqtai nazardan, samarali innovatsiyalarni boshqarishning asosiy e'tibori birinchi navbatda iqtisodiy va biznesni boshqarish

istiqbollariga qaratilgan. Vazifasi g'oyalar va innovatsiyalarni rivojlantirish bo'lgan ijodkorlikdan farqli o'laroq, innovatsiyalarni boshqarish ushbu g'oyalardan amaliy foydalanishga, shuningdek ularni kundalik biznes operatsiyalarida amalga oshirishga qaratilgan. Innovatsiyalarni boshqarish korporativ strategiyaning muhim tarkibiy qismi bo'lib, turli sohalarga taalluqlidir. Innovatsiyalarsiz hech qanday kompaniya rivojlanishda davom etmaydi va shuning uchun juda qisqa vaqt ichida raqobatbardosh bo'lolmaydi. Raqamlashtirish kabi zamonaviy tendensiyalar doimiy ravishda yangi standartlarga moslashtirilishi kerak bo'lgan jarayonlarni doimiy yangilashni talab qiladi. Shunday qilib, har xil turdagi innovatsiyalarni ishlab chiqish kompaniya yoki tashkilotning kelajakdagi hayotiyligini ta'minlash uchun zarurdir. An'anaviy biznes modellari, ehtimol, agar ular innovatsion o'zgarishlar bilan yanada rivojlantirilmasa, raqamlilik davrida tez orada eskiradi. Innovatsiyalarni boshqarishning asosiy vazifalari buzuvchi innovatsiyalarni amalga oshirishni ham o'z ichiga oladi. Buzuvchi innovatsiya - bu yangi texnologiya yoki biznes modeli asosida ishlab chiqilgan jarayon. Buzg'unchi innovatsiyalar ko'pincha dastlab kam e'tibor qaratiladigan, lekin keyinchalik dominant bozor omiliga aylangan va allaqachon mavjud bo'lgan loyihalarda uchraydi. belgilangan tartiblarni siqib chiqarishi mumkin. Zamonaviy innovatsion boshqaruv doimiy o'zgarishlarga duchor bo'ladi. Qattiq innovatsion jarayonlar o'tmishda qoldi va tobora ochiq innovatsiyalar yoki birgalikda yaratish kabi zamonaviy usullar bilan almashtirilmogda. Samarali innovatsion madaniyatni rivojlantirish kompaniyaning innovatsion qobiliyatini oshirishda muhim.

#### **FOYDALANILAGAN ADABIYOTLAR:**

- 1.Karimov I.A. Vatanimizning bosqichma-bosqich va barqaror rivojlanishini ta'minlash - bizning oliy maqsadimiz. 17-jild. -T.: "O'zbekiston", 2009.
- 2.Ibrohim Maxmudov. Boshqaruv psixologiyasi. -T.: "YUNAKS-PRINT"2006 yil.
- Mahmudov I. Boshqaruv psixologiyasi. -T.: "Akademiya", 2006.
- 4.Ma'naviy yuksalish yo'lida. -T.: "Ma'naviyat", 2008.
- Omonov B. Siyosiy yetakchining notiqlik mahorati. -T.: "O'zbekiston", 2000.
- 6.Razzoqov Sh. Rahbarlik san'ati. -T.: "Sharq", 1997.
- 7.Raximova D., Bekmurodov M. Liderlik va tashkilot madaniyati. -T.: "Akademiya", 2006.
- 8.Xolbekov A.J. Boshqaruv sotsiologiyasi. -T.: "Akademiya", 2008.
- 9.eview.uz/uz/post/ozbekistonda-yoshlar-tadbirkorligini-qollab-quvvatlash-va-rivojlantirishda-amalga-oshirilayotgan-islohotlar-samarasi.
- 10.Q. Nazarov va boshq. Milliy g'oya va O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi: o'quv qo'llanma. - T.: "O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati" nashriyoti, 2019. — 236 bet.