

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
MILLIY GWARDIYASI HARBIY-TEXNIK INSTITUTI**

**A.A. MAMATOV, T.T. JO‘RAYEV,
A.N. ERKAYEV**

INNOVATSION IQTISODIYOT

(O‘quv qo‘llanma)

TOSHKENT – 2020

UDK: 334.722(575.1)

KBK

M

M

**A.A. Mamatov, T.T. Jo‘rayev, Erkayev A.N.
Innovasion iqtisodiyot. –T.: 2019, 456 bet.**

ISBN 978–9943–

“Innovatsion iqtisodiyot” fani bo‘yicha mazkur o‘quv qo‘llanmada innovatsion rivojlanishning umumiy qoidalari, jarayon nazariyalari va innovatsion taraqqiyot konsepsiyalari mazmuni bayon etilgan.

Shuningdek, qo‘llanmada innovatsiyalarni amalga oshirishning asosiy omillari, innovatsion kompaniyalarni tashqil qilish va rivojlantirish, innovatsion strategiya’ni tanlash kabi masalalarga ham o‘rin berilgan.

O‘quv qo‘llanma “Iqtisodiyot” yo‘nalishidagi magistrilar, bakalavrlar, ilmiy tadqiqotchilarga mo‘ljallangan.

UDK: 334.722(575.1)

KBK

Taqrizchilar:

J.J.Urmonov – O‘zbekiston Respublikasi Milliy Gvardiyasi Harbiy-texnik instituti “Ishlab chiqarishni tashqil etish va texnik nazorat” kafedrasida boshlig‘i, iqt.f.d. mayor;

O.T.Sattorqulov – Guliston Davlat Universiteti “Iqtisodiyot” kafedrasida mudiri, iqtisod fanlari nomzodi, dosent.

“Innovatsion iqtisodiyot” fani o‘quv qo‘llanma O‘zbekiston Respublikasi Milliy Gvardiyasi Harbiy-texnik instituti Kengashining 2020-yil 31-yanvardagi 5-sonli majlisi qaroriga asosan chop etildi.

ISBN 978–9943–

**© O‘zbekiston Respublikasi Milliy Gvardiyasi
Harbiy-texnik instituti, 2020.**

KIRISH

Hozirgi globallashuv sharoitida jahon xo‘jaligi taraqqiyotining asosiy qonuniyati innovatsion yangilanish asosida nomoddiy xo‘jalik faoliyatlarining jadal rivojlanishi bilan tavsiflanadigan “bilimlarga asoslangan yangi iqtisodiyot” ga o‘tish hisoblanadi.

Jahon xo‘jaligida tez-tez ro‘y berib turadigan iqtisodiy inqirozlar tufayli vujudga keladigan qiyinchiliklarga qaramasdan, ijtimoiy boylikni yaratishning ta’lim, tadqiqot va innovatsiyalarga asoslangan butunlay yangi tizimi shakllanib bormoqda.

Dunyoning iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarida yalpi ichki mahsuloti o‘shish sur‘atining 70-85 % gacha texnologiya, uskunalar, kadrlar tayyorlash, ishlab chiqarishni tashqil qilishda o‘z ifodasini topgan yangi bilimlar ulushiga to‘g‘ri keladi.

Yangi sharoitda aynan intellektual kapital qo‘yilmaning asosiy qismini yaratadi, uning muhim tarkibiy qismlari ilmiy tadqiqot tajriba konstruktorlik ishlari (ITTKI) ga qo‘yilmalar, patent va litsenziyalar, savdo markalari, xodimlarning ilmiy bilimi va malakasi, korxonada ichki madaniyati va shu kabilar, ya’ni bozor tomonidan tan olingan va qadrlangan, ashyoviy-buyum shakliga ega bo‘lmagan obyektlar hisoblanadi.

Shuni ta’kidlash lozimki, bilimga asoslangan iqtisodiyotda, pirovard mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog‘liq mehnatning ulushi sezilarli qisqaradi. Uning pirovard qiymatida ilmiy ishlanmalar, mahsulot yoki xizmat namunasi yaratish, sinab ko‘rish va bozorga taqdim etish hamda navbatdagi bosqichda uni iste’molchiga yetkazish va hayotiylik sikli davomida xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq mehnat ulushiga ega bo‘lib boradi. Biroq bu bosqichlarda yuqori darajadagi bilim va foydalanish intensivligi ham yuqori bo‘lishini taqozo qiluvchi intellektual mehnatdan foydalaniladi.

Shunday qilib, innovatsion iqtisodiyotda tadqiqot va ishlanmalar bilan bog‘liq yangi bilimlarni yaratish, ularni tarqatish va amaliyotda foydalanishni tashqil qilish hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘lib boradi. Bunday iqtisodiyot o‘z bilimini oshirib borish va uzluksiz yangiliklarni yaratishga layoqatli yuqori malakali, ijodkor hamda tartibli xodimlarni taqozo etadi. Aynan shu sababli,

O‘zbekistonning 2030-yilgacha bo‘lgan strategiyasida inson kapitalini keng ko‘lamli investitsiyalash va innovatsion iqtisodiyot talabiga javob beradigan malakali kadrlar tayyorlash ko‘zda tutiladiki, bu milliy ta‘lim tizimiga ham ancha yuqori va yangi talablarni qo‘yadi. Bu ta‘lim berish jarayonining barcha bo‘g‘inlarida o‘qitishning zamonaviy va tubdan yangi usullarini qo‘llash, yangi konsepsiya va modellarini ishlab chiqishni talab etadi. Respublikada innovatsion iqtisodiyot uchun innovatsion rivojlanish sohasidagi tizimli bilimlarni egallagan va texnologiyalarni tijoratlashtirishga layoqatli malakali kadrlarni tayyorlash hali yetarlicha o‘z o‘rniga ega emas. Bu asosan innovatsion iqtisodiyot va tadbirkorlik sohalarida mavjud taqchillik bilan bog‘liqlik tufayli ham juda muhim. Shu sababli, innovatsion iqtisodiyot uchun kadrlar tayyorlashning ta‘lim dasturlari va o‘quv kurslarini ishlab chiqish, innovatsiyalarni tadqiqot obyekti sifatida o‘rganish va uning konsepsiyasi bayonini o‘z ichiga olgan o‘quv adabiyotlarini yaratish davr talabidan kelib chiqilib, juda dolzarb hisoblanadi.

“Innovatsion iqtisodiyot” kursi bo‘yicha o‘zbek tilida tayyorlangan mazkur o‘quv qo‘llanma, ilk adabiyotlardan hisoblanib, bilimlar iqtisodiyoti talablaridan kelib chiqib, mutaxassislarda innovatsion tafakkurni shakllantirishda oz bo‘lsada o‘z o‘rniga ega bo‘ladi. O‘quv qo‘llanmani yaratish dastlabki urinishlardan bo‘lganligi sababli, u kamchiliklardan va munozarali qarashlardan xoli emas. Shu sababli, mualliflar o‘quv qo‘llanmani takomillashtirish bo‘yicha bildirilgan har qanday taklif va mulohazalarni minadorchilik bilan qabul qiladi.

1-MAVZU. INNOVATSION IQTISODIYOTNING UMUMIY ASOSLARI

Innovatsiya – bu kelajak degani. Biz buyuk kelajagimizni barpo etishni bugundan boshlaydigan bo'lsak, uni aynan innovatsion g'oyalar, innovatsion yondashuv asosida boshlashimiz kerak.

*Sh.M.Mirziyoyev
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti*

Reja:

1. Innovatsion iqtisodiyotning umumiy asoslari, fanning predmeti, maqsad va vazifalari.
2. Innovatsion iqtisodiyotni o'rganish bo'yicha usul va yondashuvlar.
3. O'zbekistonda iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsiya, innovatsion iqtisodiyot, innovatsion rivojlanish, texnika, texnologiya, tahlil, sintez, tipologik yondashuv, evolyutsion yondashuv, induksiya, deduksiya, integratsiya, samaradorlik, g'oyalar, intellektual salohiyat. barqaror o'sish, axborot resurs, axborot-kommunikatsiya venchurli moliyalashtirish, loyihalash, ekspluatatsiya.

1. Innovatsion iqtisodiyotning umumiy asoslari, fanning predmeti, maqsad va vazifalari

Insoniyat paydo bo'lgandan buyon ular o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy ayirboshlash, shuningdek, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish munosabatlari to'xtovsiz rivojlanish jarayonini boshidan kechirib kelmoqda. Ayniqsa, o'tgan asrning 80-yillaridan bu jarayon yanada shiddat bilan rivojlanib, XXI asrning dastlabki-yillaridan insonlar ko'z o'ngida texnik va texnikaviy o'zgarishlar sodir bo'ldi. Buning natijasida insoniyat misli ko'rilmagan ijtimoiy-iqtisodiy

yutuqlarga erishdi, hayot kechirish shakl va shamoyili sifat va qulaylik jihatidan keskin o'zgardi.

Darhaqiqat, XXI asrda texnika va texnologiya'ning bu darajada rivojlanishining asosida insoniyatni iqtisodiy manfaatdorlikka chorlovchi va unga erishtiruvchi asosiy omillardan biri "innovatsion iqtisodiyot" yotibdi.

Innovatsion iqtisodiyot va innovatsion rivojlanishning mamlakat milliy iqtisodiyoti rivojiga ta'siri, kishilar ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi o'rni xususida to'xtalishdan oldin, uning iqtisodiy mohiyati, shakllanish evolyutsiyasi va amal qilish modellariga alohida to'xtalib o'tish lozim. Chunki, iqtisodiy adabiyotlarda va ilmiy asarlarda "innovatsion iqtisodiyot", "innovatsion rivojlanish", uning rivojlanishi va modellariga nisbatan yagona yondashuv mavjud emas.

"Innovatsiya" so'zi lotinchadan "o'zgartirish" yoki "zamona-viylashtirish" degan ma'noni anglatadi. Innovatsiyada asosiy e'tibor yangilanishga qaratilgan. Bunday yangilanishlar, agar kishilar mavjud me'yor va qoidalar, standart usullardan voz kechib, butunlay yangi yondashuvlarni qo'llab olgandagina ro'y beradi.

"Innovatsiya" ancha keng va tarkiban murakkab, mazmunini ochish uchun ko'p tomonlama yondashuvni taqozo etadigan umumiy kategoriya hisoblanadi.

Bir tomondan innovatsiya o'zgarishning funksiyasini ya'ni rivojlanishini anglatadi. Shu manoda innovatsion jarayon bo'lib, har bir sohada bunday rivojlanish o'zining xususiyatlariga ega bo'ladi.

Boshqa tomondan, innovatsiya bu mahsulot, pirovard natija.

"Innovatsiya" – hayotga tatbiq etilgan va tijoriy qimmatga ega bo'lgan g'oya bo'lib, u yangi talablarni yarata oladi, mavjud talablarni samaraliroq ravishda qondiradi va sarf-xarajatlarni hamda amaliyotga tatbiqi natijalarining optimal nisbatida iqtisodiy, informatsion, ekologik, ijtimoiy yoki boshqacha turdagi samara keltiradi.

Innovatsion iqtisodiyot – bu tubdan o'zgartirilgan, zamona-viylashtirilgan iqtisodiyot. Uning vujudga kelishinig asosiy sababi, ishlab chiqarish texnologik usulining rivojlanishi (oddiy koope-ratsiya, manifaktura, mashinalashgan ishlab chiqarish).

Innovatsion rivojlanish – innovatsion omillardan foydalanish, ularni joriy etish orqali rivojlanish jarayoni hisoblanadi. Innovatsion rivojlanish innovatsion iqtisodiyotni vujudga keltiradi.

Innovatsion iqtisodiyot fanining predmeti innovatsiyalarni vujudga kelishi, rivojlanish qonuniyatlari va o'ziga xos xususiyatlarini o'rganadi.

Innovatsion iqtisodiyotning asosiy maqsadi mahsulot ishlab chiqarish miqdori va sifatini oshirgan holda, uning tannarxini minimallashtirish va texnologik, tashqiliy hamda insoniy zaxiralarning sifatini oshirib, ularni ilg'or xalqaro talablarga moslashtirishdir.

Yuqori darajada samarador bo'lgan yangi innovatsion texnologiyalarni hayotga tatbiq etishda quyidagi natijalar eng asosiy vazifalar hisoblanadi:

– ishlab chiqarish va boshqaruvda qo'l mehnati ulushini iloji boricha kamaytirish va mehnat sharoitlarini yaxshilash;

– ishlab chiqarish jarayoning to'xtamasligi va stabilligini ta'minlash, ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan vaqt yo'qotishlarni bartaraf etish;

– mahsulot birligiga to'g'ri keladigan mehnat sarfi va energiya sarfini iloji boricha kamaytirish;

– ishlab chiqarishda ishlatiladigan asbob-uskuna, mexanizm va qurilmalarning samaradorligini oshirish.

Innovatsion iqtisodiyotning asosiy belgilari:

- iqtisodiyotning barcha sohalarida informatsion texnologiya va kompyuterlashtirilgan tizimning mavjudligi;

- rivojlangan milliy informatsion zaxiralar yaratishni ta'minlab beradigan rivojlangan zamonaviy infratuzilma borligi;

- jamiyat hayotining barcha sohalaridagi ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini tezkorlik bilan kompyuterlashtirish va avtomatlashtirishni amalga oshirilganligi;

- jahon miqyosidagi innovatsion talablarga mos ravishda malakali ilmiy texnik kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashning o'ta moslashuvchan tizimini yaratish.

Innovatsion tizim – jamiyatdagi institutsional tuzilmalarning majmui bo'lib, ularning faoliyati bilimlar, ilmiy informatsiya va yangiliklar yaratishga (yoki rivojlangan mamlakatlardagi ilg'or informatsion yangiliklarni ijobiy ravishda o'zlashtirishga) qaratilgan

bo‘lib u davlat tuzilmalari, biznes, ilm-fan va ta’limning birgalikdagi o‘zaro foydali sinergetik (bir-birini kuchaytiruvchi) faoliyati tufayli muvaffaqiyat qozonadi va bu tadbirlar majmui mamlakatning iqtisodiy faoliyatini kuchaytirishga hamda uning tez sur’atlar bilan rivojlanishiga olib keladi.

Innovatsion tizimning pirovard maqsadi – akademik yoki amaliy fan sohalaridan (rivojlangan mamlakatlardan) ilmiy-amaliy natijalarni olish, g‘oyalarni tatbiq etish va buning natijasida mamlakatning teskor ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga erishish hisoblanadi.

2. Innovatsion iqtisodiyot fanini o‘rganish usullari va yondashuvlar

Uslubiyat — bu ilmiy bilishning tamoyillari tizimi, yo‘llari, qonun-qoidalari, usullari va aniq tartiblaridir. Bu obyektiv voqelikni bilish dialektikasi, mantiqi va nazariyasini o‘z ichiga oluvchi bir butun ta’limotdir. Uslubiyat umumiy tavsifga ega, lekin har bir fan o‘zining predmetidan kelib chiqib, ilmiy bilish usullariga ega bo‘ladi.

“Usul” yunonchadan so‘zma - so‘z tarjima qilinganda “tadqiqot” tushunchasini anglatib, ilmiy bilishning aniq hodisalarini bildiradi.

Innovatsion iqtisodiyot fanini o‘rganishda quyidagi usul va yondashuvlardan foydalaniladi:

1.Maqsadli tahlil. Innovatsion rivojlanish nazariyasi va konssepsiyasi o‘rganiladi.

2.Tipologik yondashuv. Bunda innovatsion rivojlanishning turli jihatlarini o‘rganishga har xil metodologik yondashuvga asoslanadi.

Jumladan:

a) innovatsiyani umumiy tavsifini → umumiy metodologik yondashuv asosida;

b) innovatsion faoliyatni → funksional yondashuv asosida;

d) innovatsion rivojlanish → strategik yondashuv asosida o‘rganiladi.

Asosiy konssepsiyalar ajratiladi:

Jumladan:

- Uzun to‘lqinlar nazariyasi (N. D. Kondashiyev);

- Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi (I. Shumpeter);
- Innovatsiyani mohiyati va turkumlanishi;
- Innovatsion jarayonda tadbirkorning yangicha roli.

Innovatsion rivojlanish sohalar bo‘yicha tahlil qilinadi:

- innovatsion menejment;
- innovatsion marketing;
- innovatsion moliyalashtirish;
- innovatsion rejalashtirish, tashqillashtirish, baholash;
- innovatsion loyihalarni baholash.

Innovatsion rivojlanishni milliy xo‘jalikka tatbiqan o‘rganadi:

- milliy innovatsion tizim konsepsiyasi;
- innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solinishi.

3. Evolyutsion yondashuv usulida → innovatsiya nazariyasi shakllanish bosqichlarini o‘rganishga ustuvorlik beriladi:

Tub belgilari:

1-bosqich (XX asr oxiri – XX asr 40-yillarigacha)

- innovatsiya – beqaror rivojlanish asosi va iqtisodiy o‘shning asosiy omili;
- innovatsiyani mohiyati va turkumlanishi;
- innovatsion protsesda tadbirkorlikning yangi roli.

2-bosqich (XX asr 40- 70 –yillar)

Asosli innovatsion g‘oyalar rivojlanishi (oldingi davrga nisbatan)
Innovatsiyalarni tizimli tahlil qilish (texnologiya, iqtisodiyot va jamiyat o‘zaro bog‘liqligi)

Bu yondashuvda milliy innovatsion tizim konsepsiyasining shakllanishi ham o‘rganiladi.

1-bosqich: uzun to‘lqinlar va siklik krizislar nazariyasi asosida iqtisodiy o‘sh omillarini va sabablari tadqiq qilingan konsepsiyalar;

Sababi – siklik rivojlanish

Omili – innovatsiya

Bu bosqichda:

- “Uzun to‘lqinlar” nazariyasi (Kontrashev. N. D) ochib berildi;
- “Innovatsiya va tadbirkorlik” nazariyasining asosiy qoidalari shakllantirildi (Y.Shumpeter).

2 - bosqichda:

- o'tgan davrdagi asosiy innovatsiyalar shakllantirildi va aniqlashtirildi;
- tadqiqotlar ko'proq amaliy xarakterga ega bo'ldi;
- innovatsiyalarni boshqarish va samaradorligini oshirishni baholashning funksional jihatlari ishlab chiqildi.

3 - bosqichda:

- innovatsiyalarni turkumlashning yangi andozasi ishlab chiqildi;
- innovatsiyaning mohiyati tizimli hodisa sifatida tahlil qilindi;
- milliy innovatsion tizim konssepsiyasining fundamenti asoslari shakllantirildi.

4. Tahlil va sintez usuli. Tahlil — bu o'rganilayotgan bir butunni alohida qismlarga ajratib ularning xususiyatini ochib berishdir. U ikki darajada amalga oshiriladi. Mikroiqtisodiy tahlilda innovatsion iqtisodiyotning boshlang'ich bo'g'ini bo'lmish korxonalar va boshqa iqtisodiy subektlarning yuqori pirovard natijaga erishishga qaratilgan xatti-harakati, tadqiq qilinadi.

Makroiqtisodiy tahlilda innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirganda milliy iqtisodiyotning holati, faoliyat qilishi va natijalari o'rganiladi.

Sintez – bu hodisa va jarayonlarning umumiy o'zaro ta'siri asosida xulosalar chiqarishdir.

5. Induksiya va deduksiya usuli. Induksiya nazariyadan amaliyot tomon borishni, yaratilgan innovatsion nazariyalarni kishilarning amaliy hayotida sinab ko'rishni anglatadi, deduksiya amaliyotdan nazariya tomon borishni, real hayotdagi ro'y beradigan hodisa va jarayonlardan nazariyalar yaratishni bildiradi.

3. O'zbekistonda innovatsion iqtisodiyot rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar

O'zbekistonda innovatsion rivojlanishning nazariyalari, shakllanishi va milliy iqtisodiyot o'sishini ta'minlashdagi imkoniyatlari xususida tadqiqot ishlarini amalga oshirishdan oldin «innovatsiya», «innovatsion iqtisodiyot» va «innovatsion rivojlanish» nazariyalar-

ning xalqaro miqyosda o'rganish boshlangan davriga e'tibor qaratish lozim.

Chunki, zamonaviy sharoitda innovatsion iqtisodiyot rivojlangan va o'zining tegishli samarasini berayotgan mamlakatlarda «innovatsion iqtisodiyot» va «innovatsion rivojlanish» emas, balki dastlab «innovatsiya»ning nazariy asoslari XX asrning birinchi yarim-yilligida fanga kirib kelgan. Bu davr 1920-1930-yillarga to'g'ri keladi, bundan ko'rinadiki xalqaro miqyosda ham innovatsiya, innovatsion iqtisodiyot va innovatsion rivojlanish bilan bog'liq nazariyalarni tadqiq qilish unchalik chuqur tarixga ega emas.

Bizga tarixdan ma'lumki, O'zbekiston bu davr (1920-1930-yillar)da xo'jalik yuritishning tubdan yangicha bo'lgan xususiy mulk va raqobat mexanizmlarini qat'iy ravishda inkor etadigan tizimga o'tish jarayonini boshidan kechirayotgan edi. Bundan ma'lum bo'ladiki, bu davrda O'zbekistonda «innovatsiya», «innovatsion iqtisodiyot» va «innovatsion rivojlanish»ning nazariy asoslarini tadqiq qilish emas, balki bu to'g'rida so'z yuritish ham mumkin emas edi.

Demak, o'z-o'zidan ayon bo'ladiki, O'zbekistonda «innovatsiya», «innovatsion iqtisodiyot» va «innovatsion rivojlanish»ning nazariy asoslari xususida tadqiqot ishlarini amalga oshirish, uni amaliyotga joriy etish bilan bog'liq masalalar mamlakatimizda bozor munosabatlari 1991-yillardan boshlangan. Agar, mamlakatimiz mustaqillikka erishgandan keyingi 10-yillik davrga nazar tashlaydigan bo'lsak, bu davrda bozor iqtisodiyotining asosiy tamoyillari va mexanizmlarini amaliyotga joriy etish, tegishli qonunchilik va me'yoriy hujjatlar bazasini yaratish bilan bog'liq ishlar amalga oshirilgan.

Haqiqatda ham O'zbekiston bozor iqtisodiyotiga o'tgan 1991-yildan 2000-yilgacha bo'lgan davrda amalga oshirilgan ilmiy tadqiqot ishlarida, ilmiy asarlarda, shuningdek, milliy iqtisodiyotda xo'jalik yuritish tizimini boshqarish bo'yicha qabul qilingan qonunchilik va me'yoriy hujjatlarda «innovatsiya», «innovatsion iqtisodiyot» va «innovatsion rivojlanish»ning nazariy va amaliy masalalariga yetarli darajada e'tibor qaratilmagan.

Bugungi kunda O‘zbekiston Respublikasida barqarorlashuv hukm surayotgan bir paytda iqtisodiyotning chuqur modernizatsiyalashuviga erishmay turib innovatsiyalar diffuziyasiga, ya’ni yangi g‘oya, ishlanma va texnologiyalar joriy etilishi va jadal tarqalishiga erishish qiyin. Buning uchun esa, avvalambor, ta’lim, ilm-fan va sanoat integratsiyasini ta’minlash, shuningdek, innovatsion mahsulotlarga bo‘lgan talabni oshiradigan yangi kompaniyalar tashqil etilishini rag‘batlantiruvchi yangi sanoat tarmoqlarini yaratishga ko‘maklashadigan bir qator aniq texnik yechimlarni joriy qilish talab etiladi. Bugungi kunda milliy iqtisodiyot oldida turgan dolzarb masalalardan biri ham qisqa muddatda mamlakatning innovatsion rivojlanishiga erishishdir. Aks holda, O‘zbekistonning rivojlangan davlatlar qatoridan joy olishi murakkab kechishi aniq. Mazkur masalani ijobiy hal etish uchun keng qamrovli islohotlar olib borish bilan bir qatorda nanoindustriya tarmoqlarini rivojlantirishga ham alohida ahamiyat qaratish lozim.

O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi mamlakatni innovatsion va ilmiy-texnik rivojlantirish sohasida jamiyat va davlat hayotini har tomonlama taraqqiy ettirish hamda respublikaning intellektual va texnologik salohiyatini ko‘tarishga qaratilgan yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi davlat boshqaruvi organi bo‘lib, o‘z faoliyati doirasida yuqorida aytib o‘tilgan dolzarb masalalar yechimi borasida aniq belgilangan chora-tadbirlarni amalga oshirib kelmoqda.

Innovatsiya vazirligi 2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalarga asosan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi № PF-5264-son «O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligini tashqil etish to‘g‘risida»gi Farmoni hamda 2017-yil 30- noyabrdagi № PQ-3416-son O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi faoliyatini tashqil etish to‘g‘risida»gi Qaroriga muvofiq tashqil etildi. Vazirlik o‘z faoliyatini O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining № PQ-3899-son «Ilmiy va innovatsion faoliyatni integratsiya qilish tizimi samaradorligini oshirishga doir chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi, № PQ-3682-son «Innovatsion g‘oyalar,

texnologiyalar va loyihalarni amaliy joriy qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi, № PQ-3683-son «O'zbekiston Respublikasida urug'chilik tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi, № PQ-3697-son «Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi, № PQ-3698-son «Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi hamda № PQ-3855-son «Ilmiy va ilmiy-texnikaviy faoliyat natijalarini tijoratlash tirish samaradorligini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qarorlari hamda boshqa tegishli normativ-huquqiy hujjatlar asosida olib boradi.

O'tgan vaqt davomida vazirlik faoliyati innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar negizida iqtisodiyotning barcha tarmoq va ijtimoiy sohalarini jadal innovatsion rivojlantirishni ta'minlashga qaratildi. Jumladan, innovatsion g'oya va texnologiyalarni ishlab chiqish va joriy etish, ularning yanada rivojlanishini ta'minlovchi normativ huquqiy bazani yaratish doirasida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3 ta farmoni, 11 ta qarori, Vazirlar Mahkamasining 8 ta qarori va 4 ta idoraviy normativ-huquqiy hujjatlari (jami 26 ta) tasdiqlandi. Bular qatorida eng asosiylari O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 22-yanvardagi PF-5308-son farmoni 3-bandi ijrosini ta'minlash maqsadida Vazirlik tomonidan O'zbekiston Respublikasining «Fan to'g'risida»gi hamda «Innovatsion faoliyat to'g'risida»gi qonun loyihalari ishlab chiqildi. Mazkur qonunlar Oliy Majlis Qonunchilik palatasiga taqdim etildi.

O'zbekistonda innovatsion iqtisodiyot, innovatsion rivojlanish bo'yicha olib borilgan chora-tadbirlar:

1. Mamlakatning intellektual va texnologik salohiyatini oshirishning uzoq muddatli ssenariylari asosida ustuvor soha va tarmoqlarni innovatsion rivojlantirishning kelajakdagi modellarini shakllantirish imkonini beradigan strategik rejalashtirish tizimini yaratish bo'yicha:

- 1.1. 2018-yil 21-sentabrda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion

rivojlantirish strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni qabul qilindi. Strategiya'ning bosh maqsadi inson kapitalini rivojlantirish, 2030-yilgacha Global innovatsion indeks reytingi bo'yicha jahonning 50 ta ilg'or mamlakati tarkibiga kirish etib belgilandi.

1.2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 7-maydagi PQ-3698-son qarori ijrosini ta'minlash yuzasidan 39 ta Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari bilan iqtisodiyotni real sektorini rivojlantirish bo'yicha "Yo'l xarita"lari ishlab chiqilib hamkorlikda samarali ishlar yo'lga qo'yildi. 20 ga yaqin tashqilotda Innovatsion rivojlanish va novatorlik g'oyalarini qo'llab-quvvatlash jamg'armalari tashqil etilib, jami 45,46 mlrd. so'm mablag' yo'naltirilgan.

1.3. Venchurga asoslangan moliyalashtirishni joriy etish va innovatsion loyihalarga tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mablag'larini keng jalb qilish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 24-noyabrda PF-5583-son Farmoni qabul qilindi va innovatsion faoliyatni moliyalashtirishning tubdan yangi tizimi joriy etildi.

1.4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 18-yanvardagi 48-son qarori bilan O'zbekiston Respublikasida 2019 - 2021-yillarda "Aqlli shahar" texnologiyalarini joriy etish konsepsiyasi tasdiqlandi. Hozirda ushbu konsepsiya Navoiy, Nurafshon va Mo'ynoq shaharlariga joriy qilinmoqda.

1.5. 2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasida startap-ekotizimni rivojlantirish bo'yicha ilk bor konsepsiya ishlab chiqildi. Mazkur konsepsiya havfsizlik Kengashiga kiritildi va O'zbekiston Respublikasi Prezidentiga axborot berishga tayyorlandi.

2. Hududlar ijtimoiy-iqtisodiy salohiyatining barqaror o'sishi, shuningdek, aholining hayot darajasi va farovonligi yuksalishi uchun zarur sharoitlarni ta'minlashga qodir bo'lgan fan va innovatsiya faoliyatini rivojlantirishning zamonaviy infratuzilmasini shakllantirish bo'yicha:

2.1. Hududlarning ilmiy salohiyatini oshirish va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha umumiy qiymati 16,5 mlrd. so'mlik 20 ta mavzu bo'yicha tanlov e'lon qilindi. Tanlovga kelib tushgan 226 ta loyihalarni belgilangan tartibda ekspertizadan o'tkazilishi va

Ilmiy-texnik kengashlarda ko‘rib chiqilishi ta’minlandi. Natijada, 9 ta loyiha 7,2 mlrd so‘mga moliyalashtirishga tavsiya etildi.

2.2. Surxondaryo viloyatida 10 ta aqlli bekat qurildi (1,264 mlrd so‘m). Hozirgi kunda Qoraqalpog‘iston Respublikasining Mo‘ynoq shahrida 5 ta “Aqlli bekat“ lar qurilishi tashqil etilmoqda.

2.3. Aholini onlayn tarzda axborot resurs bazasidan foydalanish imkonini yaratish maqsadida respublikamizning chekka hududlarida joylashgan maktablar, OTMlar va jamoat gavjum bo‘lgan joylarga 100 dona “Q-Box” moslamalari o‘rnatildi.

2.4. Ishsiz yurgan yoshlarni ish bilan ta’minlash maqsadida Hindiston va Xitoy kompaniyalari bilan hamkorlikda Sirdaryo viloyatida “Biznes-akselerator” o‘quv-amaliy markazi faoliyati tashqil etilmoqda.

2.5. Maktablarda dars vaqtlarini elektron qo‘ng‘iroq orqali boshqarish maqsadida Elektron qo‘ng‘iroq qurilmasi ishlab chiqildi. Jizzax viloyatidagi maktablarga sinov tariqasida o‘rnatildi.

2.6. O‘zbekistonda ilk bor Toshkent viloyatining Ohangaron shahrida Bolalar texnoparki tashqil etildi.

3. Innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni ishlab chiqish va joriy etish sohasiga investitsiyalarni keng jalb etish, ularning yanada rivojlanishini ta’minlovchi normativ-huquqiy bazani takomillash-tirish bo‘yicha:

3.1 O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi ixtirochilari, investorlar va O‘zbekiston Respublikasi tijorat banklari bilan birgalikda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 14-iyuldagi PQ-3855 son qarori bilan belgilangan usullar orqali ishlanmalarni tijratlashtirish ta’minlangan.

3.2. 2019-yil 1-iyul holatiga jami 62 ta innovatsion ishlanma tijratlashtirilmoqda. Olib borilgan ishlar natijasida umumiy qiymati 11,9 mlrd. so‘m miqdorida mahsulot ishlab chiqarilgan va 4,9 mlrd. so‘mlik mahsulot sotilgan.

3.3. 30 ta ishlanma bo‘yicha 19 ta innovatsion startap kompaniyalar tashqil qilingan, unda 15 ta ilmiy muassasa, 6 ta tijorat banki va 6 ta investor qatnashdi.

3.4. Intellektual mulk obyektlariga bo‘lgan huquqlarni investorlarga o‘tkazish bo‘yicha 11 ta litsenziya kelishuvlari tuzildi va

innovatsion ishlanmalar mualliflariga-yillik 3-15% miqdorida daromad olishi ta'minlandi.

Shuningdek, Umumiy va noorganik kimyo instituti ishtirokida "ponton" ishlab chiqaruvchi "Kimyoviy texnologiya" MChJ tashqil etildi. Hozirda, Muborak gazni qayta ishlash zavodiga umumiy miqdori 182,5 mln so'mlik ponton yetkazib berildi.

3.5. Shu bilan birga venchurli moliyalashtirish tartibini belgilash maqsadida Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 17-mayda 414-son qarori qabul qilindi. Bugungi kunda 2 ta Investitsiya kompaniyasi (Venchur Kapital Invest va O'zbek-Amirlik investitsiya kompaniyasi) tashqil etildi.

3.6. Innovatsion loyihalarni amalga oshirishga yo'naltirilgan umumiy qiymati **113,42 mlrd.so'm** miqdorida investitsiya loyihalari o'zlashtirishga erishildi. Shundan **77,0 mlrd.so'm** ichki investitsiyalar, **1,8 mlrd.so'm** to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar va **34,62 mlrd.so'm** texnik ko'mak hisobiga amalga oshirilgan. Ushbu investitsiyalarning salmoqli qismi sog'liqni saqlashga **42%** (47,1 mlrd.so'm), ta'lim sohasiga **30%** (33,7 mlrd.so'm) va sanoatga **26%** (29,2 mlrd.so'm) yo'naltirilgan.

3.7. Ilmiy tadqiqot va oliy ta'lim muassasalari tomonidan umumiy hajmi **1,25 mln. AQSH dollari** hamda **1,9 mln. Yevrodan** iborat **170 ta** xalqaro ilmiy grantlarning bajarilishi ta'minlandi. Shu bilan birgalikda umumiy qiymati **54,4 mln. AQSH dollari** miqdoridagi **7 ta** investitsiya loyihalari ishlab chiqildi. Xususan, umumiy qiymati **30,0 mln.doll** bo'lgan **3 ta** loyiha to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hisobiga va ichki investitsiyalar hisobiga qiymati **14,4 mln.doll. 4 ta** loyiha amalga oshirilmoqda.

4. Iqtisodiyotning real sektori tarmoqlarini har tomonlama rivojlantirishni ta'minlovchi zamonaviy axborot-kommunikatsiya, sanoat va boshqa innovatsion texnologiyalarni jadal joriy etish.

4.1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-maydagi PQ-4335-son qarorda belgilangan ilmiy tadqiqot ishlari bo'yicha 2019-yilda umumiy qiymati **7,6 mlrd** so'mlik **10 ta** yo'nalishda innovatsion loyihalar tanlovi e'lon qilindi. Shu bilan birga yangi turdagi qurilish materiallarini ishlab chiqish bo'yicha Turkiya'ning ilmiy texnologik tadqiqotlar kengashi "TUBITAK" tashqiloti hamda Qozog'istonning Nazarbayev universiteti bilan

hamkorlikda texnologik startaplar uchun “Tech Central Asia Tashkent” akselerasion dasturi ishga tushirildi.

4.2. O‘zbekiston Respublikasida sanoat raqobatbardoshligini oshirish orqali ichki bozorni iste’molchilar talabi bilan qondirish va eksport ulushini oshirishda xorijiy rivojlangan mamlakatlar tajribalarni chuqur tahlil qilgan holda mamlakatda yagona klaster siyosatini joriy etishdagi asosiy muammolar va ularning yechimlari bo‘yicha Vazirlar Mahkamasi va Prezident Administratsiyasiga takliflar kiritildi.

4.3. Birlashgan Millatlar tashqilotining Sanoatni rivojlantirish tashqiloti (UNIDO) bilan hamkorlikda “O‘zbekistonda Sanoatni innovatsion rivojlantirish islohoti” loyihasi ishlab chiqildi.

4.4. Toshkent temir yo‘l muhandislari instituti bazasida “Yangi innovatsiyalar asosida dronlarni loyihalash va ekspluatatsiya qilish” yangi ta’lim yo‘nalishi bo‘yicha 2018-2019 o‘quv-yilidan boshlab talabalar qabul qilindi hamda tegishli fakultet tashqil etildi.

4.5. Toshkent shahri Yunusobod tumanida 10 million AQSH dollar investitsiya kiritish asosida zamonaviy farmasevtika O‘zbek-Xitoy texnologik parki va klinikasi tashqil qilindi. Ushbu hamkorliklar davomi sifatida Navoiy viloyatidagi Navoiy erkin iqtisodiy zonasida farmasevtika sohasini rivojlantirish bo‘yicha dori-darmon xomashyosi bo‘lgan sintetik xomashyoni ishlab chiqarish maqsadida 10 million AQSH dollari miqdoridagi O‘zbek-Xitoy texnologik parki tashqil etilmoqda.

4.6. “Smart Chain” kompaniyasi bilan hamkorlikda turizm sohasida VR texnologiyasi asosida ishlovchi turistik “Smart-kartochkalar”, Samarqand shahrining “Smart-kartasi” innovatsion loyihalar amaliyotga joriy etildi. Shuningdek, Samarqand va Xiva shaharlarining tarixiy obidalari va muzeylarida VR texnologiyasi asosida “Smart-muzeylar” joriy etilib yurtimizga kelayotgan sayyohlarga qo‘shimcha qulayliklar yaratildi.

Nazorat savollari

1. “Innovatsiya” atamasini ta’riflab bering?
2. Innovatsiya-mahsulotlar va innovatsion-jarayonlar o‘rtasidagi farqlar nimalardan iborat?

3. Innovatsiyalarga xos bo‘lgan asosiy jihatlarni tushuntirib bering?
4. Yangiliklarning innovatsiyalarga aylanish jarayonidagi asosiy bosqichlarni sharhlab bering?
5. Innovatsion iqtisodiyotning umumiy asoslari, fanning predmetini aytib bering.
6. Innovatsion iqtisodiyot fanining maqsadi va vazifalarini aytib bering.
7. Innovatsion iqtisodiyotni o‘rganish bo‘yicha qanday usul va yondashuvlar mavjud.
8. O‘zbekistonda innovatsion iqtisodiyot rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlarni sanab o‘ting?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, “O‘zbekiston” NMIU, 2017-yil.
2. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi “Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 08.05.2018 y.
6. Concept and evolution of buisness models, Journal of general management, 2005, 31, 2, pp. 37-56.
7. Business model innovation and competitive imitation: The case of sponsor based business models, R. Casadesus-Massanell, R. Zhu, Feng, Strategic Managent, April 2013, Vol. 34, Issue 4, pp.464-482.

8. Business model and Performance of Firms, J.Sahut, L. Hikkerova, M., Khalfallah, International Business Research, February 2013, Vol. 6, Issue 2, pp.64-76.

9. Business model road mapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model, M.DeReuver, H.Bouwman, T., Haaker, International Journal of Innovation Management, Feb2013, Vol. 17, Issue.

10. How to design a winning business model, , J.E.Ricart, Harvard Business.

11. Review, January-February, 2011, pp.100-107.

12. New business models in emerging markets, M.J.Eyring, M.W.Johnson, H.Nair, Harvard Business Review, January-February, 2011, pp.89-95.

2-MAVZU. INNOVATSIYA NAZARIYASI: TEXNOLOGIYA VA SAMARADORLIK

Innovatsiya – bu kelajak degani. Biz buyuk kelajagimizni barpo etishni bugundan boshlaydigan bo'lsak, uni aynan innovatsion g'oyalar, innovatsion yondashuv asosida boshlashimiz kerak.

*Sh.M.Mirziyoyev
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti*

Reja:

1. Innovatsiyalarning mohiyati va xususiyatlari.
2. Innovatsiyalar va tadbirkorlik.
3. Innovatsiyalarni tasniflash.
4. Innovatsiya to'g'risidagi nazariyalarni rivojlanishining asosiy bosqichlari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsiya, innovatsion jarayon, innovatsion faoliyat, innovatsion faollik, tadbirkor, yaxshilovchi innovatsiyalar, qo'poruvchi innovatsiyalar, jarayonli innovatsiyalar, bazisli innovatsiyalar, texnologik ukladlar.

1. Innovatsiyalarning mohiyati va xususiyatlari

Innovatsiya termini inglizcha “innovation” so'zidan kelib chiqqan bo'lib, so'zma-so'z tarjima qilganda “yangiliklarni joriy etish” ma'nosini anglatadi. Shunday qilib innovatsiyaning markaziy muhim o'rnini yangilanishga tegishlidir. Bunday yangilanish qachon yuz beradi, agarda insonlar qaror qabul qilish usullarini o'zgartirib, standart usullardan voz kechib, mavjud norma va qonuniyatlar doirasidan tashqarida qaror tanlovini bajara olishni o'rganishsa, u holda amalga oshishi mumkin.

Innovatsiyani yangi ilmiy-texnikaviy, tashqiliy-iqtisodiy, ishlab chiqarish yoki boshqa yechim va qarorlarni amaliyotda birinchi bo'lib joriy etish sifatida ta'riflash mumkin.

Ta'kidlash lozimki, "innovatsiya" ni tushunish murakkab bo'lgan umumiy tushunchalar sirasiga kiradi, uning mazmunini to'laqonli ochib berish uchun turli usul va yondashuvlar talab etiladi. Bir tomondan innovatsiyalarni "o'zgarish funksiyasi" sifatida qarar ekanmiz, aytish mumkinki, umum falsafiy ma'noda innovatsiya – bu biror-bir jarayon yoki majmuaning holatini o'zgartirishdir. Shu ma'noda innovatsiya rivojlanishning o'ziga xos kesimi hisoblanadi deyishimiz mumkin bo'ladi. Bu o'rinda innovatsiyalarni ijtimoiy hayotning barcha jabhalarida yuz beruvchi jarayon sifatida talqin qilishimiz o'rinli hisoblanadi, zero jamiyat hayotining barcha sohalarida innovatsion rivojlanish o'ziga xos tarzda kechadi. Boshqa bir tomondan esa, innovatsion jarayon sifatida yakuniy natija innovatsiya (innovatsion mahsulot) tushunchasi bilan uzviy bog'liq hisoblanadi. Mazkur o'quv qo'llanmada biz faqatgina, iqtisodiy sohada amalga oshiriluvchi innovatsiyalarni tadqiq qilish bilan chegaralanamiz xolos.

Y.Shumpeter innovatsiya atamasini ilmiy muomalaga kiritib, uning o'ziga xos jihatlarini yoritib bergani holda, u o'zining "Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi" (1912 y.) asarida o'zgarishlarning beshta tipik ko'rinishini ajratib ko'rsatadi:

1. Iste'molchi hali tanish bo'lmagan yangi mahsulotni yoki avvaldan mavjud bo'lgan mahsulot sifatining yangi darajasini joriy qilish.

2. Ilmiy kashfiyotlarga asoslangan yangi ishlab chiqarish usullarini, mahsulot yoki xomashyoning tijorat maqsadlarida foydalanishning yangi usullarini joriy etish.

3. Bozorning avvaldan mavjud yoki mavjud emasligidan qat'i nazar, muayyan mamlakatning ishlab chiqarish sohasi yoki tarmog'iga kirib borish orqali yangi bozor ochish.

4. Mavjud yoki mavjud emasligi yoki avvaldan yaratilganligiga qaramasdan xomashyo yoki yarim tayyor mahsulotlarning yangi manbalarini qo'lga kiritish.

5. Biror tarmoq yoki sohada iqtisodiy faoliyatni tashqil etish usul va vositalarini o'zgartirish. Xususan bunday o'zgarishlar orqali iqtisodiy faoliyat subyekti bozorda monopol mavqega ega bo'lishi yoki bozordagi o'rnini butkul yo'qotishi ham mumkin.

Ishlab chiqarish sohasidagi innovatsiyalar nafaqat ishlab chiqarishdagi texnika va texnologiyalarni sifat jihatdan o'zgartirish bilan, balki tadbirkorning ongli ilmiy faoliyati natijasi hisoblanuvchi ishlab chiqarishni tashqil etish usullarining o'zgartirilishi bilan ham bog'liq. Innovatsiya – bu tadbirkor tomonidan amalga oshiriluvchi ishlab chiqarish omillari va shart-sharoitlarining yangicha birikmasi (kombinatsiyasi)dir. Xalqaro standartlarga muvofiq innovatsiya innovatsion faoliyatning natijasi hisoblanadi va innovatsion faoliyat natijalarining quyidagi ko'rinishlaridan biri sifatida talqin etish mumkin:

- bozorga olib chiqilgan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot yoxud xizmatlar;
- yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayon;
- amalda foydalanilayotgan ishlab chiqarishni tashqil etishning yangi usullari.

Ko'rib chiqilganlarni umumlashtirgan holda innovatsiyalarni quyidagicha tartiblashtirish mumkin:

- innovatsion-mahsulotlar (yangi mahsulotlar va xizmatlar);
- innovatsion jarayonlar (mikro darajada - ishlab chiqarishni tashqil etishning yangicha usullari va yangi texnologik jarayonlar; makro darajada - bozorlar tuzilmasini o'zgartirish va yangi bozorlar tashqil etish).

Shunday qilib, iqtisodiy faoliyat natijasi hisoblanuvchi innovatsion mahsulotlar va innovatsion jarayonlar bizning o'rganishimiz obyekti hisoblanadi.

Innovatsion faollik yoki innovatsiyalarni baholashni ikki: korxonalar va davlat darajasida amalga oshiriladi. Korxonalar darajasida innovatsion faoliyatni baholash bu to'g'ridan-to'g'ri alohida xodimlar darajasida jamoaviy faoliyatni baholash, barcha kompaniyalarda uning kichik korxonalaridan yirik korxonalar miqyosida amalga oshadi. Kompaniya darajasida innovatsion faollikni baholash jarayoniga tashqi konsultantlarni jalb qilish, hisobotlar tuzish, seminarlar o'tkazish yoki ichki benchmarking (ya'ni o'zini mavjud etalon bilan solishtirish) orqali amalga oshirilishi mumkin. Korporativ baholashlarda korxonalar faoliyatining moliyaviy ko'rsatkichlari, innovatsion jarayonlarning samaradorligi, xodimlarni rag'batlantirish holati va ulardan kutilayotgan qaytim va

shuningdek, iste'molchilar uchun yaratilgan qo'shimcha navflilikni baholashga tegishli bo'lgan innovatsion faoliyatning bir qator jihatlarini qamrab oluvchi o'zaro muvozanatlashgan ko'rsatkichlar tizimi falsafasidan foydalaniladi. Siyosiy darajada innovatsiyalarni baholash ko'proq darajada u yoki bu turdagi innovatsiyaga asoslangan mamlakat yoki hududni raqobat ustuvorliklarida ifodalanadi. Iqtisodiy rivojlanish va hamkorlik tashqiloti (IRXT) tomonidan yaratilgan "Oslo yo'riqnomasi" (1992) mahsulotlar va innovatsion jarayonlarni baholash uchun standart usullarni taklif etadi. Ko'pincha "Oslo yo'riqnomasi" ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar bo'yicha statistik ma'lumotlarni yig'ish uslubiyatining asoslarini belgilab beruvchi "Friskatiy o'riqnomasi" (1963) ni to'ldiruvchi hujjat ekanligi haqida fikr va xulosalar ham mavjud.

"Friskati yo'riqnomasi"

1963-yilning iyunida Italiya'ning Friskati shahrida Iqtisodiy rivojlanish va hamkorlik tashqilotining (IRXT) ilmiy va texnologik ko'rsatkichlar bo'yicha milliy ekspertlar guruhining yig'ilishi bo'lib o'tdi. Uchrashuv Italiya'ning Friskati shahrida (Rim viloyati) Falkonieri villasida bo'lib o'tdi. Ushbu uchrashuvning natijasi sifatida "Ilmiy tadqiqotlar va eksperimental taraqqiyotni baholash uchun tavsiya etilgan standartlar" - deb rasmiy nom olgan "Friskati yo'riqnomasi" yaratilgan. Hujjatni yaratishda Zamonaviy innovatsiya nazariyasining yaratuvchilaridan biri bo'lgan Kristofer Frimen mazkur hujjatning yaratilishida o'zining katta hissasini qo'shgan. O'sha vaqtdan boshlab hujjat qayta-qayta chop etildi, 2002-yilda 6 marotaba qayta nashr qilindi. "Friskati yo'riqnomasi" iqtisodiy rivojlanishdagi ilm-fan va texnologiyalarning o'rnini tushunish uchun zarur bo'lgan asoslarni belgilab beradi. Hujjatlarida keltirib o'tilgan bazaviy ilmiy tadqiqotlar, ilmiy izlanishlar, eksperimental tadqiqotlar, ilmiy tadqiqotchilar, texnik xodimlar, ilmiy tadqiqot ishlariga ko'maklashuvchi yordamchi xodimlar kabi tushuncha va atamalar bugungi kunda jahonda fan va texnologiyalar sohasidagi siyosatni muhokama qilishda umum qabul qilingan tushunish vositasi bo'lib xizmat qiladi.

“Oslo yo‘riqnomasi”

Innovatsiyalarning tabiati doimiy o‘zgarishlarga xos bo‘lgani uchun bu o‘zgarishlarni ifoda etuvchi zamonaviy ko‘rsatkichlarga doimo obyektiv tarzda ehtiyoj bo‘ladi. 1980-1990-yillar davomida innovatsiyalarni tahlil qiluvchi analitik modellarni ishlab chiqish va ularni rivojlantirish borasida katta hajmdagi ishlar amalga oshirildi. 1992-yilda amalga oshirilgan ishlar asosida sanoatda amalga oshayotgan mahsulotli, jarayonli va texnologik innovatsiyalarga yo‘naltirilgan “Oslo yo‘riqnomasi” ning birinchi nashri yaratildi. 1997-yilda xizmat ko‘rsatish sektorini ham o‘z ichiga olgan “Oslo yo‘riqnomasi” ning ikkinchi nashri chop etildi. Iqtisodiy rivojlanish va hamkorlik tashqiloti va Yevrostat hamkorligida 2005-yilning oktabr oyida nashr qilingan “Oslo yo‘riqnomasi” ning uchinchi nashri marketing va ishlab chiqarishni tashqil sohasidagi innovatsiyalarni o‘z ichiga qamrab olgan holda, texnologik bo‘lmagan innovatsiyalarga ham atroflicha e‘tibor qarata boshladi. So‘nggi 40-yil mobaynida ilmiy va texnologik ko‘rsatkichlar bo‘yicha milliy ekspertlar guruhi mutaxassisleri “Fraskati oilasi” deb nomlangan bir qator hujjatlar to‘plamini ishlab chiqdilar. Bu hujjatlar to‘plamiga ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar bo‘yicha “Fraskati yo‘riqnomasi”, innovatsiyalar bo‘yicha “Oslo yo‘riqnomasi”, inson resurslari bo‘yicha “Kanberra yo‘riqnomasi” va shuningdek, to‘lovlar va patentlarning texnologik balansi kabilarni kiritishimiz mumkin.

Innovatsiyalarning xususiyatlari

Innovatsiyalarning mohiyatini va o‘ziga xos jihatlari tushunib yetishda “yangilik (novatsiya)” va “innovatsiya” tushunchalari o‘rtasidagi farqni aniqlab olish muhim hisoblanadi. Yangilik (novatsiya) – turli sohalarda rasmiylashtirilgan fundamental, amaliy tadqiqot va ishlanmalar natijasi (yangi bilim, uslub, ixtiro) bo‘lib hisoblanadi. Yangiliklarni joriy qilish, ya’ni yangi bilimlarni muayyan ehtiyojlarni qondirish va bozor tan olinishi uchun amaliy tatbiq etilishi yangiliklarni innovatsiyaga aylantiradi¹. Innovatsiyalarning

¹. Zamonaviy innovatsiya nazariyasida “Innovatsiya” va “yangilik” terminlari bir-biridan farqlanmaydi, balki ular sinonim so‘zlar bo‘lib hisoblanadi. Mazmun jihatdan farqlar shundaki yangilik sifatida birinchi marta joriy etilgan ma’noni anglatadi.

hozirgi zamon nazariyasida “yangilik” va “innovatsiya” atamallari o‘rtasida farqqa unchalik e’tibor qaratilmaydi, ulardan amalda sinonim tushunchalar sifatida foydalaniladi. Ta’kidlash lozimki, innovatsiyalarning yangilik (novatsiya) dan asosiy farqlovchi jihati shundaki, innovatsiyalar yangiliklarni birinchilardan bo‘lib amaliyotga joriy etilishini nazarda tutadi.

Shunday qilib, innovatsiya yangilik (novatsiya)dan shunisi bilan farq qiladiki, yangi mahsulot dastlab bozorga kiradi, so‘ngra bozor tomonidan qabul qilinsagina u keyinchalik tijorat qiymatiga ega bo‘ladi. Ko‘rinib turibdiki, innovatsiya (yangiliklarni joriy qilish) bu yangilikni amalda qo‘llashni anglatadi. Yaratilgan yangi mahsulot, yangi texnologiya yoki mehnatni tashqil etish va boshqarish borasida ishlab chiqilgan yangicha yondashuvlar amalda o‘z ifodasini topsagina, bu yangiliklar innovatsiyalarga aylana oladi, demakki, barcha yangilik (novatsiya) lar ham innovatsiya bo‘la olmaydi. Innovatsiyalar qaysi sohaga yoki qanday ko‘rinishga ega ekanligidan qat’i nazar ularning mohiyatini aks ettiruvchi umumiy jihatlar birlashtirib turadi.

Birinchidan, ishlab chiqarishga joriy etilayotgan yoki bozorga olib chiqilayotgan barcha mahsulotlar, xizmatlar, jarayonlar yangi (yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan) bo‘lishi lozim.

Ikkinchidan, yaratilgan mahsulot ishlab chiqarish yoki shaxsiy iste’mol ehtiyojlarini qondira olishi va ayni paytda kiritilgan yangilik aniq bir tovar, xizmat yoki jarayonda o‘z aksini topgan bo‘lishi talab etiladi.

Uchinchidan, yaratilgan mahsulot bozor talabiga mos kelishi, tijorat jihatdan o‘zini oqlashi va pirovardida ishlab chiqaruvchilar talabini qondirish kerak.

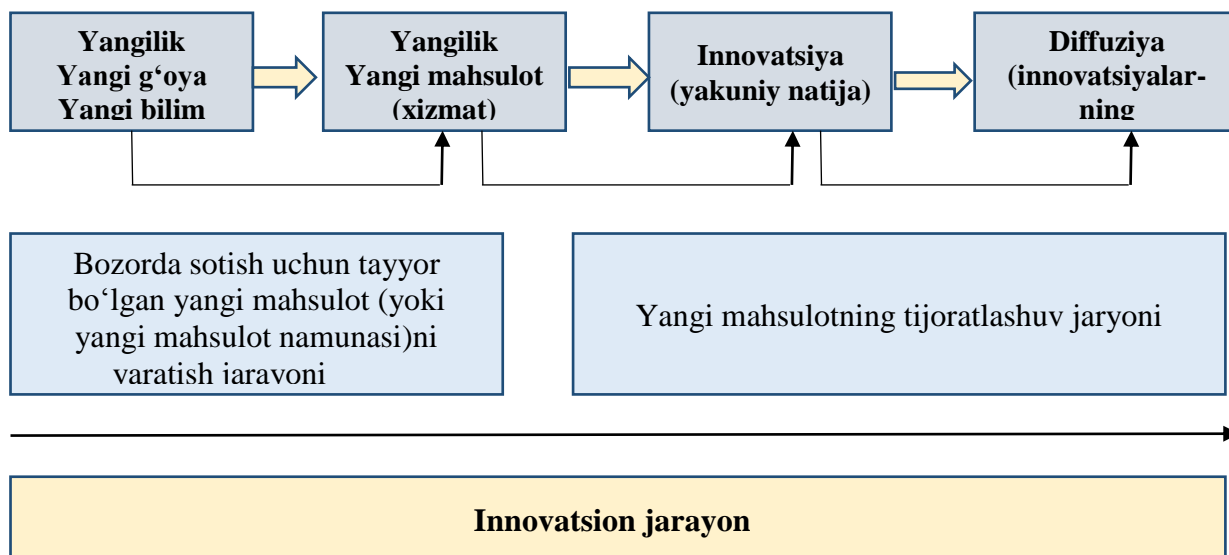
Ta’kidlash lozimki, innovatsiyalar uchun yuqorida sanab o‘tilgan barcha xususiyatlar birdek muhim hisoblanadi:

- ilmiy-texnik yangilik;
- ishlab chiqarishda foydalanish;
- tijorat nuqtayi nazaridan natijadorligi.

Yuqorida ko‘rsatilgan innovatsiya xususiyatlardan birortasining mavjud bo‘lmasligi yangilik (novatsiya) larning innovatsiyalarga aylanish jarayonida o‘zining salbiy ta’sirini ko‘rsatadi.

Innovatsion jarayon

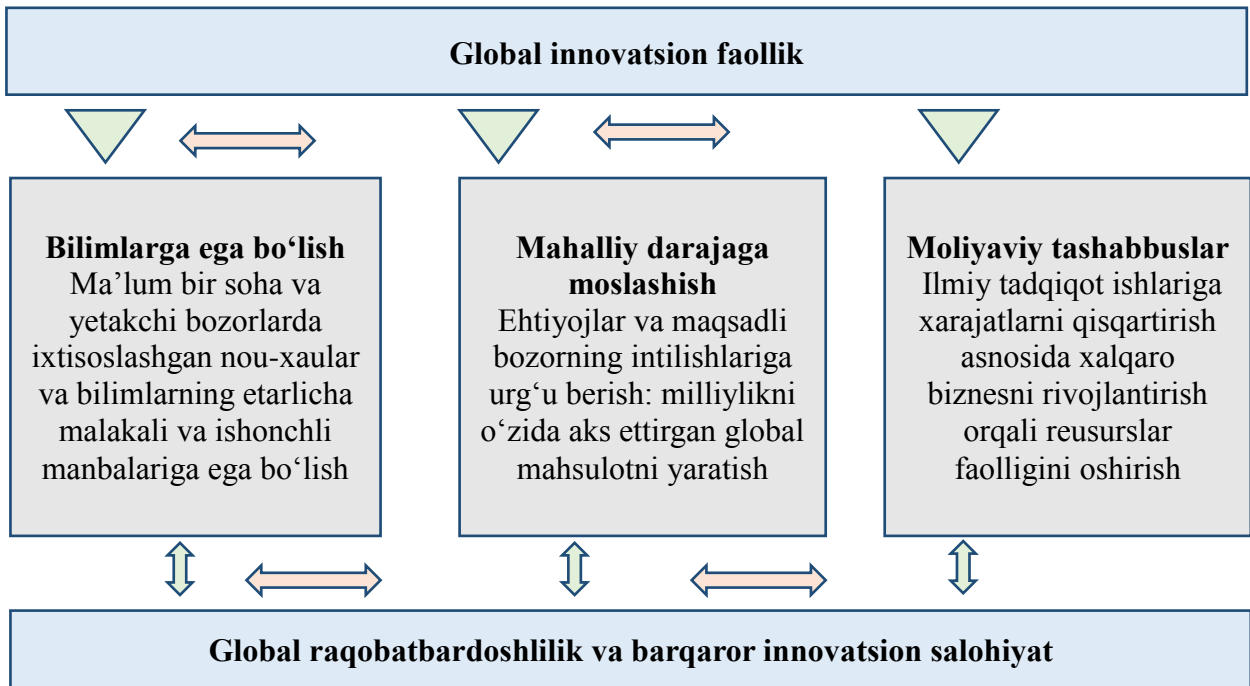
Iqtisodiy adabiyotlarda innovatsiyalarni yangiliklarni (mahsulot, xizmat, jarayon) yaratish jarayoni sifatida tushuntiruvchi yondashuvlar ham mavjud. Shubhasiz, bu tushunchalar va jarayonlar “innovatsiya” tushunchasi bilan bog‘liq bo‘lsada, lekin amaliyotda innovatsiyalarni yaratish, o‘zlashtirish va tarqatish jarayonlarni aks ettiruvchi umumiy tushuncha “innovatsion jarayon” atamasidan foydalaniladi. Innovatsion jarayon – bu ilmiy bilimlarni (kelgusida amaliyotda qo‘llash maqsadida g‘oyani yakuniy mahsulotga aylantirishga qadar) innovatsiyalarga aylantirish jarayonidir. Qayd etish lozimki, innovatsion jarayon siklik tavsifga ega.



2.1-rasm. Innovatsion jarayon modeli.

Shunday qilib, “innovatsiyalar” – bu bir paytning o‘zida ikki texnika va biznes olamining namoyon bo‘lishidir. Globallashuvning bugungi bosqichi va iqtisodiy jarayonlarning tobora jadallashuvi sharoitida innovatsion jarayonlar ham muayyan o‘zgarishlarni boshdan kechirmoqda.

O‘zgarishlar faqat texnologiya darajasida bo‘lganda Y.Shumpeter uni ixtiro deb ataydi va agarda mazkur o‘zgarishlarga biznes qo‘shilsa unda ular innovatsiyalarga aylanadi, deb fikr bildiradi. Y.Shumpeter nuqtayi nazaridan, majoziy qilib aytganda, innovatsiya – bu g‘oya egalari va tadbirkorlarning uchrashuvidir.



2.2-rasm. Global innovatsion faollikning imkoniyatlari va yo'nalishlari.

2. Innovatsiya va tadbirkorlik

Y.Shumpeterning, yirik asarlaridan biri “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” 1912-yilda Germaniyada chop etilgan bo‘lib, mazkur asarda asosiy e’tibor u “tadbirkorlar”- deb atagan innovatsion - faol individumlar bilan ularning inert muhiti o‘rtasidagi aloqalarga qaratilgan. Keyinchalik uning ilmiy izlanishlari o‘z ichiga yirik korxonalarining ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini (ITTKI) ham qamrab olgan.

Innovatsion muhitda tadbirkorlikni o‘rni

Y.Shumpeter tadbirkorlik nazariyasini sezilarli darajada rivojlantirdi. U iqtisodiy tahlil nazariyasida birinchi marta xo‘jalik subyektlarini (tadbirkorlarni) ikki turga ajratdi:

- institutsional tuzilmaning o‘zgarishiga ta’sir ko‘rsatuvchi, avvaldan mavjud korxonalarni modernizatsiya qiluvchi yoki yangi korxonalarni barpo qiluvchi, yangi texnologiyalar, mahsulotlar va bozorlarni loyihalashtiruvchi, ishlab chiqarishga joriy etuvchi innovatorlar;

- mavjud institutlarning saqlab qolishga intiluvchi, amaldagi eski turdagi texnika va texnologiyalardan foydalangan holda mahsulotlarni ishlab chiqaruvchi konservatorlar.

Y.Shumpeterning xulosalariga ko'ra tadbirkor – innovator ixtirolar va yangiliklarni joriy etish o'rtasidagi bog'lovchi bo'g'in hisoblangani holda, uning faoliyati iqtisodiy taraqqiyotning sifat jihatdan o'zgarishiga katta hissa qo'shadi. Innovator - tadbirkorning iqtisodiyotdagi funksional o'rnini shundan iboratki, u innovatsiyalarni iqtisodiyotga joriy etish orqali tarkib topgan muvozanat holatini izdan chiqaradi, iqtisodiyot muvozanat holatiga intilishi asnosida innovator-tadbirkor tadbirkorlik foydasini olish bilan bir qatorda, bugungi fanda "innovatsion renta" va "innovatsion kvazirenta" deb ataluvchi yuqori qo'shimcha daromadlarga ham ega bo'ladi.

Iqtisodiy subyektlarni innovatorlarga va konservatorlarga bo'lish evolyutsion nazariya'ning boshlang'ich nuqtasidir. Neoklassik nazariya nuqtayi nazaridan, iqtisodiy o'sishni tadbirkorlar emas, balki umumiy talab va taklifni davlat tomonidan tartibga solishning samarali mexanizmi ta'minlaydi.

Innovatsion faoliyat

Innovatsion jarayon bilan innovatsion faoliyat tushunchasi chambarchas bog'liqdir. Innovatsion faoliyat deyilganda, g'oyalari (odatda ilmiy tadqiqot va ishlanmalar natijalari yoki boshqa ilmiy va texnologik yutuqlar)ni bozorga tatbiq etiladigan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotga aylantirish, amalda foydalanilayotgan texnologik jarayonlarni yangi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayonlar bilan almashtirish va shuningdek, ijtimoiy xizmatlar ko'rsatishga yangicha yondashuv bilan bog'liq faoliyat tushuniladi.

Xalqaro statistika amaliyotida qabul qilingan innovatsiyalarni statistik o'rganish uslubiyotining asosiy qoidalari "Fraskati yo'riqnomasi" da o'z ifodasini topgan.

3. Innovatsiyalarni tasniflash

Innovatsiyalarni tasniflash nafaqat nazariy, balki amaliy ahamiyat ham kasb etadi. Shu bois ham innovatsiyalarni boshqarish

asosida innovatsiyalarni turli o‘lchamlar, mezonlar va turli o‘ziga xos jihatlari bo‘yicha tasniflash, ularni tiplarga ajratish yotadi. Innovatsiyalarni tasniflashning ko‘plab variantlari mavjud. Avvalo, yangilik darajasiga ko‘ra innovatsiyalarni farqlash lozim. Bir necha yuz yil ichida bir marotaba jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy hayotida tub o‘zgarishlarga olib keluvchi va yangi texnologik yoki iqtisodiy ishlab chiqarish usullarning paydo qiluvchi tub burilishlarni izohlash maqsadida Saymon Kuznes 1971-yilda ilmiy muomalaga “davriy innovatsiyalar” tushunchasini kiritdi. Uning fikricha, butun iqtisodiy rivojlanish tarixini “o‘ziga xos iqtisodiy davrlariga bo‘lish mumkin va har bir davriy yangiliklar bilan belgilanuvchi o‘ziga xos iqtisodiy o‘shish tavsifiga ega.

Davriylik tavsifiga ega bo‘lgan bunday yangiliklar sirasiga XVIII asrning oxirlarida ro‘y bergan sanoat inqilobini va texnika – texnologiya’ning rivojiga har qachongidan ko‘ra katta turki bergan iqtisodiy o‘shishning yangi manbai-zamonaviy fanning keng taraqqiy etishini kiritishimiz mumkin.

Chorvachilik va dehqonchilik madaniyatining insonlar tomonidan to‘la-to‘kis egallanishi, yozuvning paydo bo‘lishi, o‘qotar qurollarning yaratilishi, davlatchilikning qaror topishi, globallashuvning keng quloq yoyishi va shu kabilar davriy innovatsiyalarga misol sifatida ko‘rsatish mumkin. Aynan davriy innovatsiyalar va ularning salohiyatlarini namoyon qiluvchi bazisli innovatsiyalar to‘lqini jamiyat transformatsiyasining tarixiy burilish jarayonlarining asosida yotadi.

Innovatsiyalarni tasniflash

2.1-jadval

№	Mezonlar	Innovatsiya turlari
1	Yangilik darajasi	-epoxal (davriy) - bazisli (radikal) -takomillashtiruvchi(qo‘llab-quvvatlovchi) Psevdoinnovatsiyalar
2	Bozorga ta’siriga ko‘ra (qo‘porish darajasi)	-qo‘poruvchi -qo‘pormaydigan

3	Texnik parametrlar tipiga ko'ra	-mahsuldor -jarayonli
---	---------------------------------	--------------------------

2.1-jadvalning davomi

4	Tarqalish sohasi	-dunyo biznes sohalari uchun yangi bo'lgan -mamlakat biznes sohalari uchun yangi bo'lgan -mazkur korxonaning o'zi uchun yangi bo'lgan
5	Maqbullik	-o'rnini bosuvchi -inkor qiluvchi -kengaytiruvchi
6	Qamrab olishiga ko'ra	-lokal -tizimli -strategik
7	Bozorga chiqish vaqtiga ko'ra	-innovatsion –liderlar -innovatsion-izdoshlar

Innovatsiyalarni uch guruh: bazisli, takomillashtiruvchi va psevd innovatsiyalarga bo'lgan holda nemis olimi G.Mensh innovatsiyalar nazariyasining rivojiga katta hissa qo'shadi.

Bazisli innovatsiyalar – bu ilgari mavjud bo'lmagan iste'mol xususiyatlari va jihatlariga yoki ishlab chiqarish unumdorligi yoxud narxi bo'yicha sezilarli darajada yaxshilangan mahsulot, jarayon yoki xizmatlardir. Bazisli innovatsiyalarni ba'zan radikal innovatsiyalar ham deb atashadi. Mazkur radikal innovatsiyalar jarayon, mahsulot yoki xizmatlarda sezilarli darajadagi o'zgarishlarni keltirib chiqarishi natijasida mavjud tarmoq yoki bozorlarning transformatsiyasi yuz beradi yoki yangi tarmoq va sohalar yaratiladi. Masalan, Internet tarmog'ining rivojlanishi bugungi kunda elektron tijoratning keng quloq yozishiga olib keldi.

Takomillashtiruvchi innovatsiyalar bazisli innovatsiyalarni rivojlantirish va o'zgartirishga yo'naltirilgan bo'lib, ular ko'p bo'lsada, ammo yangilik darajasining sezilarli darajada kamligi va qisqa hayotiylik sikli bilan farqlanib turadi. Bozor iqtisodiyotida hamisha avfzallik yaxshilovchi innovatsiyalarga beriladi, chunki ularning xatarlilik darajasi past va ayni chog'da arzon hamdir.

Aynan, takomillashtiruvchi innovatsiyalarni amalga oshirish orqali jamiyat hayotining turli sohalarida tadbirkorlik va novatorlik ruhi rivoj topadi.

Ahamiyatsiz shakl o'zgartirish psevdoinnovatsiyalarga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- mahsulotlarning konstruktiv yechimini o'zgarishsiz qoldirgan holda, mahsulotning sifat ko'rsatkichlari, iste'mol xususiyatlari va shuningdek, uning tarkibiga kiruvchi materiallar va komponentlarga etarlicha kaatta ta'sir ko'rsatmasdan mahsulotlarning tashqi ko'rinishiga yoki texnik tavsifiga sezilarsiz o'zgartirishlar kiritish;

- joriy bozor talabini qondirish va korxonada daromadlarini oshirish maqsadida bozorda mavjud bo'lgan, ammo korxonada ishlab chiqarilmayotgan mahsulotlarni ishlab chiqarishni o'zlashtirish orqali mahsulot nomenklaturasini kengaytirish;

Psevdoinnovatsiyalar odatda tizim hayotiylik siklining yakuniy bosqichida kengayib boradi, u o'z imkoniyatlarini to'liqligicha sarflab bo'lgan bo'lsada, bir qadar istiqbolli tizimning jarayonga qo'shilishiga qarshilik ko'rsatadi.

Qo'poruvchi innovatsiyalar. Kompaniyalarda innovatsion rivojlanish jarayonlarining tezligi ko'pincha, iste'molchilarning yangi mahsulot yoki xizmatlarni qabul qila olishlari darajasidan ancha shiddatliroq kechadi. Natijada, ushbu kompaniyalarning ishlab chiqargan mahsulotlari va xizmatlari keng iste'molchilar auditoriyasi uchun favqulodda murakkab va o'ta "aqlli" qimmat bo'lib qoladi. Bunday holatlarda kompaniyalar o'zlarining talabchan iste'molchilariga eng yuqori narxlarda mahsulot va xizmatlarini taklif eta borib yuqori foyda darajasini ta'min etadilar. Albatta o'z-o'zidan ayonki, bozorda bunday vaziyat uzoq muddat hukm sura olmaydi, ayni shu holat bozorga qo'poruvchi innovatsiyalarning kirib kelishiga turtki beradi. Qo'poruvchi innovatsiyalar mahsulot narxining qimmatligi yoki foydalanishning qiyinligi bois, avvallari bunday mahsulotlardan foydalanish imkoniyati mavjud bo'lmagan iste'molchilarga mazkur mahsulotlardan foydalanish imkoniyatini beradi. Dastlabki davrlarida mavjud bo'lishining dastlabki bosqichlarida qo'poruvchi biznes faoliyat ko'rsatish tavsifi bo'lib:

- olinayotgan yalpi foydaning pastligi;
- birmuncha tor maqsadli bozor segmentlari;

- mavjud texnik va texnologik yechimlar, avvalgi mahsulot va xizmatlarga nisbatan ancha sodda boʻlgan mahsulot va xizmatlar bilan tavsiflanadi.

Qoʻporuvchi innovatsiyalarning bir koʻrinishda unchalik ham oʻziga jalb qilmasligi, mavjud korxonalarining ushbu bozor segmentlariga kirib borishga undamaydi, bu esa asta-sekinlik bilan qoʻporuvchi innovatsiyalarning bozorda mustahkam oʻrin egallashlariga zamin yaratib beradi. Qoʻporuvchi innovatsiyalar bozordagi qarashlar va qadriyatlarni ham oʻzgarishiga olib keladi. Qoʻporuvchi texnologiyalar va ular tomonidan “portlatilgan” bozorlarga quyidagilarni misol qilib keltirishimiz mumkin:

Qoʻporuvchi innovatsiyalarga misollar

2.2-jadval

Qoʻporuvchi innovatsiyalar	“Portlatilgan” bozorlar
Minikompyuter	Meynfreym (EHM)
Printer	Yozuv mashinkasi
Raqamli fotografiya	Kimyoviy fotografiya
Paroxod	Yelkanli kema
Uyali telefon	Peydjer
GPS-navigator	Xaritalar va hudud xaritasi

Texnologik oʻlchamlardan kelib chiqqan holda innovatsiyalarning mahsuldor va jarayonli innovatsiyalarga boʻlinishi innovatsiyalarning muhim jihati hisoblanadi. Mahsuldor innovatsiyalar texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotlarni joriy etishni oʻz ichiga oladi. Texnologik jihatdan yangi mahsulot (radikal mahsuldor innovatsiya) – bu texnologik tavsiflari (funktional xususiyatlari, konstruktiv yechimlari, shuningdek, foydalanilgan materiallar va tarkibiy qismlar) yoki maqsadli ishlatilishi jihatidan ilgari ishlab chiqarilgan shu kabi mahsulotlardan tubdan yangi yoki sezilarli darajada farq qiluvchi mahsulotdir. Bunday innovatsiyalar mutlaqo yangi texnologiyalarga yoki yangi va mavjud texnologiyalardan amalda birgalikda foydalanishga asoslangan holda boʻlishi mumkin.

Texnologik jihatdan takomillashtirilgan mahsulot (“Oslo yo‘riqnomasi” bo‘yicha – inkremental mahsuldor innovatsiya) – bu mavjud mahsulotga nisbatan sifat yoki qiymat ko‘rsatkichlari bo‘yicha bir necha marotaba samarali materiallar va qo‘shimchalardan foydalanish hisobiga qisman yoki qator texnik tizimlari takomillashtirilgan mahsulotdir.

Jarayonli innovatsiyalar texnologik jihatdan yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan ishlab chiqarish jarayonlari (usullari) ni ishlab chiqarishni va joriy etishni o‘zichiga oladi. Ushbu turdagi innovatsiyalar ishlab chiqarish jarayonini tashqil etishning yangi usullari, shuningdek, ilmiy tadqiqot va ishlanmalarning natijalari, yangi ishlab chiqarish asbob-uskunalaridan foydalanishga asoslangan bo‘lishi mumkin. Ushbu innovatsiyalardan odatda korxonada ishlab chiqarish samaradorligini oshirish maqsadida foydalaniladi.

Innovatsiyalar va innovatsion faoliyatning asosiy tamoyillari ham mavjud bo‘lib, quyidagilardan iborat:

- Innovatsion ishlab chiqarishning an’anaviy ishlab chiqarishdan ustunligi;
- Innovatsion faoliyatning tejamkorligi;
- Innovatsion faoliyatning o‘zgaruvchanligi (moslashuvchanligi);
- Innovatsion jarayonlarning sikllilik xususiyati;
- “Zararsizlik” tamoyili;
- Innovatsion faoliyat va natijalarining muayyan vaqt oraliklariga muvofiq kelishi;
- Innovatsion faoliyat va uning natijalarining bozorni madaniy darajasiga muvofiqligi;
- Yangilikning moliyaviy jihatdan ta’minlanganligi;
- Ijtimoiy navflilik;
- Iqtisodiy-geografik tamoyil;
- Fundamental fanni qo‘llab-quvvatlash tamoyili;
- Innovatsion faoliyatning himoyalanganligi;
- Teskari aloqani yo‘lga qo‘yish tamoyili;
- Kadrlar bo‘yicha muvofiqlik (kadrlarning muvofiqligi);
- Raqobatbardoshlilik tamoyili;
- Umumiylik tamoyili (yagona innovatsion strategiya);

- Yangilikning tijorat sohasidagi samarasi;
- Ekologik xavfsizlik tamoyili;
- Bozor talabining ustunligi tamoyili.

Innovatsion faoliyat va jarayonlarning yuqori samaraga ega bo'lishida yuqorida keltirilgan tamoyillar muhim ahamiyat kasb etib, innovatsion faoliyatni mazkur tamoyillarning o'zaro uyg'unligida tashqil etishi talab etiladi.

4. Innovatsiya to'g'risida nazariyalarni rivojlanishining asosiy bosqichlari

Ilmiy adabiyotlarida innovatsiyalarning tadrijiy rivojlanishi nuqtayi nazarida ninnovatsiyalar nazariyasining asosiy oqimlarining tahlili batafsil yoritib berilgan. Innovatsion rivojlanishning bugungi kun nazariyalarining mantig'ini va asosiy yo'nalishlarini to'la-to'kis tushunib olishda innovatsiya to'g'risidagi nazariyalarning asosiy bosqichlarini tarixiy kontekstda obyektiv va izchil tahlil qilish juda muhimdir. Shu bilan birga bir qator mualliflar innovatsiyalar to'g'risidagi nazariyalarni davriylashtirish orqali turli yondashuvlar va qarashlarni taklif qiladilar, bunda ular turli mezonlarga e'tibor berishadi va shu asosda innovatsion taraqqiyot konsepsiyalarini tasniflashadi. Shubhasiz, bunday tadqiqotlar ma'lum darajada innovatsiyalar nazariyasini rivojlantiradi, o'quv va ilmiy maqsadlar uchun katta foyda keltiradi. Shu bilan bir qatorda, taklif etilgan variantlarning har biri o'z-o'zidan ayonki, ilmiy tadqiqot maqsadlaridan kelib chiqqan holda u yoki bu tadqiqotchining mualliflik qarashlarini ifoda etadi. Innovatsiyalar nazariyasining paydo bo'lishi, shakllanishi va rivojlanishi borasida to'laqonli va tizimli tasavvurga ega bo'lish uchun bizning fikrimizcha tadrijiy va maqsadli tahlil usullaridan foydalanish to'g'ri yondashuv hisoblanadi. Tadrijiy (evolyutsion) tahlil usuli innovatsion sohadagi jarayonlar va zamonaviy tendensiyalar tabiatini chuqurroq tushunib olish va innovatsiyalar nazariyasi rivojlanishi evolyutsiyasining umumiy mantig'ini anglab yetish, innovatsion taraqqiyotning qonuniyatlari borasida umumiy tasavvurga ega bo'lish imkonini beradi. Bu o'rinda tasniflashning asosiy mezoni bo'lib tarixiy yondashuv hisoblanadi. Tarixiy yondashuvda – tarixiy rivojlanish

jarayonida paydo bo'lgan tushunchalar, maktablar va nazariyalarni tahlil qilish va tasniflashga alohida e'tibor beriladi. Maqsadli tahlil usuli asosida har bir tadqiqot maqsadiga mos keluvchi innovatsiyalar nazariyasi, konsepsiyalari va yondashuvlarni chuqur tahlil qilish, tasniflash va umumlashtirish talab etiladi.

Tadrijiy tahlil usuli

Innovatsiyalar nazariyasining tarixiy shakllanish va rivojlanishi jarayonida ko'pgina tadqiqotchilar birmuncha o'ziga xos sifat belgilariga ega bo'lgan bosqichlarni ajratib ko'rsatishadi:

1-bosqich: XIX asr oxiri – XX asrning 30-yillari.

Bu siklik inqirozlar va uzun to'lqinlar nazariyasi doirasida iqtisodiy o'sish omillari va sabablarini tadqiq qiluvchi konsepsiyalar asosida innovatsiyalar nazariyasining fundamental asoslarining shakllanish davri hisoblanadi. Mazkur yondashuvning asosiy g'oyasi shundan iboratki, bozor iqtisodiyoti taraqqiyoti "yuksalish-pasayish-yuksalish" sikliga asoslangan qonuniyat asosida yuz bersa, iqtisodiy o'sishning asosiy omili innovatsiyalardan iborat ekanligini ko'rsatib berishdir. Innovatsiyalar nazariyasi taraqqiyotining ushbu bosqichi shunisi bilan e'tiborliki, ushbu davrda N. Kondratevning "uzun to'lqinlar" sikli kashf qilindi, innovatsion jarayonda tadbirkorlikning yangicha o'rni va innovatsiyalarning mohiyatini yoritib beruvchi Y.Shumpeterning tadbirkorlik va innovatsiyalar nazariyasining asosiy qoidalari shakllandi. Quyida voqealar xronologiyasi keltirib o'tiladi:

XIX asr oxiri – XX asrning boshi

- 1793 va 1847-yillarda dunyo iqtisodiyotida yuz bergan halokatlar-jahon urushi sabablarini o'rganish (X.Klark, 1847);
- iqtisodiyotning davriy rivojlanishi haqidagi dastlabki taxminlar va iqtisodiyotdagi uzoq muddatli tebranishlarning mavjudligini isbotlashga bo'lgan birinchi urinishlar (V.Djevons, 1884);

- davriy inqirozlarni tadqiq qilish va iqtisodiy rivojlanish uchun uzoq muddatli tebranishlar xosligini isbotlash (M.Tugan-Baranovskiy 1894);

- Siklik inqirozlar va “uzun to‘lqinlar” nisbatini va shuningdek, tebranishlarni keltirib chiqaruvchi endogen va ekzogen mexanizmlarning muammolarini o‘rganish.

XX asrning 20-30-yillari

- N.D.Kondratev tomonidan iqtisodning “uzun to‘lqinlar” qonuni bo‘yicha nobarqaror rivojlanishining asoslab berilishi bilan bir qatorda iqtisodiyotdagi uzoq muddatli tebranishlarning endogen tavsifga egaligini tushuntiruvchi nazariya’ning asoslanishi (1924-1928). N.D.Kondratev nazariyasi “kon’yunkturaning katta sikllari” ning paydo bo‘lish sabablarini va ularning davomiyligini o‘rganishga katta turtki bergani holda, pirovardida innovatsiyalar iqtisodiy o‘shishning beqarorligi uchun eng muhim omil deb e’tirof etildi. Bundan tashqari, iqtisodiyotning “yuksalish-pasayish-yuksalish” sikli bo‘yicha notekis rivojlanish mexanizmining asoslanishi, bu esa keyinchalik evolyutsion nazariya deb nom olgan yangi iqtisodiy nazariya’ning rivojlanishiga sabab bo‘ldi.

XX asrning 30-yillari

- innovatsiyalar nazariyasining asoschisi J. Shumpeter tomonidan uzun to‘lqinlar innovatsion nazariyasining yaratilishi, ilmiy muomalaga “innovatsiya” tushunchasining kiritilishi va uni “ishlab chiqarish omillarining yangi ilmiy va ishlab chiqarish omillar kombinatsiyasi” sifatida aniqladi;

- bozor iqtisodiyotining rivojlanishida innovatsion jarayonlarning mohiyatini va rolini o‘rganish; innovatsiyalarning hayotiylik siklini buzish orqali yaratish jarayoni sifatida talqin qilish;

- texnologik innovatsiyalar bilan bog‘liq holda tadbirkorlik nazariyasini ishlab chiqish (“tadbirkorlar-innovatorlar” va “tadbirkorlar-konservatorlar”);

- Iqtisodiy o‘shishning omillarini tushuntirishda neoklasik nazariyadan tubdan farq qiluvchi evolyutsion iqtisodiy nazariya’ning yanada rivojlanishi.

2-bosqich: XX asrning 40-yillari - 70-yillarning o'rtalari.

Ushbu bosqichda o'tgan davrning asosiy innovatsion g'oyalari rivojlantirish va detallashtirish ishlari davom ettirildi; tadqiqotlar yanada amaliy ahamiyat kasb eta boshladi; innovatsion loyihalarni rejalashtirish, tashqil etish, moliyalashtirish, boshqarish va ularning samaradorligini baholashning funksional jihatlari ishlab chiqildi.

3-bosqich: XX asrning 70-yillari oxiri - XXI asr boshlari

Innovatsiyalar nazariyasi rivojlanishining mazkur bosqichini milliy innovatsion tizimlar konsepsiyasining fundamental asoslarini yaratish, tizimli hodisa sifatida innovatsiyalarning mohiyatini tahlil qilish, innovatsiyalarning yangi tiplarini tasniflash sohasida yangicha nazariy yondashuvlar sifatida qarashimiz mumkin.

XX asrning 70-yillari

- Nemis iqtisodchisi G.Mensh tomonidan innovatsiyalar tasnifining ishlab chiqilishi (bazisli, takomillashtiruvchi va psevdoinnovatsiyalar).

- Bazisli innovatsiyalar klasteri va shunidek, bazisli va takomillashtiruvchi innovatsiyalar o'rtasidagi nisbatlarni tadqiq qilish.

- Innovatsion biznesni dinamik modellashtirishga asos bo'lgan S-shakldagi mantiqiy egri chizig'i (Mensh-Foster egrisi) asosida iqtisodiyotning davriyligi va innovatsiyalarning davriyligi o'rtasidagi bog'lanishlarni tahlil qilish.

XX asrning 80-yillari

- Innovatsiyalarning mohiyatini va ularning tasniflanishini yanada aniqlashtirish, uzun to'lqinlarning turli – ko'tariluvchi va pasayuvchi fazalarida yangi mahsulot va yangi jarayonlar klasterining shakllanishini tadqiq qilish (A.Klyaynknex, 1987).

- Iqtisodiyotni uzoq davr davomida beqarorligining muhim mexanizmi sifatida unga mos investitsiyalar asosida infratuzilmani shakllantirish zarurligi to'g'risida muammoni qo'yilishi.

- Texnikaviy taraqqiyotning sikl va fazalarini tasniflash, ilmiy-texnologik inqiloblarni davriylashtirish, jamiyat va boshqa

sohalarda o‘zaro bog‘liq tub texnologik yangiliklar va innovatsiyalarni jamiyatning boshqa - ta’lim, boshqaruv, siyosat sohaslariga joriy etilishi natijasida yuz beradigan uzoq muddatli sikllarni tadqiq qilish; texnologik ukladlar konsepsiyasini ishlab chiqish.

- Milliy innovatsion tizimlar konsepsiyasini ishlab chiqish.

XX asrning 90-yillari

- Innovatsion taraqqiyot unsurlari tizim yaratuvchi hisoblanuvchi “yangi iqtisodiyot” sohasida tizimli tadqiqotlarni amalga oshirish. Innovatsiyalar nazariyasining shakllanish bosqichlari va ularga tegishli mos sifat ko‘rsatkichlari quyidagi rasm orqali ifodalash mumkin.

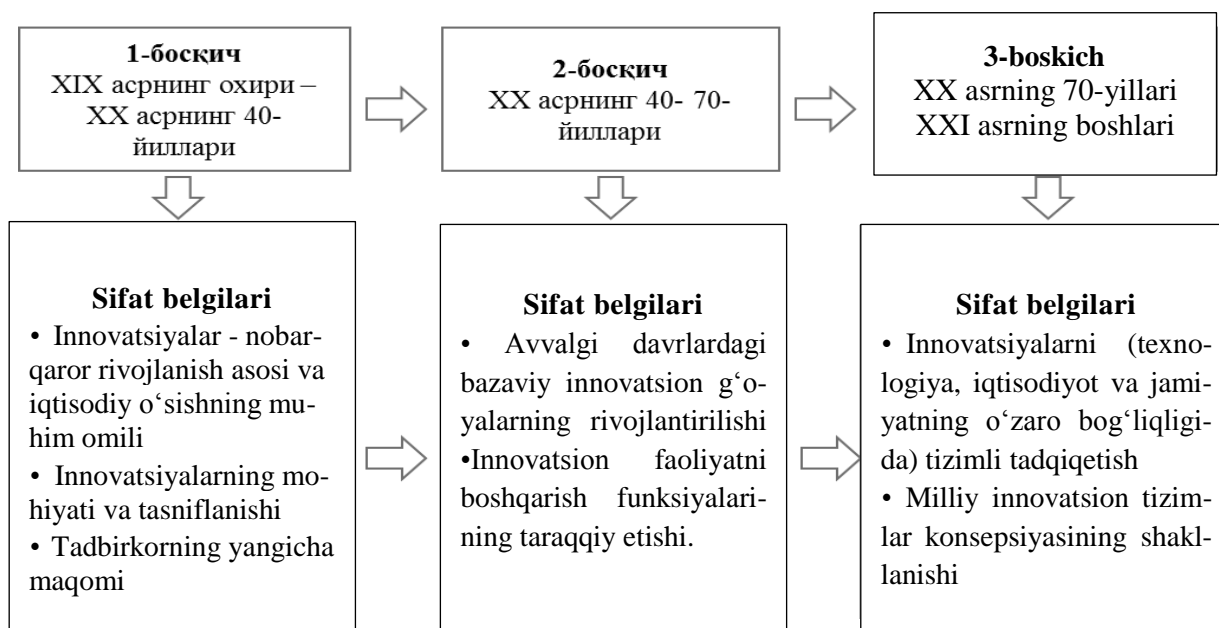
Shunday qilib, innovatsiyalar nazariyasi rivojlanishining o‘ziga xos va ustun jihatlari o‘rganish quyidagilardan iborat:

birinchi bosqichda innovatsiyalar mohiyatini va ularning iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni; ikkinchi bosqichda - innovatsion faoliyatni boshqarish funksiyalarini o‘rganish; uchinchi bosqichda esa innovatsiyalarning tizimli xususiyatini tushunish va texnologiyalar, iqtisodiyot va jamiyatning o‘zaro bog‘liqligini o‘rganishga o‘tishdan iborat, degan xulosaga kelamiz. Aynan mana shunda innovatsion rivojlanish nazariyasi evolyutsiyasining muhim qonuniyati o‘z aksini topadi.

Tadrijiy yondashuv asosida innovatsiyalar nazariyasining shakllanish bosqichlari

<p>1-boskich XIX asrning oxiri – XX asrning 40-yillari</p>

<p>2-boskich XX asrning 40 -70-yillari</p>



2.4 rasm. Tadrijiy yondashuv asosida innovatsiyalar nazariyasining shakllanish bosqichlari.

Innovatsiyalar nazariyasi rivojlanishining tarixiy bosqichlari va rivojlanish mantig'i borasidagi umumiy tasavvurlar bizga tahlilning keyingi bosqichiga – ya'ni "Innovatsion iqtisodiyot" kursi o'quv qo'llanmasida belgilangan maqsadlar nuqtayi nazaridan innovatsion rivojlanish nazariyalari va konsepsiyalarini maqsadli ravishda tadqiq etishga o'tish imkonini beradi.

"Innovatsion iqtisodiyot" o'quv qo'llanmasida o'rganilishi ko'zda tutilgan mavzular, innovatsiyalar nazariyasining tadrijiy taraqqiyoti nuqtayi nazaridan innovatsiyalar nazariyasini tahlil qilishning uslubiy, funksional va strategik usullarini taklif etiladi. Shunday qilib, o'quv qo'llanmaning har bir bo'limi uchun eng muhim innovatsion nazariya va konsepsiyalarning yaxlitligi sifatida mos yondashuvlar ishlab chiqiladi.

Tabiiyki, bu o'rinda faqat asosiy konsepsiyalar keltirilgan xolos. "Innovatsion iqtisodiyot" o'quv kursini o'rganish jarayonida har bir mavzuni chuqurroq o'rganish uchun zarur bo'lgan boshqa yondashuv va nazariyalardan ham keng foydalaniladi.

Nazorat savollari

1. Yangiliklarning innovatsiyalarga aylanish jarayonidagi asosiy bosqichlarni sharhlab bering?

2. Y.Shumpeter tomonidan farqlab ko'rsatilgan ikki turdagi tadbirkorning bir-biridan farqli jihatlarini ko'rsatib bering?
3. Innovatsiyalarning asosiy tasniflanishini tushuntiring?
4. Davriy innovatsiyalarning mohiyatini misollar yordamida ochib bering?
5. Qo'poruvchi innovatsiyalarning asosiy xususiyatlari nimalardan iborat. Qo'porilgan bozorlarga misollar keltiring?
6. Davriy va qo'poruvchi innovatsiyalarning bir-biridan farqini izohlang?
7. Oltita texnologik uklad to'g'risida tushuncha bering. Bugungi kunda O'zbekiston iqtisodiyoti uchun qaysi texnologik uklad xos?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, "O'zbekiston" NMIU, 2017-yil.
2. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
3. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi "2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 22.09.2018 y.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi "Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori // Xalq so'zi. 08.05.2018 y.
6. Concept and evolution of buisness models, Journal of general management, 2005, 31, 2, pp. 37-56.
7. Business model innovation and competitive imitation: The case of sponsor based business models, R. Casadesus-Massanell, R. Zhu, Feng, Strategic Managent, April 2013, Vol. 34, Issue 4, pp.464-482.

8. Business model and Performance of Firms, J.Sahut, L. Hikkerova, M., Khalfallah, International Business Research, February 2013, Vol. 6, Issue 2, pp.64-76.

9. Business model road mapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model, M.DeReuver, H.Bouwman, T., Haaker, International Journal of Innovation Management, Feb2013, Vol. 17, Issue.

10. How to design a winning business model, , J.E.Ricart, Harvard Business.

11. Review, January-February, 2011, pp.100-107.

12. New business models in emerging markets, M.J.Eyring, M.W.Johnson, H.Nair, Harvard Business Review, January-February, 2011, pp.89-95.

13. Reinventing Your Business Model, M. Johnson, C. Christensen, H. Kagermann, Harvard Business Review, December 2008, pp. 50-59.

3-MAVZU. INNOVATSIYALARNING ENDOGEN XUSUSIYATLARI

Inson kapitalining jamg'arilishi muayyan resurslarni talab etadigan hamda muqobil chiqimlar sababi bo'lgan faol iqtisodiy jarayondir.

R.E. Lukas

Reja:

1. Endogen o'sish nazariyasining investitsiyaga ta'siri.
2. Innovatsiyalarning turlari va ularning endogen xususiyatlari.
3. "Texnologik turtki" gipotezasi va texnologik ukladlar.

Asosiy atama va tushunchalar:

Investitsiya, innovatsiya, iqtisodiy o'sish, endogen iqtisodiy o'sish, Jahon banki, XVF, resurs, inson kapitali, jamg'arish, tejamkorlik, raqobat, fan va texnologiya, bazisli, takomillashtiruvchi, psevdoinnovatsiyalar, innovatsion- jarayon, innovatsion-mahsulot, qo'shilgan qiymat, texnologik turtki. texnologik uklad.

1. Endogen o'sish nazariyasining investitsiyaga ta'siri

Investitsiya – bu takror ishlab chiqarish, iqtisodiy o'sish sifatining moliyaviy manbai, ishlab chiqaruvchi kuchlar va iqtisodiy munosabatlar tizimi rivojlanishini belgilovchi omildir. Investitsiya fan va texnika taraqqiyoti yutuqlarini amaliyotga joriy qilishni va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish jarayonini ta'minlaydi. U aholi turmush darajasi va sifatini to'xtovsiz oshirib borishning ham zaruriy sharti hisoblanadi. Shu jihatidan yondashilganda, investitsiyalarning zarurligi ikki muhim omillarni taqozo qiladi: ijtimoiy ehtiyojlar sifat darajasini o'sishi va aholi sonining ko'payishi. Iqtisodiyot nazariyasi fani rivojlanishida iqtisodiy o'sishning turli nazariy modellari shakllangan. Iqtisodiy o'sish modellari bu tadqiq qilinayotgan iqtisodiy jarayonlarning muhim

sabablari va omillarini aniqlash maqsadida grafik va matematik usullar orqali real iqtisodiy jarayonlarni abstrakt holda umumlashtirilgan va soddalashtirilgan ifodasi hisoblanadi.

Iqtisodiy oʻsish, uning omillarining hozirgi zamon nazariyasining oʻziga xos xususiyatlaridan biri, shunday oʻsishning har qanday turdagi modellarini qoʻllash hisoblanadi. XX asrning soʻnggi-yillarda iqtisodiy oʻsish taʼlimotida neoklassik nazariyalarga nisbatan eʼtirozlar kuchayib bordi. Bu jahon mamlakatlarida iqtisodiy rivojlanish darajalarida keskin farqlarni kuchayishi va rivojlanayotgan davlatlarda, davlatning qarzdorlik inqirozini kuchayishi bilan bogʻliq muammolardir. Bu davrda Jahon banki va XVF rivojlanayotgan davlatlarda erkin bozor munosabatlarini shakllantirish, iqtisodiy oʻsish va aholi turmush farovonligini oshirishda investitsiyalar muhim omil sifatida tavsiya etilgan edi. Biroq investitsiyalarni oʻsishi rivojlanayotgan davlatlarda kutilgan darajada iqtisodiy oʻsish va aholi turmush farovonligiga olib kelmadi. Jahon banki va XVF koʻrsatmalariga koʻra ichki va tashqi bozorni erkinlashtirish ham rivojlanayotgan mamlakatlarda kutilgan darajada xorijiy investitsiyalarni jalb etish imkonini bermadi. Ushbu muammolarni yechimini endogen oʻsish nazariyasi maktabi tushuntirishga harakat qildi.

Endogen oʻsish uzoq muddatli davrda texnologik taraqqiyot iqtisodiy oʻsishning yagona sababi hisoblanmaydi. Unda iqtisodiy oʻsish sifati darajasi quyidagi omillarga bogʻliq:

- inson kapitalining sifati, insonni rivojlantirishga (taʼlim, sogʻliqni saqlash va hokazolarga) investitsiyalar;
- mukammal boʻlmagan raqobat sharoitlarida intellektual mulk huquqini himoya qilish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish;
- fan va texnologiyalarni rivojlantirishni davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlash;
- qulay investitsiya muhitini yaratish va yangi texnologiyalarni oʻzlashtirish.

Iqtisodiy oʻsishning surʼatlari yangi bilimlarni egallash sohasida markazlashgan inson kapitali miqdoriga bevosita bogʻliqdir. Amalda bu ilmiy tadqiqotlar sohasi iqtisodiyotga birgina amaliy gʻoyalar va ishlanmalar bilangina taʼsir koʻrsatmasligini anglatadi. Ushbu nazariyaga muvofiq, jamgʻarilgan inson kapitali hajmi katta

boʻlgan mamlakatlar iqtisodiy oʻsishda yuqoriroq surʼatlarga erishadilar. Demak, erkin xalqaro savdoning rivojlantirilishi ham oʻsish surʼatlarini oshirishga yordam beradi, chunki mahsulotlar bilan ayriboshlash iqtisodiy tizim chegaralarini kengaytiradi va shu tariqa inson kapitali jamlanmasi koʻpayishiga xizmat qiladi.

Inson kapitalining jamgʻarish muayyan resurslarni talab etadigan hamda muqobil chiqimlar sababi boʻlgan faol iqtisodiy jarayondir. Endogen oʻsish nazariyasiga koʻra bilimlarni jamgʻarilishi, ishlab chiqarish xarajatlarini kamayishi, yangiliklar va innovatsiyalar iqtisodiy oʻsish sifatining muhim omillari hisoblanadi. Bugungi kunda bozor iqtisodiyotining rivojlanishining asosiy xususiyati iqtisodiyotda ekstensiv oʻsishning barcha imkoniyatlari va zaxiralaridan foydalanib boʻlindi. Bugungi globalizatsiya davrida bozor iqtisodiyotining rivojlanishining asosiy yoʻnalishi yuqori mehnat sifati va FTTda kapital tejamkor texnologiyalarga va ekologik cheklovlarni asoslanib iqtisodiy oʻsishda yakuniy sifat natijalariga erishish hisoblanadi. XXI asrga kelib iqtisodiyotda jiddiy oʻzgarishlar yuz berdi. Mazkur oʻzgarishlar birinchi navbatda, resurslardan foydalanishning tabiat inʼom etgan chegaralariga iqtisodiyot yetib borayotganligi natijasida iqtisodiy oʻsish sifatida anʼanaviy resurslaridan foydalanish imkoniyatlari vaqt oʻtgani sari cheklanib borayotganligi bilan bogʻliqdir.

Endogen iqtisodiy oʻsish nazariyasini yuqori rivojlanish darajasiga olib chiqqan olimlardan biri Uilyam Nordxaus hisoblanadi. Uning “Integrallashgan baholash modelida” (IAM) iqlim oʻzgarishlari bilan iqtisodiy oʻsish modelini bir-biri bilan bogʻladi. U.Nordxaus ishlab chiqarish funksiyasi modeliga ikki yangi oʻzgaruvchini kiritdi: tabiiy resurslar va ekologik zarar. Tabiiy resurslar ishlab chiqarish funksiyasi modelida ishchi kuchi, kapital, asosiy fondlar kabi ishlab chiqarish omili sifatida olingan; ekologik zarar birdan kichik boʻlgan koʻpaytiruvchi boʻlib u ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi. Bu modelda barcha omillar texnologik taraqqiyot natijasida oʻsib borsa ekologik zarar esa birdan kichik boʻlgan koʻpaytiruvchi hisobiga atmosferani ifloslanish darajasiga qarab kamayib boradi.

Endogen iqtisodiy o'sish nazariyasi maktablarining quyidagi xulosa va takliflari innovatsion iqtisodiyotga o'tish sharoitida O'zbekiston Respublikasi uchun foydali deb hisoblaymiz. Ularga:

- iqtisodiy o'sishni ta'minlash iqtisodiyotda erkin raqobatni, ishchi kuchi harakatchanligiga, firmalarni bozorga kirish va undan chiqish imkoniyatlariga, o'z mahsulotlari va texnologiyalarini doimo takomillashtirib, yangi innovatsion tovarlarni taklif etib bozorda o'z o'rinlariga ega bo'lish shart-sharoitlariga bog'liq. Bu tovar va texnologiyalar keyinchalik butun iqtisodiyotga tarqalib umumiy mehnat unumdorligini o'sishini rag'batlantiradi;

- jadallashgan iqtisodiy o'sishni ta'minlash iqtisodiyotning ochiqligiga, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etish hisobiga zamonaviy texnologik tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish imkoniyatlariga bog'liq. Jahon ta'lim tizimiga va faniga integratsiyalash, rivojlangan g'arb mamlakatlarining yetakchi mutaxassislarini takror ishlab chiqarish jarayoniga jalb qilish zarur;

- ta'lim tizimida kadrlar tayyorlashni rivojlantirish jarayonida uni bozor ta'lablariga moslash, zamonaviy texnologiyalar va birinchi o'rinda raqamli iqtisodiyotga kadrlar tayyorlash – mehnat unumdorligini o'sishining zaruriy shartidir;

- iqtisodiy o'sish atrof-muhitga tabiatga nisbatan hurmatda bo'lishni talab etadi. Atrof-muhitni ifloslanishi nafaqat aholi turmush darajasini yomonlashuviga olib keladi, balki iqtisodiyot uchun ham og'ir yuk bo'ladi;

- iqtisodiyotda samarali faoliyat olib boruvchi bozor institutlarini vujudga keltirish lozim. Iqtisodiyotni rivojlantirish uchun unda samarali faoliyat olib boruvchi, xususiy mulk manfaatlarini himoya qiluvchi bozor institutlarisiz katta miqdorda investitsiyalarni jalb etib bo'lmaydi. Bunday institutlar raqobatbardosh, qonun ustuvorligini va barqarorligini ta'minlovchi qarama-qarshi tuzilmalarga ega bo'lgan siyosiy tizim mavjud bo'lishini talab etadi.

Biroq barcha endogen iqtisodiy o'sish nazariyasi ta'limoti - modellarini umumlashtirgan holda tahlil etadigan bo'lsak, bugungi kunda ayni bir modelning iqtisodiyotda to'liq samara berib qo'llanilayotganligini kuzatishning iloji yo'q. Bugungi kunda

jahonda har bir davlat barqaror iqtisodiy o'sish yo'lida mamlakatning tabiiy qazilma boyliklari, mehnat resurslarining salohiyati, an'analari, va mentalitetidan, mamlakatning geografik joylashuvidan kelib chiqib, endogen iqtisodiy o'sish nazariyasi ta'limoti modellarining taklif va tavsiyalaridan foydalanib o'z iqtisodiy rivojlanish modelini ishlab chiqishi lozim. Bunga misol sifatida Prezidentimiz tashabbusi bilan ishlab chiqilgan «2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini»ni keltirishimiz mumkin.

Harakatlar strategiyasi dasturida endogen iqtisodiy o'sish nazariyasining qator taklif va tavsiyalari o'z ifodasini topgan bo'lib uning maqsadi olib borilayotgan islohotlar samaradorligini tubdan oshirish, davlat va jamiyat har tomonlama jadal rivojlantirish, milliy iqtisodiyotni modernizatsiyalash va erkinlashtirish asosida iqtisodiy o'sish sifatini oshirish va aholi turmush farovonligini ta'minlash va O'zbekistonni 2030-yilga kelib jahonning 50 ta ilg'or mamlakatlari qatoriga olib chiqishdan iboratdir.

2. Innovatsiyalarning turlari va ularning endogen xususiyatlari

Iqtisodiyotni innovatsion taraqqiyot yo'liga o'tkazish muammosi – iqtisodchi olimlarning diqqat markazida turgan asosiy muammolardan biri hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasi uchun rivojlangan davlatlarining iqtisodiy taraqqiyot va aholi turmush farovonligi darajasiga erishishning birdan bir yagona yo'li innovatsion yo'naltirilgan iqtisodiy tizimga o'tish hisoblanadi. Bu innovatsiya kategoriyasini ko'rib chiqishni dolzarbligini yanada oshiradi.

Innovatsiya termini inglizcha “innovation” so'zidan kelib chiqqan bo'lib, so'zma-so'z tarjima qilganda “yangiliklarni joriy etish” ma'nosini anglatadi. Innovatsiyani yangi ilmiy-texnikaviy, tashqiliy-iqtisodiy, ishlab chiqarish yoki boshqa yechim va qarorlarni amaliyotda birinchi bo'lib, joriy etish sifatida ta'riflash mumkin. Agar so'z faqat, texnologik innovatsiya haqida borsa, u holda uni, ishlab chiqarishda yoki xizmat ko'rsatish jarayonida yoxud bozorda sotish uchun mo'ljallangan mahsulotda yangi texnik yechimning qo'llanilishi sifatida tavsiflash mumkin. Innovatsiya –

bu oldingilarga nisbatan birmuncha past xarajatlar va yuqori sifat bilan tavsiflanuvchi mahsulotni yaratish maqsadida sarf-xarajatlarning ishlab chiqarishga transformatsiyalanish jarayonidir. Innovatsiyalarni ta'riflashga ikki xil yondashuvni ajratib ko'rsatish mumkin:

1) Jarayonli (takror ishlab chiqarish) yondashuv. Innovatsion g'oyalarni amalga oshirish yoki ularni tayyor natijaga aylantirish jarayoni sifatida.

2) Obyektli yondashuv. Innovatsiyani biror bir obyektga joriy etilgan, yakuniy natija sifatida tasavvur qilinadi.

Innovatsiyaga berilgan ta'rifda innovatsiyalarni yaratuvchi emas, balki innovatsiyalarni o'z faoliyatida qo'llovchi korxonalar nuqtayi nazaridan ifoda etilgan. Mazkur ta'rif innovatsiyalarni tarqatish jarayonlarini aks ettiradi, chunki innovatsiyalar nafaqat ularni yaratishni, balki ularni amalda qo'llashni ham ko'zda tutadi. Innovatsion korxonalar nimani yaratsalar, ularni bozorga joriy etilguniga qadar yangilik bo'lib qolaveradi. Aynan tarqatish bosqichida yangiliklar innovatsiyalarga aylanadi.

Innovatsiyadan farqli o'laroq, takomillashtirish – bu tizimning ichida amalga oshadigan va tizim amalda bo'lishining o'zgarishiga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydigan siljishdir. Takomillashtirish tizimning me'yorida amalda bo'lishiga ta'sir ko'rsatmaydi, u obyekt rivojlanish dinamikasiga nisbatan sust ta'sir ko'rsatishi bilan tavsiflanadi. Innovatsiya esa ko'pfunksional tavsifga ega bo'lib, eski qoidalarni parchalaydi, yangi “sifat” sakrashlarini yaratadi, obyektни tizimdan tashqari chiqib ish ko'rishga majbur etadi. Tijoriylashtirish bosqichining mavjudligi innovatsiyani yanglikdan farqlab turadi. Shunga bog'liq tarzda joriy etish bosqichi yetarlicha uzoq bo'lib, ko'pincha bir necha-yillarni o'z ichiga oladi, yangilikni joriy etishni ishlab chiqish jarayoni yangilikni yaratish jarayoniga nisbatan birmuncha qimmat turadi.

Yangiliklarni joriy etish bilan bog'liq muammolarni tadqiq qilgan iqtisodchi - olimlar o'rtasida nemis olimi Gerxard Mensh alohida o'rin tutadi. U iqtisodiy o'sish sur'atlari va davriylikni bazisli yangiliklarning paydo bo'lishi bilan bog'lashga harakat qiladi hamda aynan turg'unlik fazasida innovatsiyalarni yaratish va joriy etish uchun rag'batlantiruvchi omillar vujudga keladi, deb

hisoblaydi. G.Menshning fikriga ko'ra, texnologik pasayish holati qachonki bazisli yangiliklar o'z imkoniyatlarini to'raligicha sarflab bo'lgan paytda vujudga keladi va bu esa iqtisodiy rivojlanishdagi turg'unlik holatini belgilab beradi. Sanoat rivojlanishi o'z mohiyatiga ko'ra bir texnologik holatdan ikkinchi bir holatga o'tishini anglatadi. G.Mensh bazisli, takomillashtiruvchi va psevdoinnovatsiyalarni ajratgan holda innovatsiyalarni tasniflashni taklif etadi. Bazisli yangiliklar texnologik yangi tarmoq va bozorlarni vujudga keltiruvchi hamda notexnologik madaniy, ijtimoiy xizmatlar va boshqaruv sohasidagi o'zgarishlarga javob beruvchi turlarga bo'linadi. Ushbuga bog'liq ravishda innovatsiyalarning har bir turi ma'lum mehnat va kapital xarajatlarini talab etadi, yangiliklar o'rtasida resurslar uchun raqobat kurashi vujudga keladi.

Bazisli innovatsiyalar – bu yangi ilmiy tamoyillarga asoslangan ilgari ma'lum bo'lmagan yangi mahsulot va jarayonlarga yo'l ochib beruvchi yirik ixtirolar bazasida vujudga kelgan innovatsiyalardir. Misol tariqasida bug' mashinasi, elektr toki, atom energetikasi, kserografiya, vakuum trubkasi, tranzistorlar va shu kabilarni keltirib o'tishimiz mumkin. Bazisli innovatsiyalar katta investitsiyalarni talab etadi, ularni ishlab chiqish jarayonlari uzoq muddatli hisoblanib, ularning tijoriylashishi, ya'ni bozorlarga kirib borishi yangi texnologik ukladlarning paydo bo'lishiga olib keladi.

Takomillashtiruvchi innovatsiyalar – bu kichik, ammo mahsulot, servis va jarayonlarning muhim bo'lgan takomillashuvidir. Misol uchun, telefonning komponenti (qismi)ga aylangunga qadar, vakuum trubkasini ixtiro qilish vakuum yaratish bo'yicha ishlarni takomillashtirishni talab etgan.

Psevdoinnovatsiyalar – bu mahsulot yoki jarayonlarning iste'mol tavsiflarini o'zgartirmagan holda, ularning tashqi ko'rinishlarini o'zgartirishdir.

Bazisli innovatsiyalardan takomillashtiruvchi innovatsiyalarga va so'ngra psevdoinnovatsiyalarga o'tish jarayoni bir texnologik bosqichdan boshqasi tomon harakatlanish hisoblanadi. G.Menshning fikricha, yangi bazisli yangiliklarni yaratishga maksimal darajadagi tayyorgarlikka turg'unlik davrida erishiladi. Bazisli innovatsiyalarni yaratish uchun strategik jihatdan fikr

yuritish, uzoq muddatli rejalashtirishni amalga oshirish lozim, zero, uzoq muddatli davrda katta qo'yilmalarni amalga oshirishni talab etuvchi bazisli innovatsiyalarga qisqa muddatli davrda daromad olish ishtiyoqi o'zaro mos kelmaydi. G.Menshning fikricha, bozorning kamchiliklari bazisli yangiliklar oqimidagi tanaffuslarning sababchisi hisoblanadi. Bunday kamchiliklar sirasiga G.Mensh birinchi navbatda bozorning "eski" tarmoqlardan "yangi" tarmoqlarga resurslar oqimini qayta yo'naltira olmasligini, yangiliklarga sarf-xarajatlarda firmalarning tejashlarini rag'batlantira olmasligini kiritadi.

Innovatsiyalarni belgilariga ko'ra, turli xil tasniflash mumkin. Tasniflashlarning asosiy mezonlari sifatida yangilik darajasi, takror ishlab chiqarish jarayonidagi o'rni, tub burilish darajasi, qo'llanilish sohasi, innovatsion jarayonlar samaradorligiga ta'sir darajasi, mazmuni, foydalanish tavsifi, ko'lamliligi, tartibga solish va boshqarish holati, ijtimoiy maqsadlar tavsifi, paydo bo'lishga undovchi omil va shu kabilardan foydalaniladi.

Predmetiga ko'ra innovatsiyalar: innovatsion-mahsulot (mutlaqo yangi yoki takomillashgan ko'rinishdagi tayyor buyum yoki mahsulot bo'lib yetarlicha katta investitsiyalarni talab etadi); innovatsion – jarayon (texnik, ishlab chiqarish yoki boshqaruv jihatdan takomillashtirish); innovatsion- servis (korxonadan tashqarida mahsulotlardan foydalanishga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq holda, masalan, kompyuterlarning dasturiy ta'minoti) ga bo'linadi. Innovatsion-jarayon va innovatsion - mahsulotlar o'zaro uzviy bog'liq bo'lib, ular bir-birlariga o'tib borishlari ham mumkin. Masalan, agar biror bir asbob-uskuna ishlab chiqilsa va undan tovarlar ishlab chiqarishda foydalanish nazarda tutilsa, bu – innovatsion jarayon, agar maqsad sotish bo'lsa, bu – innovatsion mahsulot hisoblanadi. Joriy etish samaradorligiga ko'ra innovatsiyalar quyidagicha tasniflanadi: tovarning iste'mol xususiyatlarini yaxshilovchi, resurslar tejalishiga imkon yaratuvchi va ekologik samara keltiruvchi innovatsiyalar.

Ma'muriy resurslardan foydalanish bilan bog'liq ravishda innovatsiyalarning alohida tipi sifatida biznes-innovatsiyalarni ajratib ko'rsatish mumkin. Biznes – innovatsiyalar – bu korxonada va tashqilotlarning tizimning institutsional asoslarini chetlab o'tgan

holda, o'z faoliyatlarini amalga oshirish uchun qulay shart-sharoit yaratishga bo'lgan harakat va intilishlaridir. Bunda korxonalar va tashqilotlar sherik - hamkorlar izlab topish, shartnoma-kontraktlar tuzish, ularning ijrosi bilan bog'liq bo'lgan transaksion xarajatlarini qisqartirishga intilishlari va yoki o'z raqobatchilarining transaksion xarajatlarini oshirishga harakat qilishlari mumkin.

Jamiyat hayotida sezilarli o'zgarishlarga olib kelgan ijtimoiy innovatsiyalarga oid bir qator misollar keltirib o'tish mumkin. Mehnat xavfsizligi va gigiyenasi sohasida innovatsion faoliyat bugungi kunda favqulodda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu o'rinda innovatsiyalar natijalari bo'yicha quyidagi quyi guruhlarni ajratish mumkin: kasb kasalliklari va ishlab chiqarishdagi baxtsiz hodisalar sonining keskin kamayishi, mehnat xavfsizligi va gigiyenasi sharoitlarining yaxshilanishi, sog'liq uchun zararli bo'lgan va og'ir ishlarning istisno etilishida namoyon bo'luvchi ijtimoiy natijalar; mahsulot ishlab chiqarishning o'sishi, foydaning oshishi, mehnat unumdorligining ko'payishida aks etuvchi iqtisodiy natijalar; ishlab chiqarishda to'xtab qolishlar sonining qisqarishi, texnologik jarayonlarning kechishi va mehnatni tashqil etish ishlarining takomillashuvi, asbob-uskuna, buyumlarning texnik o'lchamlarining yaxshilanishi ko'rinishidagi texnik natijalar.

Tashkiliy tuzilmadagi yangilanishlar ko'proq mavjud tuzilmalarning yangi kombinatsiyalaridan iborat bo'ladi. Shunday qilib, kim avvalroq mavjud tuzilmalarning yangi kombinatsiyalarini ixtiro qila olsa, o'sha iqtisodiy tanazzul paytida ko'proq yashab qolish imkoniyatiga ega bo'ladi deb ta'kidlaydi. Innovatsiyalarning muhim yana bir jihati – ularga xos bo'lgan dolzarb mavzular; tirik mavjudotni, atrof-muhitni muhofaza qilish, tibbiyot, axborot texnologiyalari sohasidagi ishlanmalarni, multimediyali ta'lim mahsulotlarini, energiya tejovchi va muqobil energiya manbalarini olish texnologiyalarini kiritishimiz mumkin.

XXI asrga kelib iqtisodiyotda jiddiy o'zgarishlar yuz berdi. Mazkur o'zgarishlar birinchi navbatda, resurslardan foydalanishning tabiat in'om etgan chegaralariga iqtisodiyot yetib borayotganligi natijasida iqtisodiy o'sish sifatida an'anaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlari vaqt o'tgani sari cheklanib borayotganligi bilan bog'liqdir. Yuqorida aytilganlarga bog'liq

tarzda, bundan buyon innovatsion-investitsiya jarayonlari, yangi texnologiyalar va o'z navbatida yangi tovar va xizmatlar yaratish bilan uzviy bog'liq bo'lgan ilmiy bilimlar tizimi iqtisodiy o'sish sifatining zamonaviy modelini yaratishning asosiy elementi bo'ladi. Shundan kelib chiqib, nafaqat innovatsiyalarga, balki iqtisodiy o'sish omillari sifatida innovatsiyalar va investitsiyalarning o'zaro bog'liqligiga ham qiziqish ortib bormoqda.

Patent huquqining rivojlanishi, tijorat siri to'g'risidagi qonun va boshqa normativ aktlarning qabul qilinishi evaziga rag'batlantiruvchi omillarning kuchayishi innovatsion-investitsiyalarning foydaliligini oshishiga olib keldi. Ixtirolarning sanoatlashuvi va zamonaviy g'arb dunyosining iqtisodiy rivojlanishi jarayonlariga innovatsion-investitsiyalarning integratsiyalashuvi sodir bo'ldi, bu esa o'z navbatida ikkinchi sanoat inqilobining amalga oshishiga turtki bo'ldi.

AQSH, Yaponiya, Germaniya va Fransiya kabi davlatlarda innovatsion-investitsiyalar faolligi bilan ularning iqtisodiy o'sish sifati o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik mavjudligi hamda sanab o'tilgan mamlakatlarning deyarli barchasida iqtisodiy o'sish sifatining intensiv tavsifga egaligi va uning asosi bo'lib ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyalari, yangi mahsulotlar, yangi bozorlar, yangi texnologiyalar kabi innovatsion-investitsiyalar hisoblanadi.

Innovatsiyalarni moliyalashtirishda bankirning o'rnini katta, chunki yangilik yaratuvchiga o'z maqsadlariga erishish uchun unga moliyalashtirish suvi va havodek zarur. Shunga bog'liq tarzda, kredit mablag'lari taqdim etishi mumkin bo'lgan bankir, yangilik yaratuvchi shaxsning faoliyat ko'rsata olishi, bir so'z bilan aytganda, uning keyingi faoliyati ko'p jihatdan unga bog'liq bo'lib qolgan shaxs hisoblanadi. Bankir kredit taqdim eta turib, butun jamiyat nomidan yangi kombinatsiyalarning amalga oshirilishiga ijozat beradi. Iqtisodiy yuksalish birinchi navbatda asosiy vositalarini ishlab chiqarishda kuzatiladi, yangi korxonalariga ko'proq sarmoya kiritilishi va bu yerdan chiquvchi impulslarning xomashyo, mehnat, asbob-uskunalar bozorlari va boshqalar orqali tarqalishi esa yuksalishning asosiy sabablaridan biri hisoblanadi.

Katta siklning ko'tariluvchi to'lqini jamiyat asosiy ishlab chiqarish kuchlaridagi tub o'zgarishlar, ularning qayta guruhlanishi, shuningdek, asosiy kapital ne'matlar doirasining kengayishi va yangilanishi bilan bog'liqdir. Ulkan yangi qurilishlarning boshlanishi va to'planib qolgan texnologik ishlanmalar jarayonida o'zining har tomonlama amaliy tasdig'ini topadigan yangi ishlab chiqarish kuchlarini barpo etish yetarlicha hajmdagi arzon va erkin bo'lgan kapitalning mujassamlashuvi holatidagina mumkin bo'ladi. Bunday kapitalning mavjudligi va ularni yirik inshootlarga investitsiya sifatida kiritilishi, kiritilgan sarmoyalarning yetarlicha rentabelligini ta'min etadi, bu esa ishlab chiqarish shart-sharoitlarining tubdan o'zgarishiga olib keladi. Buning natijasida iqtisodiy kon'yunkturaning yalpi yuksalish to'lqini boshlanadi.

Takror ishlab chiqarish nuqtayi nazaridan innovatsiyalarni o'rganish alohida e'tiborga loyiqdir. Innovatsiyalar energiya va resurs tejovchi texnologiyalarni joriy etilishiga olib keladi, buning natijasida esa takror ishlab chiqarish jarayoni uchun zarur bo'lgan vosita va mablag'lar hajmi qisqaradi. Innovatsiyalarga qo'shilgan qiymatning o'sish manbai sifatida intellektual mehnatning yuqori ulushiga ega bo'lgan yuqori texnologiyali tovar va xizmatlar ishlab chiqarish bilan tavsiflanadi, bunda esa, yuqori iste'mol qiymatiga ega bo'lgan sifati yaxshilangan mahsulotning bozorlarda sotilishi o'z navbatida foydaning o'sishiga zamin yaratadi.

Iqtisodiy institutlar iqtisodiy o'sish sifati uchun ahamiyatlidir, chunki ular jamiyatda asosiy iqtisodiy subyektlarning xulq-atvorlarini shakllantiradi, xususan, ular ishlab chiqarishga, inson kapitaliga va texnologiyalarga investitsiyalarga, shuningdek, ishlab chiqarishni tashqillashtirishga ham o'z ta'sirini o'tkazadi. Iqtisodiy institutlar orasidagi farqlanishlar iqtisodiy o'sish sifati va farovonlikni ta'minlashdagi mamlakatlar o'rtasidagi tafovutlarning asosiy manbai hisoblanadi.

Innovatsiya iqtisodiy kategoriya sifatida ishlab chiqarish subyektlarida texnologik, ijtimoiy-ekologik va boshqa xususiyatlarning umumlashgan holatdagi o'zgarishlarini ifoda etsa, innovatsion investitsiyalashtirish o'zida faqat ishlab chiqarish va ijtimoiy xizmatlarni tashqil etish jarayonida bo'layotgan yangi sifat o'zgarishlarini ifoda etadi. Innovatsiya-yangiliklarni ishlab

chiqarishga joriy etish, resurslardan samarali foydalanishga asoslangan iqtisodiy o‘shirishdir. Uning yetakchi omili fan va texnika taraqqiyotining so‘ngi talablariga javob beradigan dastgoh, yangi texnologiyalar bilan ishlab chiqarishni qayta jihozlash yoki ishlab chiqarish maydonini kengaytirish hisobiga emas, balki unda qo‘llaniladigan resurslarning sifatini oshirish orqali erishilmoqda. Chunki, innovatsiya natijalari ilm-fan va texnika sohasida iqtisodiyot yangiliklarining nazariy kashf etilishi va amaliyotda qo‘llanilishi natijasida samarali rivojlanishi mumkin.

Innovatsion faoliyat (yangiliklarni joriy etish) ishlab chiqarish yangi texnologiyalari negizida raqobatbardosh mahsulot (tovar) turlarini yaratish jarayoni. Bu jarayon g‘oyaning paydo bo‘lishi, uning maqsadini aniqlash va amalga oshirishdan to ishlab chiqarishni tashqil etish, mahsulot ishlab chiqarish, uni sotish va iqtisodiy samara olishgacha bo‘lgan ishlarni o‘z ichiga oladi. Innovatsiya kategoriyasi bo‘yicha quyidagi xulosalarni chiqarish mumkin:

- innovatsion faoliyat innovatsiya, innovatsion jarayonga nisbatan keng ma‘noga ega bo‘lib, ilm-fan va texnika yangiliklarini ishlab chiqarishga tatbiq etilishini ifoda etadi. Innovatsion faoliyat innovatsiya va innovatsion jarayonni to‘liq qamrab oladi;

- innovatsiya ishlab chiqarish jarayonini takomillashtirish uchun yo‘naltirilgan investitsiya mablag‘larining asosiy qismi bo‘lib, ishlab chiqarish subyektlarining asosiy ishlab chiqarish mablag‘larida mujassamlashadi;

- innovatsiya ishlab chiqarishning ichki subyektlari o‘rtasidagi munosabatlarning takomillashib borishiga ta‘sir etadi. U ishchi o‘rinlarini ko‘paytirish, ishlab chiqarish xodimlarini mehnat qilish sharoitlarini yaxshilash, ularni har tomonlama yetuk xodim sifatida faoliyat olib borishlari uchun zarur bo‘lgan ijtimoiy infratuzilmaning takomillashib borishida ifodalanadi;

- innovatsiya ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining mikro va makroiqtisodiy darajada jadallashishini ta‘minlovchi yetakchi omil hisoblanadi;

- innovatsiya kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonini tashqil etish bilan bog‘liq bo‘lgan ishlab chiqarishning tarkibiy

tuzilishining takomillashuviga ta'sir etishi asosida mikro va makroiqtisodiy barqarorlikni va foyda miqdorini oshib borishini ta'minlaydi.

Xulosa qilib aytganda, innovatsiya ishlab chiqarish jarayonida band bo'lgan, ma'naviy va jismoniy eskirgan asosiy ishlab chiqarish vositalari, texnika va texnologiyalarni yangilashni, ilm-fan va texnika yutuqlariga asoslangan holda amalga oshirishni ta'minlaydi. Uning natijalari innovatsion jarayon orqali yaratilgan innovatsiyalarni ishlab chiqarish jarayonida qo'llash asosida yangi qiymatga, sifatga ega bo'lgan mahsulotlarda ifodalanadi. Innovatsiyalar asosan yangi mahsulotlarga, ishlab chiqarish texnikalariga yoki ishlab chiqarish texnologiyalariga qo'shiladi, iste'mol mahsulotlari sifatida ko'rinishi innovatsion jarayonning asosiy omili hisoblanadi.

3. “Texnologik turtki“ gipotezasi va texnologik ukladlar

Texnologik ukladlarning ketma-ket almashinuvi asosida bazisli innovatsiyalar yotadi. Ma'lum bir paytda texnologiyalarning jamlanmasi ijtimoiy ishlab chiqarishning umumlashtiruvchi siklini ifoda etuvchi texnologik ukladlar orqali ifodalanishi mumkin. Ularning har biri mazkur texnologik ukladda bazisli texnologiyalarning amalda bo'lishining o'ziga xos jihatlarini aks ettiradi. Iqtisodiyot fanida ko'plab tadqiqotchilar tomonidan asoslab berilgan beshta asosiy texnologik uklad, hamda endi shakllanayotgan istiqbolli oltinchi uklad farqlanadi.

Texnologik ukladlarning almashinishi

3.1-jadval

1-uklad	Mexanik tizimlar
2-uklad	Bug'dan foydalanishga asoslangan texnologiyalar
3-uklad	Elektr tokidan foydalanishga asoslangan texnologiyalar
4-uklad	Avtomatlashtirish va kimyolashtirishga asoslangan texnologiyalar
5-uklad	Biotexnologiya, kompyuterlashtirish, elektronika
6-uklad	Nanotexnologiya, gen injeneriyasi, multimediali interfaol

Bugungi kunda dunyoda ustuvor bo'lgan texnologik ukhad o'tgan asrning 50-60-yillarida yaxlit takror ishlab chiqarish tizimi sifatida shakllana boshlagan va 70-yillardagi tarkibiy inqirozdan keyingi davrda rivojlangan davlatlarda iqtisodiy o'sishning texnologik bazasini tashqil etganligi iqtisodchi olimlarning ilmiy tadqiqotlarida o'z ifodasini topdi. Mikroelektronika, dasturiy ta'minot, kompyuter texnologiyalari va axborotni qayta ishlash, ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish, kosmik va optik tolali aloqa sohasida erishilgan yutuqlar beshinchi texnologik ukhadning asosiy tashqil etuvchilari hisoblanadi. XXI asrning ikkinchi o'n-yilligiga qadar mazkur texnologik ukhadning ijobiy iqtisodiy ta'siri saqlanib turdi. Undan so'ng esa gen injeneriyasi sun'iy aql tizimlari, global axborot tarmoqlari, yuqori tezlikda ishlovchi integratsiyalashgan va tejamkor transport tizimlari kabi tarkibiy qismlar bilan ajralib turadigan yangi texnologik ukhadning boshlanishi bashorat qilinmoqda.

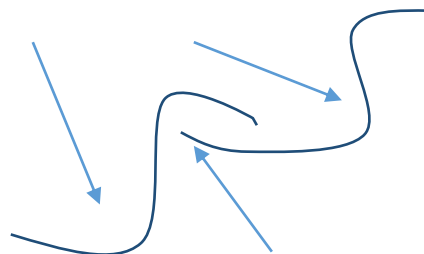
Jamiyat taraqqiyotini boshqarishning asosiy vazifasi yangi texnologik ukhadning texnologiyalarini takror ishlab chiqarishni kengaytirish uchun tegishli shart-sharoitlar yaratib berishdan iboratdir. Texnologik ukhadning rivojlanishi pirovardida uning samaradorligini ta'min etuvchi tizimning ichki muvozanati bilan tavsiflanishi lozim. "Muvozanat holati" o'zaro aloqada va o'zaro ta'sirlashuvda bo'lgan texnologiyalarning barcha jihatlari va qirralarini shuningdek, yangi xodim va ijtimoiy mehnatni yangidan tashqillashtirishni ham o'zichiga qamrab olishi lozim. Shu sababli asosini yangi texnologiyalar tashqil etuvchi yaxlit tashqiliy-iqtisodiy tuzilmalarni qarab chiqish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Texnologiyalar avlodining almashinuvi

S- ko‘rinishdagi mantiqiy egri chiziq bo‘yicha bir texnika avlodining ikkinchisiga o‘tish qonuniyati.

- “Texnologik chegara” ni tushunib yetish zaruriyati – “o‘zgarish nuqtalari”ning yaqinligi “tex-nologik uzilish” holatini yaqinlashtiradi.

- texnologiya’ni tanlash yo‘li orqali rivojlanishni boshqarish imkoniyati paydo bo‘ladi



3.1-rasm. S - ko‘rinishli mantiqiy egri chiziq bo‘yicha texnologiyalar avlodi almashinuvining ketma-ketligi.

Rivojlanishini texnologiyalar S – ko‘rinishli mantiqiy bog‘liqlikdagi harakatlanishda bo‘ladi degan tasavvurda tadqiq qilish imkonini beradi. Mazkur qonuniyatni tahlil qilar ekanmiz bunda o‘zaro bog‘liq bo‘lgan ikki asosiy: S – shakldagi mantiqiy egri chiziq va “texnologik uzilish (chegara)” tushunchalariga e‘tibor qaratishimiz talab etiladi. S – shakldagi mantiqiy egri chiziq yordamida texnologiyalarning almashinish va diffuziya jarayonlari ifoda ettirilishi mumkin. Biror bir asosiy ko‘rsatkich yoxud integral kompleks ko‘rsatkich asosida baholanuvchi texnologiya’ning mantiqiy egri chiziq bo‘ylab harakatlanishi texnologiya samaradorligining bosqichma-bosqich oshib borishini ko‘rsatadi. Yuqori samaradorlik va yuqori iste‘mol xususiyatlariga ega mahsulotlar mantiqiy egri chizig‘ining biridan ikkinchisiga o‘tishi, bir texnologiya avlodining ikkinchi avlod texnologiyasiga o‘tishini ham anglatadi. Bunda yangi avlod texnologiyalari o‘zlarining yuqori ko‘rsatkichlari bilan ajralib turadi. Rivojlanishni texnologiyalarning mantiqiy egri chiziq bo‘ylab harakatlanishi orqali tasavvur etish bizga quyidagi qarama-qarshilikni hal qilishga imkon beradi. Bir tomondan, rivojlanish kumulyativ jarayon hisoblansa (bugungi kunda erishilgan har bir natija kelgusidagi katta muvaffaqiyatlarning asosi hisoblanadi), boshqa bir tomondan esa,

texnologiyalarning vaqt bo'yicha rivojlanishi o'zining ichki mantig'iga ega ekanligi bilan ajralib turadi.

Texnologiyalar taraqqiyotining S-shaklli egri chiziq bo'ylab harakatlanishi obyektning ichki mantig'iga bog'liq holda, hozirgi avlod texnologiyasining modernizatsiyalanishini ifoda etadi. Innovatsiyalarning kumulyativ tavsifga ega ekanligi to'plangan tajriba va bilimlardan kelib chiquvchi yangi avlod texnologiyalarining, ya'ni yangi egri chiziqlarning paydo bo'lishida o'z ifodasini topadi.

S - shakldagi mantiqiy egri chiziqlarni tahlil qilish asosida shunday xulosaga kelish mumkinki, har bir texnologiya rivojlanishining ma'lum bir chegarasi mavjud bo'lib, texnologiya ana shu chegaraga yetganda o'zining barcha imkoniyatlarini to'laligicha sarflab bo'ladi va korxonaning mazkur texnologiya asosida o'z ishlab chiqarish samaradorligini oshirish salohiyati deyarli yo'qqa chiqadi. Mazkur holatda korxonalar raqobatli bozor muhitida yashab qolishlari uchun o'z qo'llarida mavjud texnologiyalarning eng samaralisini tanlashga majbur bo'ladilar.

Nazorat savollari

1. "Innovatsiya" atamasini ta'riflab bering?
2. Innovatsiya-mahsulotlar va innovatsion-jarayonlar o'rtasidagi farqlar nimalardan iborat?
3. Innovatsiyalarga xos bo'lgan asosiy jihatlarni tushuntirib bering?
4. Yangiliklarning innovatsiyalarga aylanish jarayonidagi asosiy bosqichlarni sharhlab bering?
5. Y.Shumpeter tomonidan farqlab ko'rsatilgan ikki turdagi tadbirkorning bir-biridan farqli jihatlarni ko'rsatib bering?
6. Innovatsiyalarning asosiy tasniflanishini tushuntiring?
7. Ba'zisi innovatsiyalarning mohiyatini misollar yordamida ochib bering?
8. Takomillashtiruvchi innovatsiyalarning asosiy xususiyatlari nimalardan iborat. Qo'porilgan bozorlarga misollar keltiring?
9. Ba'zisi va takomillashtiruvchi innovatsiyalarning bir-biridan farqini izohlang?

10. Psevdoinnovatsiyalar innovatsiyalarning mohiyatini misollar yordamida ochib bering?

11. “Texnologik turtki“ gipotezasining mazmunini so‘zlab bering?

12. Oltita texnologik ukklad to‘g‘risida tushuncha bering. Bugungi kunda O‘zbekiston iqtisodiyoti uchun qaysi texnologik ukklad xos?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, “O‘zbekiston” NMIU, 2017-yil.

2. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.

3. O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi “Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 08.05.2018 y.

6. Romer P. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 5, pp. 71—102.

7. Lukas R.E. Leksii po ekonomicheskomu rostu / Per. s angl. D. Shestakova. — M.: Izdatelstvo Instituta Gaydara, 2013. — S.288.

8. Nordhaus, 2017a. Integrated assessment models of climate change. *NBER Reporter*, No. 3, pp. 16—20.

9. Aghion Ph., Howitt P. (1992). A model of growth through creative destruction. *Econometrica*, Vol. 60, No. 2, pp. 323—351.

10. Mensch G. Stalemate in texnology: Innovations Overcome the Depression.- Cambridge.Massachusetts.1979 P.48

11. Робинсон Дж., Аджемоглу Д. Почему одни страны богатые, а другие бедные: происхождение процветания, власти и нищеты. М.: Эксмо.]

12. Инновационный менеджмент / под ред. Проф. А.И.Чулока.- М.: УРАО.2000, 9-11 с.

13. Очковская М.С. Инновации как качественный фактор экономического роста: автореф.дис. ... к-та экон.наук. М., 2006.

14. Верховец О.А. Типы инноваций и их роль в экономическом росте России. Автореф. дис. ... к-та экон.наук. Омск, 2008.

15. Кондратьев Н.Д., Яковец Ю.В., Абалкин Л.И. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды. – М.: Экономика. 2002, 719 с.

16. Gaibnazarova Zumrat Talatovna. Innovatsion investitsiyalashtirish samaradorligini oshirishning nazariy asoslari. Iqt.f. nomzodi ilmiy darajasini olish uchun taqdim etilgan dissertatsiya avtoreferati T. 2012 y, 19 b.

4-MAVZU. INNOVATSIYALARNING IQTISODIY AHAMIYATI

Innovatsiya – bu korxonaning ishlab chiqarish jarayonida foydalanilayotgan, yangi texnologiya va boshqaruv sohasidagi o‘zgarishlar hamda resurslardan foydalanishning yangi kombinatсияlari sifatida uning raqobatbardoshligini o‘shirishni ta’minlaydigan texnologik mahsulot, xizmat yoki tashqiliy-iqtisodiy, ijtimoiy, xarakterdagi yangi mahsulotdir.

Y.Shumpeter

Reja:

1. Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish strategiyasi.
2. Korxonaning innovatsion salohiyati. Innovatsiyalarni joriy etishning iqtisodiy mexanizmi.
3. Innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika yarmarkasining tutgan o‘rni.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsiya, innovatsion g‘oya, strategiya, raqobatbardoshlik, raqobat muhiti, innovatsion salohiyat, tajriba-konstruktorlik ishlari, texnopark, mexanizm, texnologiya, loyiha, innovatsion loyihalar yarmarkasi, innovatsion mahsulot, innovatsiyalarni tijoratlashirish, intellektual salohiyat.

1. Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish strategiyasi

Bugungi kunda ilmiy salohiyatdan samarali foydalangan holda mamlakatda ilmiy tadqiqotlar samaradorligini oshirishga qaratilgan samarali mexanizmlarni joriy etish dolzarb hisoblanadi. Milliy ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirishga doir jahon trendlarga integratsiyalashni amalga oshirish, ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga kiritilgan mablag‘lar ulushini YaIMga nisbatan 0,25 foizdan 1-1,5 foizgacha oshirish, shuningdek, tarmoqni xususiy sektor bilan moliyalashtirish ulushini 50 foizgacha oshirish orqali mamlakatni

innovatsion rivojlantirish uchun poydevor yaratish ustuvor yoʻnalishlardan hisoblanadi.

Hozirgi zamon sharoitida raqobatbardoshlikning yuksak darajasini taʼminlaydigan innovatsion faoliyat iqtisodiy tizimni jadal barqaror rivojlantirishning asosi boʻladi. Innovatsion tizim xoʻjalik amaliyotida ilmiy tadqiqot va innovatsiya faoliyati natijalarini olish, oʻtkazish va ulardan foydalanishning samarali mexanizmlaridan foydalanish hisobiga mamlakatni iqtisodiy rivojlantirish intensivligini oshirish imkonini beradi.

Hozirgi zamon sharoitida raqobatbardoshlikning yuksak darajasini taʼminlaydigan innovatsion faoliyat iqtisodiy tizimni jadal barqaror rivojlantirishning asosi boʻladi. Innovatsion tizim xoʻjalik amaliyotida ilmiy tadqiqot va innovatsiya faoliyati natijalarini olish, oʻtkazish va ulardan foydalanishning samarali mexanizmlaridan foydalanish hisobiga mamlakatni iqtisodiy rivojlantirish intensivligini oshirish imkonini beradi. Shu munosabat bilan respublikada zamonaviy davlat ilmiy-texnik va innovatsion siyosatni ishlab chiqish hamda amalga oshirishga alohida ahamiyat beriladi. Jumladan, 2017-2021-yillarda Oʻzbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yoʻnalishi boʻyicha Harakatlar strategiyasida quyidagi vazifalar belgilab olindi:

1. Yuqori texnologik qayta ishlash tarmoqlarini, eng avvalo, mahalliy xomashyo resurslarini chuqur qayta ishlash asosida yuqori qoʻshilgan qiymatga ega boʻlgan tayyor mahsulot ishlab chiqarish boʻyicha tarmoqlarni jadal rivojlantirishga qaratilgan sanoatni sifat jihatidan yangi darajaga oʻtkazish orqali yanada modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash.

2. Mahsulot va texnologiyalarning mutlaqo yangi turlarini ishlab chiqarishni oʻzlashtirish, shu asosda tashqi va ichki bozorlarda mamlakatimiz tovarlari raqobatbardoshligini taʼminlash.

3. Ilmiy tadqiqot va innovatsion faoliyatni ragʻbatlantirish, ilmiy va innovatsion yutuqlarni amaliyotga joriy etishning samarali mexanizmlarini yaratish, oliy taʼlim muassasalari va ilmiy tadqiqot institutlarida ilmiy-eksperimental ixtisoslashtirilgan laboratoriyalar, yuqori texnologiyalar markazlari, texnoparklar tashqil etish.

Shunday qilib, hozirda Oʻzbekiston innovatsion sohani rivojlantirishga alohida eʼtibor qaratilmoqda. Bugungi kunda innovatsion

salohiyatni va innovatsion faoliyatni rivojlantirishda vaziyat quyidagicha:

Ilmiy-texnik kadrlarni rivojlantirish darajasi mamlakatni innovatsion rivojlantirishning eng muhim ko'rsatkichi hisoblanadi. 2017-yilda O'zbekistonda ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalarni bajargan tadqiqotchi mutaxassislar soni 1 mln. aholiga o'rtacha 1000 kishini tashqil etdi, bu esa jahondagi o'rtacha darajaga mos keladi.

Ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalarni bajarishda tadbirkorlik sektori roli oshdi, bu esa, o'z navbatida, urg'uni amaliy xususiyatga ega tadqiqotlarga va texnologiyalarni joriy etishga tayyor ishlanmalarga qaratish imkonini berdi. Ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalarni bajargan tashqilotlar umumiy sonida tadbirkorlik sektori ulushi 2017-yilda 31,1 foizni tashqil etdi. Qayd etish joizki, xususiy notijorat sektorining ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini bajarishga bo'lgan qiziqishi ortmoqda. Uning salmog'i 3,6 baravar oshdi va 2017-yilda 2,3 foizni tashqil etdi. Bu mamlakat korxonalari manfaatdorligi oshganidan hamda ularda o'z ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini o'tkazish imkoniyati borligidan dalolat beradi.

Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga sarflangan xarajatlarning umumiy hajmi 1,3 baravarga ortib, 2017-yilda 471 mlrd. so'mga yetdi. Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga sarflangan o'zlashtirilgan xarajatlar tuzilmasini ko'rib chiqishda davlat sektorining ulushi kattaligini qayd etish zarur. Moliyalashtirish bo'yicha manbalar tuzilmasida O'zbekistonda ilmiy tadqiqot faoliyatida davlat budjeti bundan buyon ham ustuvor o'rin tutadi. Uning ulushi 2017-yilda 56,1 foizni tashqil etdi. Korxonalar va tashqilotlarning o'z mablag'lari ahamiyati bo'yicha ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini moliyalashtirishning ikkinchi manbasi hisoblanadi – 29,4%.

Oxirgi o'n yilda sotilgan tovarlar, ishlar va xizmatlar hajmi 4 baravar oshdi va 2017-yilda 18025,9 mlrd. so'mga yetdi. 2017-yilda innovatsiyalarning barcha turlari uchun xarajatlarning umumiy hajmi (texnologik, marketing va tashqiliy) o'z navbatida taxminan 2,4 baravar oshdi va uning ulushi 2018-yilda YaIMga nisbatan 1,7 foizni tashqil etdi.

2018-yilda korxonalarining o'zlari innovatsiyalarga eng ko'p xarajat qildi (71,0%). Innovatsiyalar turlari bo'yicha xarajatlarning tarkibida texnologik innovatsiyalar eng katta ulushni egallaydi (o'rtacha 97%).

2018-yilda texnologik innovatsiyalar joriy etgan innovatsion faol korxonalar soni 975 taga yetdi. Ular tomonidan 1946 ta texnologik innovatsiya joriy etildi. Uzluksiz statistik tekshiruv natijalari bo'yicha 2018-yilda innovatsiyalarni joriy qilgan korxonalar va tashqilotlar ulushi korxonalar umumiy sonida 0,34 foizni tashqil etdi.

O'z navbatida, quyidagilar innovatsion salohiyat va innovatsion faoliyatni rivojlantirishni to'xtatib turuvchi asosiy muammolar hisoblanadi:

1. Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarining hozirgi moliyalashtirilishi ilmiy-texnik ishlanmalarning zarur katta o'sishini ta'minlamaydi. Mamlakatdagi ilm-fan moliyalashtirish hajmlari bilan cheklangan. Respublikada ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini moliyalashtirish 2017-yilda 70,7 mln. AQSH dollarini tashqil etdi (Shvesiyada –16,2 mlrd. AQSH dollari, Rossiyada – 39,9 mlrd. AQSH dollari, AQSHda – 599 mlrd. AQSH dollari).

Tahlillar ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari uchun xarajatlarning ulushi o'sishida uning YaIM hajmidagi ulushi o'zgarmay qolganligini ko'rsatdi – 0,2%. Bu qiymatni yetarli deb bo'lmaydi, chunki u jahonning ko'plab mamlakatlaridagidan ancha past (jahon bo'yicha o'rtacha 2-3%). Bunda YUNESKO rivojlanayotgan mamlakatlarga ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari uchun xarajatlarni YaIMga nisbatan 1 foizga yetkazishga tavsiya qiladi.

2. Davlat sektori ulushi kattaligi va ilmiy tadqiqotlarni moliyalashtirish umumiy hajmida ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari uchun xarajatlarning tuzilmasida tadbirkorlik sektori ko'rsatkichi yetarlicha baland emasligi qayd etilmoqda.

Bunda davlatning ilmiy tadqiqot institutlari va oliy o'quv yurtlari ilmiy tadqiqotlarda bu investitsiyalarni sifat jihatidan o'zlashtira olmaydi. Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari uchun xarajatlarni davlat sektoridan tadbirkorlik sektoriga qayta taqsimlash

jarayoni yuz bermoqda. Korxonalarining ilmiy tadqiqot institutlari va oliy o'quv yurtlari tadqiqotlaridan manfaatdorligi kamaymoqda.

3. Innovatsiyalarni joriy etgan korxonalar darajasi mamlakatda jahondagi baholarga nisbatan ancha kam – 0,34% (jahon bo'yicha o'rtacha 40%). Yangi texnologiyalarni tijoratlashtirishdagi qiyinchiliklar texnologiyalar transferining rivojlangan tizimi, tegishli normativ-huquqiy baza hamda ilm-fan va ishlab chiqarish hamkorligi tajribasi yo'qligi bilan bog'liq.

4. Innovatsion ishlanmalarga investitsiyalar jalb qilish mexanizmlari hali ham takomiliga yetkazilmagan. Jahon amaliyotida biznes-inkubatorlar, texnoparklar, texnologiyalar transferi bo'yicha agentliklar eng samarali mexanizmlar hisoblanadi. Respublikada bu mexanizmlar deyarli mavjud emas.

5. Innovatsiya infratuzilmasi va innovatsion faoliyat sohasidagi axborot maydoni bilan bog'liq masalalar tobora chuqurlashmoqda. Bu, o'z navbatida, milliy innovatsion tizimning susayishiga sabab bo'lmoqda.

6. Innovatsion rivojlanish ko'proq Toshkent shahrida, Toshkent viloyati va qisman Andijon viloyatida kuzatilmoqda. Qolgan hududlar faqat yirik investitsiya loyahasini amalga oshirish yoki innovatsion faoliyatga investitsiyalarni o'zlashtirish davrida faollik ko'rsatmoqda, bu esa, o'z navbatida, mamlakat boshqa hududlarining oqsashiga sabab bo'lmoqda.

7. Ilmiy-texnik axborotni hududlararo almashish mexanizmi ishlab chiqilmagan (talab, taklif).

2030-yilgacha bo'lgan istiqbolli davrda respublikada jahonning ijobiy tajribasini hisobga olib, milliy innovatsion tizim (MIT) asoslarini shakllantirish orqali ilmiy-texnik va innovatsion faoliyatni jadal rivojlantirish bo'yicha choralar ko'rish nazarda tutilmoqda.

Hozirgi zamon sharoitlarida quyidagi elementlar bilan innovatsion rivojlantirish aralash strategiyasi O'zbekistonda MITni shakllantirish va rivojlantirishning maqbul yo'nalishiga aylanishi kerak: a) xorijiy texnologiyalarni o'zlashtirish va moslashtirish va b) o'z innovatsiya salohiyatini boyitish.

O'rtacha muddatli istiqbolda texnoparklar, texnologiyalar transferi va innovatsion g'oyalarni tijoratlashtirish bo'yicha markazlar shaklida MIT elementlarini, innovatsion infratuzilmani yaratish

hamda rivojlantirish nazarda tutilmoqda. Texnologik innovatsiyalardan, aynan asbob-uskunalar xarid qilishdan o'z texnologiyalarini ishlab chiqarish va joriy etishga o'tish, ya'ni uzoq muddatli davrda jiddiy ilmiy salohiyatni boyitish strategiyasiga o'tish uchun zamin yaratiladi. Quyidagi chora-tadbirlarni o'z ichiga oladigan innovatsion sohaning qonunchilik bazasini yanada rivojlantirish va takomillashtirish bunga ko'maklashadi: innovatsion tizimni yanada takomillashtirish, bu tizimda yangi elementlarni yaratish, ilmfanning ishlab chiqarish bilan aloqasini mustahkamlashni rag'batlantirish, innovatsion faoliyatni moliyalashtirishni oshirish, keng ko'lamli modernizatsiyalashni amalga oshirish, yakuniy mahsulotga yo'naltirilgan sanoat ishlab chiqarishini texnik va texnologik yangilash chora-tadbirlari.

Uzoq muddatli istiqbolda sanoatning ham ishlov berish, ham qayta ishlash tarmoqlarida innovatsion o'sish uchun zarur yangi texnologiyalarni aniqlashga qaratilgan yagona texnologik siyosat davlat tomonidan ishlab chiqiladi va o'tkaziladi. Energiya samaradorlik standartlarini va ekostandartlarni joriy etish (takomillashtirish), dastlabki bosqichda eng ko'p energiya ishlatiladigan rangli metallurgiya, kimyo va qurilish materiallari korxonalarini qamrab olish (sement, o'g'itlar, metallar va hokazolar ishlab chiqarish), bu esa resurs tejash va yangi texnologiyalarni rivojlantirish uchun rag'batlantiruvchi omillar yaratadi.

Uzoq muddatli istiqbollardan kelib chiqib, quyidagilar 2030-yilga kelib innovatsion siyosatni takomillashtirish bo'yicha maqsadli yo'nalishlar hisoblanadi:

1. O'zbekiston Respublikasini Global innovatsion indeks reytingi bo'yicha jahonning 50 ta ilg'or mamlakati tarkibiga kiritish.
2. Band bo'lganlar umumiy sonida oliy ma'lumotli xodimlar ulushi 45-50 foizni tashqil etadi (2017-yilda 16%).
3. Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari uchun xarajatlarni oshirish va bu ko'rsatkichni YaIMga nisbatan 1-1,5 foizga yetkazish.
4. O'zbekistonning band bo'lgan aholisida tadqiqotchi olimlar ulushi 0,4 foizni tashqil etadi.

5. Iqtisodiyot tadbirkorlik sektorining ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga xarajatlari ulushi innovatsiyalar uchun barcha xarajatlarning 50-55 foizini tashqil etadi.

6. Internet tezligi 8 baravar oshadi, Telekommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirish reytingi bo'yicha mamlakatlarning Top-90 taligiga kirishi ko'zda tutiladi.

2.Korxonaning innovatsion salohiyati. Innovatsiyalarni joriy etishning iqtisodiy mexanizmi

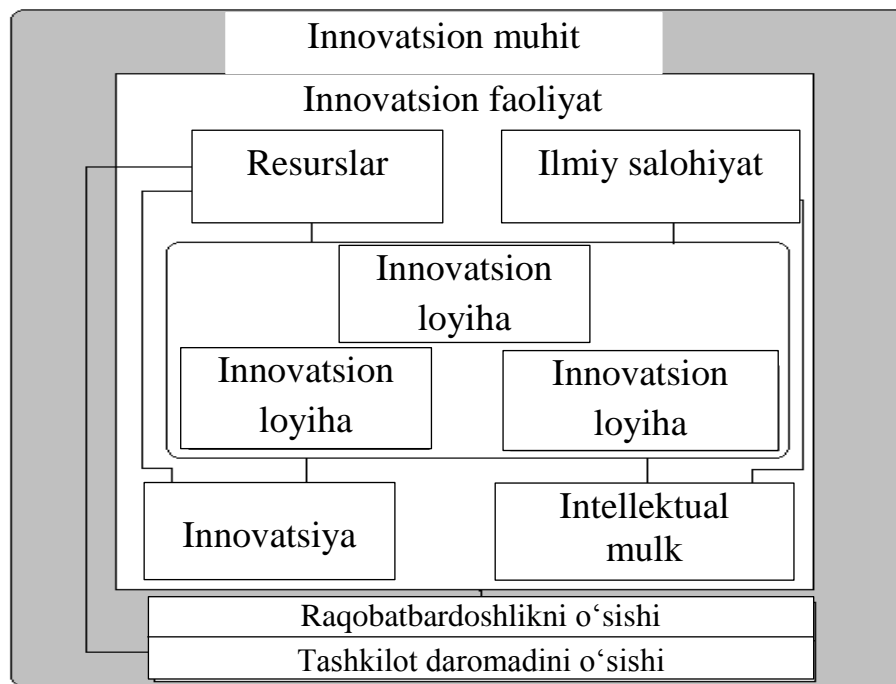
Innovatsiya – bu korxonaning ishlab chiqarish jarayonida foydalanilayotgan, uning raqobatbardoshligini o'sishini ta'minlaydigan pirovard faoliyat natijasi bo'lgan ixtiro, yangi texnologik mahsulot, xizmat yoki tashqiliy-iqtisodiy, ishlab chiqarish, ijtimoiy xarakterdagi, tayyor, innovatsion mahsulotdir.

Innovatsion faoliyat – bu marketing instrumentlaridan samarali foydalangan holda, xo'jalikning raqobatbardoshligini o'sishini ta'minlash maqsadida, korxonada moliyasi orqali yakuniy natijada iqtisodiy faoliyatida innovatsion yangilikni yaratishga yo'naltirilgan ilmiy tadqiqotlar, texnik ixtirolar yaratish va joriy etish jarayonidir.

Korxonada innovatsion infratuzilmaga ega bo'lganda mavjud muhit doirasida unga mos loyihani joriy etilishi innovatsion faoliyatni amalga oshirishini ifoda etadi. Innovatsion faoliyatning bog'lanishida uning muhim elementi bo'lgan kadrlar, moliyaviy, axborot, moddiy-texnik ko'rinishdagi resurslar va solohiyatli kadrlar turadi. Loyihani yakuniy chiqish qismida yangi texnologiya, mahsulot, xizmat, yangi tashqiliy va boshqaruv shaklida yoki intellektual mulk shaklidagi patentlar, lizenziyalar, nou-xau va individuallashtirish vositalari ko'rinishidagi innovatsiya turadi. Bu bilan xo'jalik subyekti innovatsion faoliyat natijasida bozorda muvafaqiyatli rivojlanish uchun raqobat ustunligiga ega bo'ladi, o'z salohiyatini oshiradi va ilmiy kadrlarni rivojlantiradi. Iqtisodiy subyektning innovatsion faoliyati sxemasi 5.1-rasmda keltirilgan.

Korxonada uchun bozorga innovatsiyani chiqarishdan maqsad intellektual mulkka egalik qilish huquqi bilan uning raqobatbardoshligini va yalpi daromad hajmini oshirishdan iborat bo'lishi

kerak. Bu esa o'z navbatida, yangi innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun korxonada zaruri resurslarni shakllantiradi.



5.1-rasm. Korxonaning innovatsion faoliyati sxemasi.

Innovatsiyalarning asosiy funksiyalari qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

1) innovatsiyalar mehnat faoliyati intellektuallasuviga xizmat qilib, uning ilmiy sig'imini oshirgan holda inson salohiyati yutuqlari, ilmiy-texnik natijalarni hayotga tatbiq etish kanali hisoblanadi;

2) innovatsiyalar yordamida ishlab chiqarilayotgan mahsulot va xizmatlar doirasi kengaytiriladi, ularning sifati yaxshilanadi, bu esa jamiyat ehtiyojlari va ularning qoniqish darajasi oshishiga xizmat qiladi;

3) innovatsiyalar yangi ishlab chiqarish kuchlarini ishlab chiqarishga jalb qilish, mahsulot va xizmatlarni kamroq mehnat, energiya va materiallar sarfi bilan ishlab chiqarish imkonini beradi;

4) biror-bir sohada innovatsiyalar raqobati takror ishlab chiqarish tuzilmasini o'zgartirgan ehtiyojlar tuzilmasi va tashqi muhit tuzilmasiga muvofiq holga keltirishga yordam beradi.

Texnik jihozlanishi va kadrlar tarkibi bo'yicha raqobatbardosh ilmiy-texnik mahsulot va texnologiyalar ishlab chiqish va

tijoratlashtirish, ularni ichki va tashqi bozorlarda amalga oshirishni ta'minlay oluvchi, innovatsion sohaning amaldagi va sifat jihatidan yangi subyektlarini yaratish va qo'llab-quvvatlash ko'zda tutilishi zarur. Korxonalarni innovatsion rivojlantirish chora-tadbirlarini amalga oshirish quyidagilarga imkon beradi:

- yangi yoki takomillashtirilgan texnologiyalar, mahsulotlar, asbob-uskunalar, materiallar va hokazo joriy qilish hisobiga mahsulot (tovar, xizmat) ishlab chiqarishning o'sishini ta'minlash;
- innovatsion mahsulot hajmi ulushini innovatsion faol korxonalar mahsulotlari umumiy hajmining 20 %igacha yetkazish, ya'ni Yevropa ko'rsatkichlariga yaqinlashtirish;
- fan-texnika va ishlab chiqarish sohalarida qo'shimcha ish o'rinlari yaratish;
- ITTKI va innovatsion loyihalarni moliyalashtirishning yangi sxemalarini joriy etish hisobiga innovatsion sohaga qo'shimcha resurslar jalb qilish;
- zaruriy innovatsion infratuzilma (texnoparklar, innovatsion-texnologik markazlar, kichik innovatsion-texnologik korxonalar va b.), innovatsion faoliyat subyektlarini iqtisodiy qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini yaratish va rivojlantirish;
- innovatsion faoliyat qatnashchilarining munosabatlarini tartibga soluvchi qonunchilik va normativ-huquqiy asoslarini shakllantirish;
- innovatsion sohada yuqori malakali kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash tizimlari yaratish;
- innovatsion faoliyat qatnashchilarini axborot bilan qo'llab-quvvatlash va innovatsion loyihalarni boshqarish tizimlari yaratish;
- mahsulot (tovar, xizmat) raqobatbardoshligi va ishlab chiqarishning texnik darajasini oshirish;
- ichki va tashqi bozorlarda sanoat va fan-texnika mahsulotlarini yanada siljitish uchun sharoitlar yaratish;
- innovatsion faoliyat sohasida xalqaro hamkorlik va tarmoqlararo kooperatsiya ilg'or tajribalari va ustunliklaridan maksimal darajada foydalanish.

Raqobatli ustunliklarga erishishning uch xil usuli mavjud:

- mahsulotning o'ziga xos noyoblighi (yangilik bo'yicha yetakchilik);

- xarajatlarning minimal darajasi (narx bo'yicha yetakchilik);

- iste'molchilar doirasining fikri qoniqarliligi (savdo markasi bo'yicha yetakchilik).

Innovatsion siyosatning strategik maqsadi – ilmiy g'oya va ishlanmalarni raqobatbardosh tovar mahsulotiga aylantirish, ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarishga joriy qilish, shuningdek, hududiy ilmiy-innovatsion salohiyatni saqlab qolish va rivojlanishni ta'minlovchi qulay innovatsion muhitni yaratishdan iborat. Milliy iqtisodiyotda innovatsion faoliyatni rivojlantirish butun bir innovatsiya tizimini shakllantirish va rivojlantirish bilan uzviy bog'liq. Uning asosiy vazifasi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirish, aholini oziq-ovqat bilan ta'minlash darajasi va sifatini oshirish, ekotizimga salbiy antropogen ta'sirlarni kamaytirish bilan bir vaqtda resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish hisoblanadi. Milliy iqtisodiyotni rivojlantirish va korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishga yo'naltirilgan innovatsion siyosatning muhim vazifalari quydagilardan iborat:

- asosiy oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmlarining tibbiy iste'mol me'yorlariga mos bo'lishi;

- hududlararo almashish va eksport ahamiyatiga ega bo'lgan istiqbolli mahsulotlarning ishlab chiqarilishi;

- qo'shilgan qiymatning ulushi va iqtisodiy samarasi yuqori bo'lgan mahsulotlarning ishlab chiqarilishi;

- mayda va yirik korxonalarda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning bir-birini to'ldiruvchi maqbul nisbatda bo'lishi;

- ekotizimga antropogen ta'sirni kamaytirish orqali resurslardan foydalanish samaradorligining oshirilishi.

Milliy iqtisodiyotda innovatsion faoliyatni tashqil etishning muhim shakllaridan biri bu innovatsiyalar bozoriga ilmiy-texnik mahsulotlarni kiritishni, axborot-maslahat ta'minotini, loyihalarni ekspertizasini, takliflar va buyurtmalarni, tajriba ishlab chiqarish bazalarini rivojlantirish, moliyalash uchun moliya-kredit tuzilmalarni vujudga kelishini tashqil etadigan korxonalarni

shakllantirishni koʻzda tutadigan innovatsion infratuzilmani rivojlantirish hisoblanadi.

Milliy iqtisodiyotda bugungi kunda tarmoqni innovatsion rivojlantirishning ilmiy-texnologik, boshqaruv va tashqiliy shart-sharoitlarini yaratishga qaratilgan iqtisodiy mexanizm taʼsiri ostida amal qilishi lozim. Koʻrib chiqilayotgan mexanizmni tadqiq etish bizga uning quyidagicha mazmunini shakllantirish imkonini beradi. Milliy iqtisodiyotda innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmi – bu ITTKIning tashqil etish va rivojlantirishda oʻzaro bogʻliq shakl va yoʻllar tizimi boʻlib, milliy iqtisodiyotning ilmiy-texnik sohasida biznesni rivojlantirish va innovatsion jarayonlarning barcha bosqichlarida (tashqil etish, tarqatish, innovatsiyalarni joriy etish va oʻzlashtirish), ishlab chiqarishni ijtimoiy-iqtisodiy va innovatsion rivojlanish darajasini koʻtarish maqsadida uning ishtirokchilarining oʻzaro hamkorligi asosida davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlash hisoblanadi.

Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish strategiyasidan kelib chiqib, iqtisodiy mexanizmni shakllantirish quyidagi yoʻnalishlarda amalga oshishi lozim:

- innovatsion faoliyatni normativ-huquqiy tartibga solish tizimini shakllantirish;
- iqtisodiyot tarmoqlarini innovatsion faoliyatining maqsadli dasturlari bilan oʻzaro mutanosiblikda rivojlantirish;
- davlat-xususiy sektor hamkorligini rivojlantirish.

Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish iqtisodiy mexanizmining mazmunini tadqiq etish undagi yalpi institutsional, instrumental, uslubiy va meʼyoriy-huquqiy komponentlarni ajratib koʻrsatish imkonini beradi. Ularning har biri ishlab chiqarishda innovatsion faoliyatni rivojlantirishning mustaqil shakl va yoʻllarini hamda shu bilan birga ularning asosiy hal etadigan vazifalar yoʻnalishini belgilab beradi. Ularga: innovatsiya shakllanishining barcha jarayonlarida xoʻjalik subyektlari innovatsion faolligini ragʻbatlantirish; xoʻjalik subyektlarining innovatsion salohiyatini (innovatsion, texnologik, kadrlar, ilmiy, iqtisodiy va hokazo) oshirish; tarmoqning investitsion jozibadorligini oshirish; infratuzilma va mahsulotlarni sotish bozorlarini kengaytirish.

Milliy iqtisodiyotda innovatsion faoliyatni tashqil etish va ragʻbatlantirishning samarali shakli sifatida davlat-xususiy sektor hamkorligi tamoyili asosida, yaʼni davlat mexanizmidan foydalanib innovatsion jarayonlarni rivojlantirishda xususiy biznes ishtirokini ragʻbatlantirish, resurslarni birlashtirish, foyda va tavakkalchilikni taqsimlash, raqobat muhitini shakllantirish va shu bilan bir vaqtda-budjet mablagʻlaridan samarali foydalanishga turtki beradigan davlat kapitalining ishtiroki boʻlishi lozim.

				Davlat-xususiy sektor hamkorligi	
Yo'nalishlar	Shakli	Yo'llari			
		Davlat darajasi	Bozor darajasi		
Moliyaviy tashqil etuvchilar	Soliqlar orqali rag'batlantirish	– soliq imtiyozlari, shu bilan birga tarmoq ITIga; – amortizatsiya siyosati	– soliq krediti; – amortizatsiya fondi; – kapital qo'yilmalar		
	Bojxona tizimi bo'yicha rag'batlantirish	Bojxona rasmiylashtirilishi	Ta'rif imtiyozlari		
	Subsidiyalash	To'g'ridan-to'g'ri moliyalash (subsidiya, dotatsiya, zaymlar)	Innovatsiyalarni joriy etish fondlari		
	Kreditlash	Foizsiz ssudalar	Imtiyozli kreditlar		
	Venchurli moliyalash	Tavakalli PIFlar (venchurli) investitsiyalar	Investitsion, venchurli fondlar		
	Tashkiliy-tadbirkorlik bo'yicha tashqil etuvchilar	ITTKI sohasida shartnomalar va buyurtmalar	Davlat investitsion buyurtma	– lizing munosabatlari; – innovatsion kichik korxonalar	
Informatsion qo'llab-quvvatlash		Ilmiy-texnik faoliyat, intellektual mulk obyektlarini hisobga olish, natijalarini namoyish etishda qo'llab-quvvatlash	– innovatsion markazlar, konsultativ xizmatlar; – ilmiy-texnik ma'lumotlar ba'zasi		
Fan-ta'lim – biznes integratsiyasi		– klasterlar; – erkin iqtisodiy hududlar; – davlat buyurtmasi asosida innovatsion menejnlarni tayyorlash; – rahbar xodimlar malakasini oshirish	– biznes inkubatorlar; – hamkorlikning ulushli shakli; – texnoparklar; – megaloyihalar; – texnologik platformalar		
Ma'muriy-huquqiy tashqil etuvchilar	Respublika va mahalliy dasturlar				
	Huquqiy bazani takomillashtirish				
	Ma'muriy boshqarish				

IQTISODIY MEXANIZM

5.2-rasm. Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmi².

Xorij tajribasini tadqiq etish shuni ko'rsatmoqdaki, innovatsion jarayonlarni rivojlantirish tarmoq ITIning ilmiy tadqiqot faoliyatini, ularga imtiyozlar taqdim etish orqali rag'batlantirishdan boshlash, biznes, oliy ta'lim va ilmiy tadqiqot markazlarini milliy iqtisodiyot sohalarida milliy dasturlar doirasida davlatning ilmiy-texnik mavzulari bo'yicha ishlayotgan innovatsion kichik korxonalar bilan integratsiya uchun keng shart-sharoitlarni yaratish lozim.

Iqtisodiy mexanizmning ta'sirchan roli natijasida milliy iqtisodiyotda innovatsion faoliyatni tashqil etish va rag'batlantirish shakl va yo'llari tizimini aniqlash imkon tug'iladi.

5.2-Rasmdagi tasnifdan ko'rinadiki, innovatsion faoliyatni tashqil etish va rag'batlantirish shakllari yetarli darajada turli-tumandir va buning natijasida shunga mos ravishda uni amalga oshirish yo'llari bo'yicha boshqaruv qarorlarini qabul qilish maydoni ham kengdir. Ta'kidlab o'tish muhimki ularning har biri mustaqil va maqsadga yo'naltirilgan bo'lib, tarmoqni investitsiyalashda davlat-xususiy sektor hamkorligi doirasida ularning barchasi bir-birini to'ldirishi lozim.

Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmi amal qilishi ilmiy tadqiqot ishlarni tashqil etish shakllari va yo'llarida, ilmiy-texnik faoliyat sohasida biznesni rivojlantirish va uning barcha ishtirokchilarining o'zaro hamkorligida innovatsiyaning joriy etishning barcha bosqichlarida davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashga asoslanadi. Shunday ekan, innovatsiyalar jamiyat rivojlanishini asosiy qonunlarini amalga oshirishning zaruriy elementi, uning rivojlanish va dinamiklik sharti hisoblanadi. Jamiyatda korxonalarining rivojlanishi ular faoliyatining barcha jabhalariga daxldor bo'luvchi turli xil innovatsiyalarni o'zlashtirish yo'li bilan ro'y beradi. Negaki, bu yaqin istiqbolda milliy iqtisodiyotda g'oyalar, ixtirolarni real amaliyotga tez tatbiq etish qobiliyatiga asoslangan innovatsion iqtisodiyotga o'tish uchun muhim omilga aylanadi.

² Manba: Muallif ilmiy tadqiqotlari asosida tuzilgan.

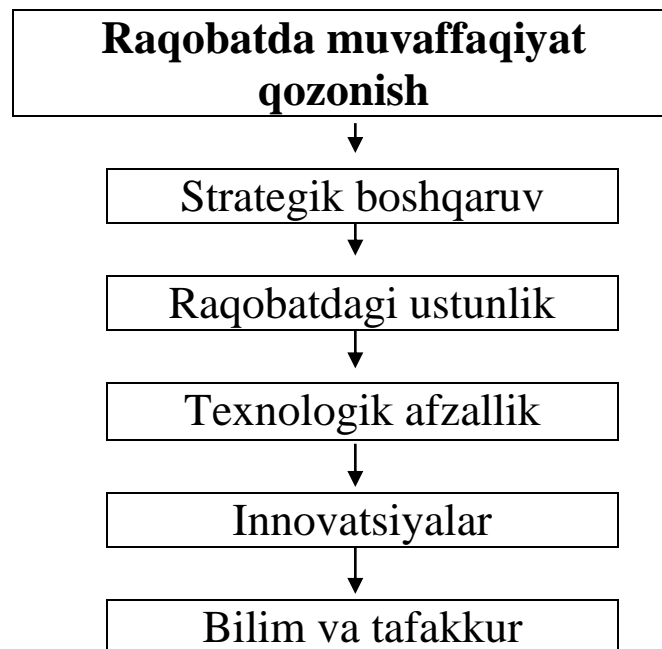
Mamlakatimizda innovatsion iqtisodiyotni shakllantirishda ilmiy-ta'minot tizimini rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. Respublika hukumati tomonidan ushbu tizimni bozor iqtisodiyoti talablariga moslashtirish maqsadida bir qator islohotlar amalga oshirildi. Bundan ko'zlangan asosiy maqsad ilmiy-ta'minot mavqeini ko'tarish, fan yutuqlarini amaliyotga keng joriy etishdan iboratdir.

Rivojlangan mamlakatlarda YaIM o'sishining 80-95 foiziga yangi bilimlarni, texnologiyalarni, yangi uskunalarni takomillash-tirish va kadrlarning intellektual salohiyatini rivojlantirish chora-tadbirlarini amalga oshirish hisobidan erishilmoqda. Yangi texnologiyalarni tatbiq qilish ishlab chiqarish samaradorligi, tovar va xizmatlar sifatini oshirishda asosiy omil bo'lib qoldi. Iqtisodiyot real sektorining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi iqtisodiy rivojlanishni sustlashtiruvchi omillarning salbiy ta'sirini kamaytirish, innovatsion ishlab chiqarishga mablag'larni sarflash, mamlakatni ishlab chiqarish omillari ta'minotchisi holatidan raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqaruvchi mavqeiga olib chiqadi.

Innovatsiyalar korxonaning raqobat muhitidagi ustunligini shakllantirish va mustahkamlash, istiqbolli loyihalar asosida ularning tovar ishlab chiqarish va sotish sohalaridagi faolligini oshiradi. Demak, tashqi va ichki bozordagi raqobat kurashida innovatsiyalardan foydalanish eng samarali usullardan biri hisoblanadi. Innovatsiyalar o'rta va yuqori raqobatbardoshlik avfzalliklarini shakllantiradi. Mutanosib ravishda korxonalar raqobatbardoshligini innovatsion rag'batlantirish deyilganda, mahsulotlar sifatini oshirish, xarajatlarni qisqartirish, iste'mol tovar mahsulotlari assortimentini ko'paytirish, ishlab chiqarishni tashqil etish va korxonani boshqarish tizimida innovatsion raqobatbardoshlik afzalliklarini yaratish va amalga oshirish tushuniladi.

Iqtisodiy o'sishning muhim yo'nalishlaridan biri uzluksiz innovatsion jarayonga o'tish hisoblanadi. Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarining jadalligi iqtisodiy rivojlanish darajasini belgilaydi. Bozordagi shiddatli raqobat kurashi sharoitida faqatgina, ilmiy tadqiqot faoliyati uchun qulay sharoit yaratuvchi korxonalariga g'olib bo'ladi. Raqobatda ustunlikni qo'lga kiritish

va uni ushlab qolishga faqatgina, innovatsiya orqali erishish mumkinligi ilgari surilgan bot-bot tasdiqlangan va bugungi kun korxonalarining aksiomasi bo'lib qoldi. Har qanday ilg'or korxonaga shaxsiy strategiyasi bo'lishiga qaramay, shuni biladiki, doimiy yangilanish va takomillashish ishlab chiqarish darajasini yuqori va samarali qila oladi. Innovatsiyalar asosida tovar va texnologiyalarga raqobat afzalliklarini berish, o'z navbatida, korxonaga raqiblardan texnologik ustun bo'lish imkonini beradi. Ammo korxonaga uchun raqobat ustunligiga ega bo'lish asosiy maqsad emas, muhimi, korxonaga faoliyatining to'g'ri yo'nalishi bo'yicha strategiya'ni tanlab, shu yo'nalishda mohirlik bilan ish olib borish va pirovardida raqobat kurashida muvaffaqiyatni qo'lga kiritishdir.



5.3-rasm. Raqobatda muvaffaqiyat qozonish bosqich va omillari.

Shunday qilib, innovatsiyalarning raqobatbardoshlikdagi vazifasi korxonalariga raqobatda texnologik ustunlikka erishish orqali raqobat kurashida g'olib bo'lish imkonini berishdir. Biroq hozirgi kunda mamlakatimiz iqtisodiyotida investitsion faoliyatni faollashtirish, moddiy ishlab chiqarishni rivojlantirish muammosi vujudga kelmoqda. Ishlab chiqarishga investitsiyalarni jalb qilishda avvalambor, ularni iqtisodiyotning qaysi sohasiga yo'nalganligini inobatga olish lozim. Eng katta e'tiborni innovatsion faoliyat

yurituvchi subyektlarga, shuningdek, yangi texnologiyalarni tatbiq qilish tizimini rivojlantirishga qaratish zarur, chunki ular tezroq o‘zlarini oqlashadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, innovatsion faoliyat, qaysi tarmoqdaligidan qat’iy nazar, izlanish, qayta ishlash va takomillashgan yangilik hamda texnika-texnologiyalarni o‘z ichiga olgan jarayonlar majmuasi hisoblanadi. Demak, qo‘shimcha daromad olish yoki o‘sha hajmni saqlab qolish uchun texnika va texnologiyalarni innovatsiya ishlanmalari bilan takomillashtirib borish lozim.

3. Innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika yarmarkasining tutgan o‘rni

O‘zbekiston Innovatsion rivojlanish va Iqtisodiyot vazirligi hamkorligida o‘tkazilayotgan yarmarka korxonalar, ilmiy tashqilotlar va oliy ta’lim muassasalari o‘rtasida o‘zaro manfaatli munosabatlarni o‘rnatishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu iqtisodiyotimizning barcha sohalari jadal rivojlanishi, istiqboldagi dasturlarni ishlab chiqishda muhim ilmiy va amaliy asos vazifasini bajarmoqda.

Innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika yarmarkasi mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishning dolzarb muammolarini hal etish uchun sharoitlar yaratish, korxonalarining innovatsion faolligini oshirish, yuqori texnologiyalar milliy bozorining shakllanishiga ko‘maklashish maqsadida o‘tkazilayotgan X Respublika innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar yarmarkasida innovatsion ishlanmalar 5 ta yo‘nalish bo‘yicha namoyish etiladi.

Sanoat yo‘nalishi, jumladan, neft-gaz, kimyo, tog‘-kon sanoati, paxtani qayta ishlash tarmog‘i hamda tadbirkorlar va kichik biznes uchun taqdim etiladi.

Axborot texnologiyalari yo‘nalishi bo‘yicha respublika oliy o‘quv yurtlari hamda axborot texnologiyalari markazlari tomonidan keng doiradagi iste’molchilar uchun dasturiy mahsulot namoyishi o‘tkaziladi.

Sog‘liqni saqlash va farmasevtika yo‘nalishi bo‘yicha kasalliklarni davolashning yangi usullari va zamonaviy texnologiyalari,

keksa yoshdagi aholi, shuningdek, onalar va bolalar sogʻligini mustahkamlash, kasalliklarning oldini olishga yoʻnaltirilgan yangi yondashuvlar aks etgan.

Qishloq xoʻjaligi yoʻnalishi boʻyicha Qishloq va suv xoʻjaligi vazirligi, qayta ishlash tarmogʻi, oziq-ovqat sanoati korxonalari hamda fermer xoʻjaliklari eʼtiboriga yangi ishlanma namoyish qilinadi. Davlat ilmiy-texnika dasturlari va loyihalari doirasida ishlab chiqilgan va tayyorlangan qishloq xoʻjalik texnikasi va uskunasini namoyish etish rejalashtirilmoqda.

Fan va taʼlim yoʻnalishi stendlarida taʼlim, yosh avlodni tarbiyalash sohasida keyingi-yillarda erishilgan yutuqlar, xorijiy tillarni oʻrgatishga doir yangi dasturlar, darsliklar va ilgʻor pedagogik texnologiyalarni qamrab olgan ishlanmalar taqdim etiladi.

Joriy qilingan innovatsion ishlanmalar yoʻnalishi tashqil qilindi. Ushbu yoʻnalishda ishlab chiqaruvchi yirik korxonalarda ilgʻor innovatsion texnologiyalar asosida seriyali ishlab chiqarilayotgan mahsulot namoyish etiladi.

Hozirga qadar oʻtkazilgan yarmarkalar doirasida 4 ming 200 ga yaqin innovatsion gʻoya va texnologiya namoyish etilib, umumiy hajmi 144 milliard 100 million soʻm boʻlgan 4 mingdan ortiq shartnoma imzolangan. Natijada qariyb 2 trillion 200 milliard soʻmga yaqin 62 nomdagi yangi seriyali mahsulotlar ishlab chiqarilmoqda, 59 shartnoma doirasida mahsulotlarning tajriba-sinov va sanoat namunalari yuzaga keldi. Shu bilan birga, yuzlab korxonalar, fermer xoʻjaligi va tadbirkorlik subyektlariga ilmiy va amaliy xizmatlar koʻrsatilmoqda.

Yarmarka doirasida Toshkent xalqaro innovatsion forumini oʻtkazish moʻljallangan. Unda Germaniya, Bolgariya, Italiya, Xitoy, Janubiy Koreya, Yaponiya, Rossiya kabi davlatlar, Jahon banki, Britaniya Kengashining Oʻzbekistondagi vakolatxonasi mutaxassisleri va ekspertlarining ishtiroki kutilmoqda. Forumning asosiy maqsadi dunyoda innovatsiya tizimlarining rivojlanish tendensiyalari, innovatsiya faoliyatining rivojlanish holati, muammolari va istiqbollari tahlil qilish, milliy innovatsiya tizimini shakllantirishda turli omillarning oʻrnini aniqlash hamda

O‘zbekistonni innovatsion faolligi yuqori bo‘lgan hududga aylantirishga ko‘maklashishdan iborat.

Innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika yarmarkasida yosh olimlar, tadqiqotchilar, talabalarning o‘z ilmiy va amaliy ishlanmalarini namoyish etishlari uchun keng imkoniyatlar yaratiladi. Xususan, yarmarkada yosh olim va talabalarning 100 ta ishlanmasi taqdimoti o‘tkaziladi. Umuman olganda, yarmarkada 500 dan ortiq ilg‘or g‘oyalar va ishlanmalar namoyish etilishi ko‘zda tutilgan.

Innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar respublika yarmarkasida taklif etilayotgan ilmiy ishlanmalar bugungi davr nuqtayi nazaridan dolzarbligi va qamrovining kengligi, aholi, ishlab chiqarish korxonalari ehtiyojidan kelib chiqib tayyorlangani bilan ajralib turibdi. Unda fermer xo‘jaliklari, sanoat korxonalari va tashqilotlar, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari bilan texnologiya va ishlanmalar mualliflari o‘rtasida shartnomalar imzolanmoqda.

Nazorat savollari

1. Nima uchun iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish turiga o‘tkazish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda?
2. Milliy innovatsiya tizimi tushunchasini yoritib bering?
3. Nima uchun AQSH, Yaponiya, Koreya Respublikasi, Finlandiya, Shveysariya mamlakati innovatsion iqtisodiyotga ega mamlakatlar sifatida tan olindi?
4. Innovatsion iqtisodiyotga ega mamlakatlar iqtisodiyoti qanday xususiyatlari bilan alohida guruh sifatida ajralib turadi?
5. O‘zbekiston iqtisodiyotini innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tishida qanday muammolar mavjud?
6. Mamlakatni innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tganligini qanday makroiqtisodiy ko‘rsatkichlar bilan baholash mumkin?
7. Mamlakat innovatsion rivojlanishining uzoq va o‘rta muddatli maqsadlariga erishish qanday tamoyillar asosida amalga oshiriladi?
8. Innovatsion faoliyat deb, qanday faoliyatga aytiladi?
9. Milliy innovatsion siyosatning mazmun mohiyatini so‘zlab bering?

10. Ishlab chiqarishga innovatsiyalarni joriy etishning iqtisodiy mexanizmini soʻzlab bering?

11. Innovatsion gʻoyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika yarmarkasining tutgan oʻrni.

Mavzuga doir adabiyotlar

1. Oʻzbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. Toshkent. "Oʻzbekiston" NMIU. 2017 y.

2. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining "Oʻzbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish boʻyicha Harakatlar strategiyasi toʻgʻrisida" PF-4947-sonli Farmoni.

3. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 17-fevraldagi "Fanlar akademiyasi faoliyati, ilmiy tadqiqot ishlarini tashqil etish, boshqarish va moliyalashtirishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida"gi Qarori // Xalq soʻzi, 2017-yil 18-fevral.

8. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining "2018-yil – Faol tadbirkorlik, innovatsion gʻoyalar va texnologiyalarni qoʻllab - quvvatlash-yili davlat dasturini tasdiqlash toʻgʻrisida"gi PF-5308 sonli Farmoni.

9. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-maydagi "Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish boʻyicha qoʻshimcha chora - tadbirlar toʻgʻrisida"gi Qarori.

10. Abulqosimov X.P. Shakllanayotgan bozor iqtisodiyotida inson omili va uni faollashtirish yoʻllari. T.: TMI nashriyoti, 2005. 225 b.

11. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов: Пер. с англ.-4-е изд.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 1340 с.

12. Махкамова М. Инновационно-инвестиционная политика в новых условиях. // Экономическое обозрение//. № 12. 2001, 11 с.

13. Махкамова М. Государственное стимулирование инновационных предприятий. // Журнал. Налогоплательщика//. № 6-7, 2002, 104 стр.

14. Расулев А., Денисов Ю. Проблемы структурных изменений в экономике Узбекистана. «Мировая экономика и международные отношения», № 3, 2002 г.

15. “Innovatsion iqtisodiyotga o‘tish sharoitida milliy iqtisodiyotning tarkibiy tuzilmasini takomillashtirishning ustuvor yo‘nalishlari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjumani materiallari. Guliston 2018-yil.

5-MAVZU. INNOVATSION JARAYONLARNING MODELLARI

O‘zgarishlar shamolini his qilgan odam, shamoldan panalashi kerakmas, aksincha u shamol tegirmoni qurishi lozim.

M.Szedun

Reja:

1. Innovatsion jarayonning mohiyati va shakllari.
2. Innovatsion jarayon modellari.
3. Innovatsion jarayonlar va zamonaviy biznes modellari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion jarayon, diffuziya, novator, imitator, ITTKI, biznes-modellar, “yopiq innovatsiyalar”, “ochiq innovatsiyalar”, innovatsiyalarni tijoratlashtirish, bozor imkoniyatlari, intellektual salohiyat.

1. Innovatsion jarayonning mohiyati va shakllari

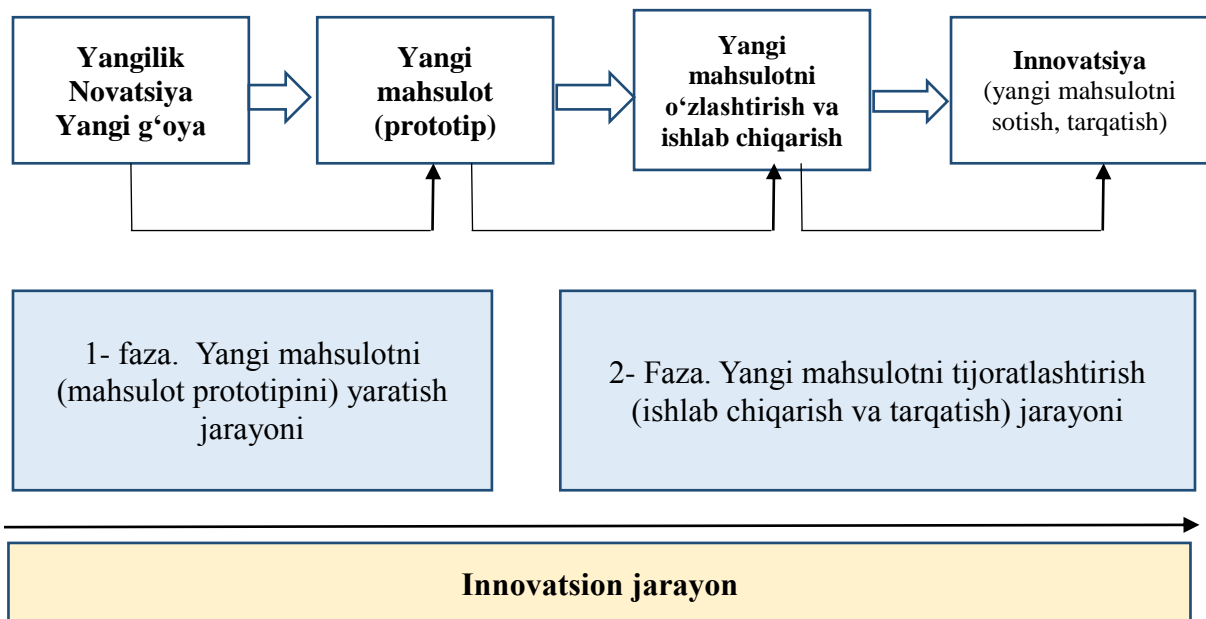
Innovatsion jarayon - ilmiy bilimlarni (g‘oyalarni) innovatsiyaga (yakuniy mahsulotga) aylanish va uning keyinchalik tarqalish (diffuziya) jarayonidir. Innovatsiya jarayoni o‘z ichiga ikki zaruriy bosqichni (fazalarni) qamrab oladi:

1-bosqich. Ishlab chiqarish (o‘zlashtirish) uchun tayyor bo‘lgan yangi mahsulot (mahsulot namunasi, prototip) ni yaratish.

2-bosqich. Mahsulotni o‘zlashtirish, ishlab chiqarish va tarqatish (diffuziya) jarayoni natijasida, bozor tomonidan talab etiluvchi yangilik sifatida ishlab chiqarilgan mahsulot innovatsiyaga aylanadi.

Birinchi bosqich, asosan, izchillikda amalga oshiriluvchi ilmiy tadqiqot ishlanmalari, tajriba-konstruktorlik ishlari, tajriba tariqasidagi ishlab chiqarishlarni tashqil etishni o‘z tarkibiga oladi. Birinchi bosqichda innovatsiyalarning foydali jihatlari hali ko‘zga tashlanmaydi, balki uni ro‘yobga chiqarish uchun zaruriy shart-sharoitlar yaratiladi. Tijoriy ishlab chiqarishning ikkinchi bosqichida va innovatsiyalarning tarqalishida innovatsiyalarning

ijtimoiy-foydali samarasi innovatsiyalarni ishlab chiqaruvchilar bilan bir qatorda iste'molchilar o'rtasida ham taqsimlanadi.



Davlatning innovatsion siyosati
4.1-rasm. Innovasion jarayon fazalari.

Innovatsion jarayonning uchta shakli mavjud:

- oddiy tashqilot ichida (natural);
- oddiy tashqilotlararo (tovarli);
- kengaytirilgan shakllari farqlanadi.

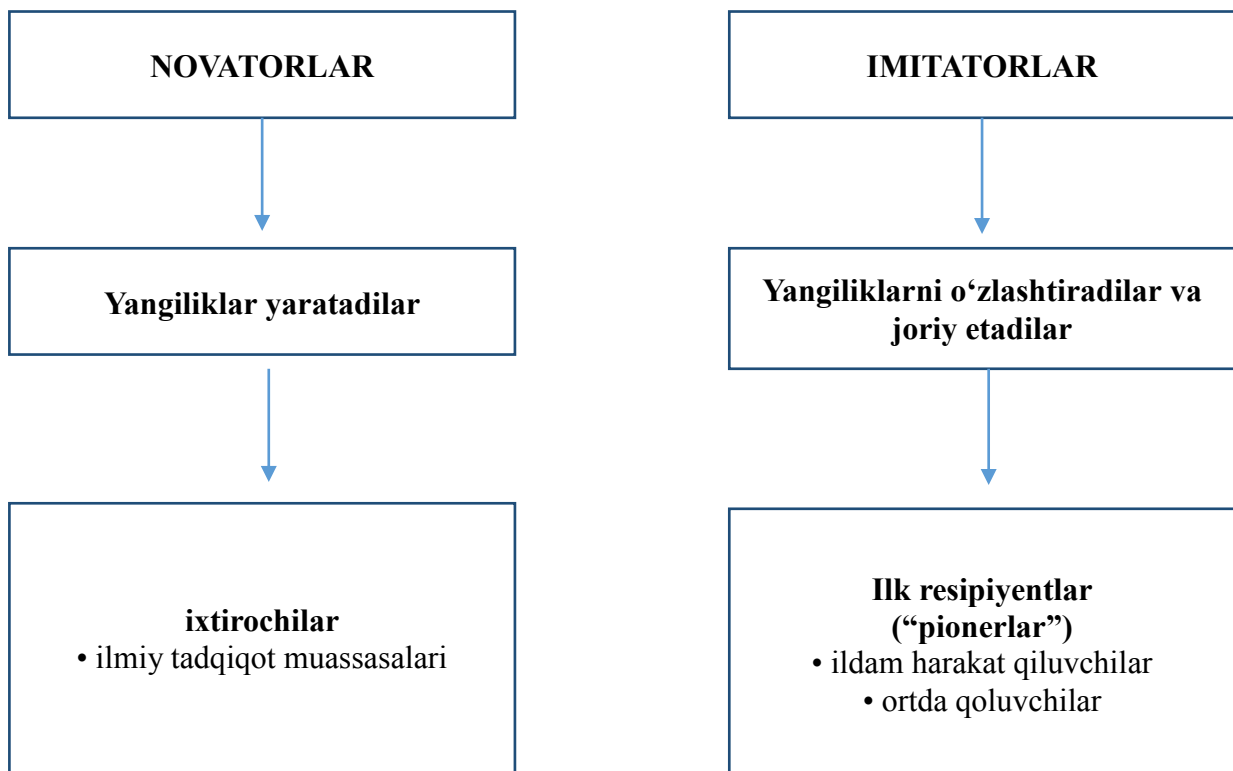
Oddiy innovatsion jarayon bitta korxonaning o'zida innovatsiyalarning yaratilishi va ulardan foydalanishni o'ziga oladi, mazkur holatda innovatsiya bevosita tovar shaklini olmaydi. Oddiy tashqilotlararo innovatsion jarayonda yangilik (innovatsiya) oldi-sotdi obykti sifatida namoyon bo'ladi. Innovatsionda jarayonning ushbu shakli innovatsiya yaratuvchisi va ishlab chiqaruvchisining funksiyasini iste'molchi funksiyasidan alohida ajralib turishini anglatadi. Kengaytirilgan innovatsiya jarayoni (diffuziya) yangidan-yangi innovatsion ishlab chiqaruvchilarning paydo bo'lishida namoyon bo'ladi. Kashfiyotchi ishlab chiqaruvchilar monopoliyasining barham topishi o'zaro raqobat natijasida ishlab chiqarilgan mahsulotning iste'mol xususiyatlarini yanada takomillashtirishga yordam beradi.

Diffuziya – bu qachonlardir o'zlashtirilgan va foydalanilgan innovatsiyalardan yangicha sharoitda yoki yangi qo'llash joylarida

foydalanilishni bildiradi. Innovatsiyalarning diffuziyasi – novatorning ortidan yuqori foyda olish ilinjida yangiliklarni amaliyotga joriy etuvchi imitatorlar sonining kumulyativ ko‘payish jarayoni hisoblanadi. Ya’ni yuqori foydaga ega bo‘lishni kutishning, yangiliklarni joriy qilish jarayonlarini tezlashtiruvchi kuch sifatida baholaydi. Novatorlar va imitatorlar - innovatsion jarayonning asosiy subyektlari hisoblanadi (4.2-rasm).

Novatorlar – ilmiy-texnik bilimlar generatorlari, yangiliklarni yaratuvchilari hisoblanadilar. Ular alohida ixtirochilar yoki ilmiy tadqiqot muassasalari ham bo‘lishi mumkin. Ular ixtirolardan olinadigan foydaning bir qismiga egalik qilishdan manfaatdor bo‘ladilar. Ilk resipiyentlar – bu innovatsiyalarning bozorga olib chiqilishini tezlashtirish orqali qo‘shimcha daromad olishni istagan va innovatsiyalarni birinchilardan bo‘lib o‘zlashtirgan tadbirkorlardir. Ular “pioner” tashqilotlar nomini olishgan.

Ilk ko‘pchilik – bu qo‘shimcha foyda olish maqsadida ishlab chiqarishga birinchilardan bo‘lib yangiliklarni joriy qilgan kompaniyalardir.



Ortda qoluvchilar – yangiliklarni joriy qilishda ortda qolayotgan kompaniyalar, yangiliklarni joriy etishda kechikish ularni inno-

vatsion jihatdan eskirgan yangi mahsulotlarni chiqarishga majbur qiladi.

2. Innovatsion jarayon modellari

Innovatsion jarayonlarni tadqiq qilishning zamonaviy uslubiyoti quyidagi uch gipotezaga asoslanadi:

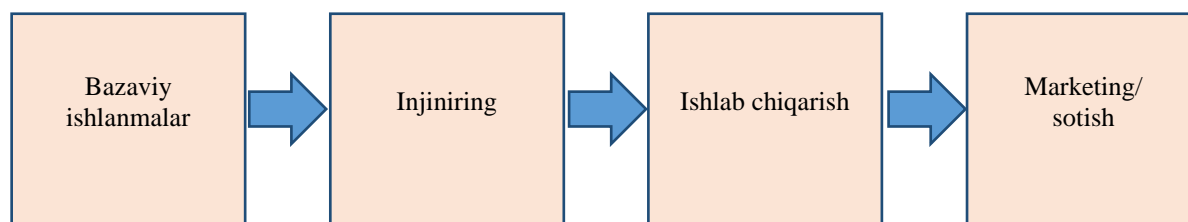
1. “texnologik turtki” gipotezasi (fandan-bozorga);
2. “bozor talabi bosimi” gipotezasi (bozor ehtiyojlaridan-fanga);
3. “interfaol model” gipotezasi (yuqoridagi ikki modelni o‘ziga oluvchi dual model).

Yuqorida sanab o‘tilgan uch xil yondashuvni atroflicha ko‘rib chiqamiz.

“**Texnologik turtki**” gipotezasining asosiy qoidalari quyidagilardan iborat:

- ilmiy g‘oyani amaliyotdan (bozordan) mustaqil ravishda rivojlantirish, bu esa avvaldan ko‘zda tutilgan ilmiy paradigmalarning obyektiv ravishda o‘zgarishini ko‘zda tutadi;
- iqtisodiy muhit (bozor ehtiyojlari) va ilmiy-texnologik taraqqiyot o‘rtasidagi teskari aloqalar unchalik ham ahamiyatga ega emas.

Ushbu gipoteza doirasida innovatsion jarayon g‘oyaning fundamental, amaliy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlanmalar, marketing, ishlab chiqarish va nihoyat, sotish orqali bosqichma-bosqich tijoriy mahsulotga aylanish jarayoni sifatida qaraladi. Ilmiy g‘oyani amalga oshirish bosqichlarining bunday qat’iy ketma-ketligi innovatsion jarayonning chiziqli modeli bilan tavsiflanadi.



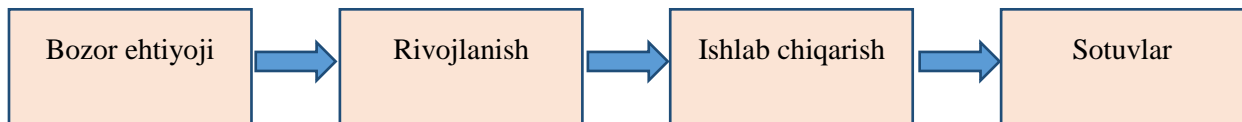
4.3-rasm. Innovatsion jarayonning Push modeli.

Ushbu modelga asoslanib ishlab chiqilgan fundamental g‘oyalarning innovatsiyalarning yaratilishi va ularning keyinchalik tijorat-

lashuviga asos bo'lib xizmat qiluvchi amaliy tadqiqotlarda o'z ifodasini topadi. Ushbu model to'g'ridan-to'g'ri chiziqli munosabatlarni o'rnatadi: qancha ko'p fundamental tadqiqotlar bo'lsa shuncha ko'p amaliy tadqiqotlar amalga oshadi, qancha ko'p innovatsiyalar yaratilsa, shuncha ko'p ilg'or texnologiyalar amaliyotga joriy etiladi. ITTKI larga qancha ko'p kapital qo'yilmalar kiritilsa, shuncha ko'p yangi mahsulotlar yaratiladi - degan tamoyilga amal qilgan holda, kompaniyalar birinchi navbatda ilmiy yutuqlarga asosiy e'tiborni qaratadilar. Ushbu strategiya "umidlar strategiyasi" deb, nom olgan. Bu strategiya'ning asosini: "Eng yaxshi odamlarni yollang, ularni eng yaxshi resurslar bilan ta'minlang va ularni yolg'iz qoldiring" - g'oyasi tashqil etadi. Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, ilm-fan va yangi texnologiyalar taraqqiyoti jamiyatda mavjud muammolarni hal qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday yondashuv taklifning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishida, ya'ni universitetlar va davlat laboratoriyalaridagi ilmiy ishlanmalarni rag'batlantirishda, shuningdek, korxonalarda asosiy ilmiy tadqiqot dasturlari uchun malakali ishchi kuchini yetkazib berishda va kompaniyalardagi eng muhim ITTKI lari dasturlarining hukumat tomonidan doimiy qo'llab-quvvatlanishida o'z ifodasini topadi. Rivojlangan davlatlar amaliyoti shuni ko'rsatmoqdaki, fundamental tadqiqotlardan natijalarni tijoratlashtirishgacha bo'lgan jarayonlarning "o'z holicha oqimi" samarasiz bo'lib, bugungi kunda jarayonlarni bunday tartibda amalga oshirish qiyin ishdir.

Chiziqli modelga xos bo'lgan ziddiyat shundan iboratki, u atrof-muhitning (bozorning) ilmiy tadqiqot va ishlanmalar bilan bog'liq voqealarning rivojiga ta'sirini hisobga olmaydi va umuman olganda fan va ishlab chiqarish o'rtasidagi munosabatlarning murakkabligini ifoda eta olmaydi. Bundan tashqari mazkur modelda iste'molchi va uning ehtiyojlari nazoratdan chetda qolib ketganligini ham e'tiborga olish lozim. Chunki, innovatsiyalar har doim ham fundamental tadqiqotlar va ilmiy kashfiyotlarning natijasi sifatida amalga oshavermaydi. Bozor ehtiyojlari innovatsiyalarga juda katta hisoblanmaydi. Mutaxassislarining fikriga ko'ra, innovatsiyalarning kelib chiqish manbalari quyidagicha: 60% innovatsiyalarning manbai bozor, ya'ni uni mijoz belgilab beradi; 25 %

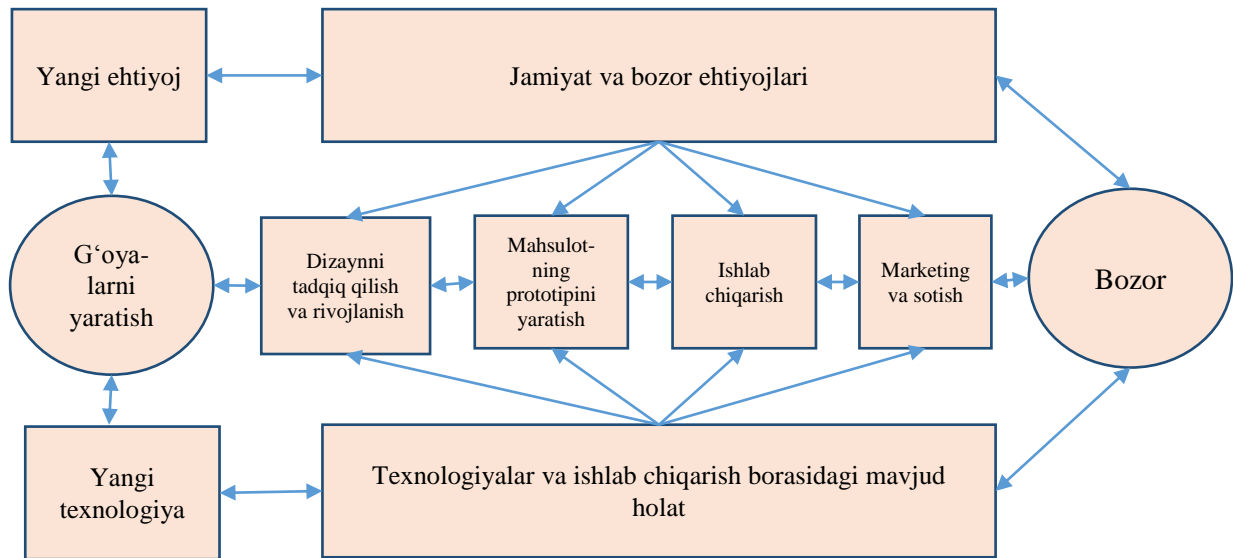
innovatsiyalarning manbai texnologiyalar hisoblansa; 15% innovatsiyalar noaniq manbalardan masalan firmaning ichki manбайдan yoki ixtirolar hisoblanadi. Ushbu holat, innovatsion jarayonlarning sababini tushuntirib beruvchi – “bozor talabining bosimi” ruhiga yo‘g‘rilgan innovatsion jarayon modelini ifoda etuvchi ikkinchi farazning qay darajada ahamiyatli ekanligini ko‘rsatib beradi.



4.4-rasm. Bozor bosimi modeli – market pull.

Ushbu faraz iqtisodiyotning innovatsion salohiyatining o‘rishini bozor talablari bilan bog‘laydi. Bu o‘rinda milliy va jahon iqtisodiyotining iqtisodiy rivojlanish tendensiyalari bilan bog‘liq bo‘lgan bozorning ma‘lum bir ehtiyoj va talablari ustuvor ahamiyat kasb etadi. Bu yerda ustuvorlik milliy va jahon iqtisodiyotini iqtisodiy rivojlanish tendensiyalariga bog‘liq holda o‘ziga xos bozor talablaridan kelib chiqadi. Ushbu tendensiyalarga ishlab chiqarishni diversifikatsiyalashga bo‘lgan ehtiyojlarni, raqobat kurashining avj olishi va buning natijasida “bozorda o‘z ulushiga ega bo‘lish uchun kurashning kuchayishi, marketingga bo‘lgan katta qiziqishni uyg‘onishi, yangi mahsulotni bozorga chiqarish uchun sarflanadigan vaqtni qisqartirish zaruriyati kabilarni kiritishimiz mumkin. Shu sababli, talabning ortishi ishlab chiqarish hajmini keskin ko‘paytirishni talab etgan hollarda, innovatsiyalar ishlab chiqarishga faol joriy etila boshlaydi. Ikkinchi farazga muvofiq, iqtisodiy shart-sharoitlar, birinchi navbatda, bozor omillari innovatsion faoliyatni amalga oshirishga undovchi muhim omil hisoblanadi. Bunda innovatsiyalar bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiy samarani hamisha ham yangilik yaratgan subyektlar emas, balki uni amalda qo‘llagan yoki unga nisbatan mulk huquqi mavjud bo‘lganlar olishlari mumkin. Asta-sekinlik bilan kompaniyada o‘zaro ta’sirlashuv jarayonlarining ikki muhim ko‘rinishi, ya’ni bir tomondan texnologik imkoniyatlar, boshqa bir tomondan esa bozor talablarini ifoda etuvchi texnologiyalarning turtkisi va bozor bosimi

strategiyalari muhim ahamiyat kasb etadi. Innovatsion jarayonning interaktiv modeli texnologik taraqqiyot va bozor potensialining o'ziga xos mantiq'i innovatsion g'oyalarning manbai ekanligini ko'rsatuvchi innovatsion jarayonlarning tobora murakkab, chiziqli bo'lmagan tavsifga ega bo'lib borayotganligini ko'rsatmoqda. Bu esa innovatsiyalar ilmiy tadqiqotlar bosqichini chetlab o'tgan holda ham yaratilishi mumkinligini ko'rsatadi.



4.5-rasm. Innovasion jarayonning interaktiv modeli

Qachonki biror-bir g'oya paydo bo'lsa, uni amalga oshirish borasida konsepsiya ishlab chiqilib, so'ngra uning namunaviy ishlanmasi yaratiladi. Bu fundamental va amaliy tadqiqotlar ahamiyatini kamaytirmaydi, innovatsion g'oya va ishlanmalarni hayotga izchil joriy etish borasida muammolar paydo bo'lsa, fundamental va amaliy tadqiqotlarga murojaat qilinadi. Bunda dastlab amaliy tadqiqotlar natijalari tahlil qilinadi va agar ular muammoni hal qilish imkonini bermasa, fundamental tadqiqotlar amalga oshiriladi. Bundan tashqari, yangi g'oyalar innovatsion jarayonning: loyihalash, ishlab chiqish va marketing bosqichlarida bir vaqtning o'zida yaralishi va ishlab chiqilishi ham mumkin. Ushbu holatda korxonada ichki funksiyalarni muvaffaqiyatli tarzda birlashtirgan va ilmiy-texnologik hamjamiyat va bozor bilan keng qamrovli aloqalarni yo'lga qo'ygan ochiq tizimni ifoda etadi. Chiziqsiz (interfaol) modelning chiziqli modeldan farq qiluvchi asosiy jihatlari quyidagilardan iborat:

Birinchidan, yangi g'oyalar innovatsion jarayonning barcha bosqichlarida paydo bo'lishi va ishlab chiqilishi mumkin, ya'ni bunda fundamental tadqiqotlar innovatsiyalarni paydo qiluvchi yagona va asosiy kuch sifatida qaralmaydi.

Ikkinchidan, interaktiv modellar, innovatsion jarayonning bosqichlari o'rtasida innovatsion jarayonlarning davomiyligini qisqartirgan holda, ularning mustaqil yoki bog'lanish darajasi zaif bo'lgan qismlarga bo'linishining oldini olish bo'lgan "teskari aloqalar tuguni" - deb ataluvchi sifat jihatdan yangicha tavsifga ega bo'lgan aloqalarni vujudga kelishini ko'zda tutadi. Ushbu model doirasida yangi mahsulotni loyihalash, uning ustida marketing amaliyotini amalga oshirish va ishlab chiqarish bir paytning o'zida parallel ravishda amalga oshirilishiga imkon beriladi. Teskari aloqalarning o'ziga xos jihatlari shundan iboratki, ular nafaqat tizim doirasida amal qiladi, balki uni tashqi muhit, bozor, iste'molchilar va shuning bilan bir qatorda boshqa iqtisodiy subyektlar bilan ham bog'laydi.

Uchinchidan, tadqiqot natijalari innovatsion jarayonning barcha bosqichlarida turli shakllarda qo'llaniladi, ya'ni innovatsion jarayonning barcha bosqichlarida texnologiya'ni tijoratlash tirish mumkin.

To'rtinchidan, boshqariluvchi chiziqsiz model innovatsion jarayon menejerlari va innovatsion mahsulot iste'molchilarining o'rniga katta e'tibor qaratadi. Innovatsiyalar bo'yicha menejerning faoliyati innovatsion jarayonning barcha bosqichlarini qamrab oladi va ular shu asosda o'zlarining boshqaruv faoliyatlarini tashqil etadilar. Yuqorida tilga olib o'tilgan eng so'ngi pozitsiyaga katta e'tibor qaratish talab etiladi. Kompaniyalarning innovatsion taraqqiyotini ongli ravishda boshqarish uchun bunday mutaxassislarining birgina innovatsion taraqqiyotning umumiy qonuniyatlarini bilishlari kifoya qilmaydi. Ular texnologiyalar transferti va tijoratlash tirish, intellektual mulkdan foydalanish va uning manfaatlarini himoya qilish, innovatsion loyihalarni boshqarish, biznesni rejalashtirish, bashoratlash, yangi mahsulot va texnologiyalarning tijoriy qiymatini baholash kabi masalalar borasida ham yetarlicha aniq bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishlari lozim. Korxonalarda innovatsion jarayon modellarini to'g'ri yo'lga qo'yish, hayotiylik

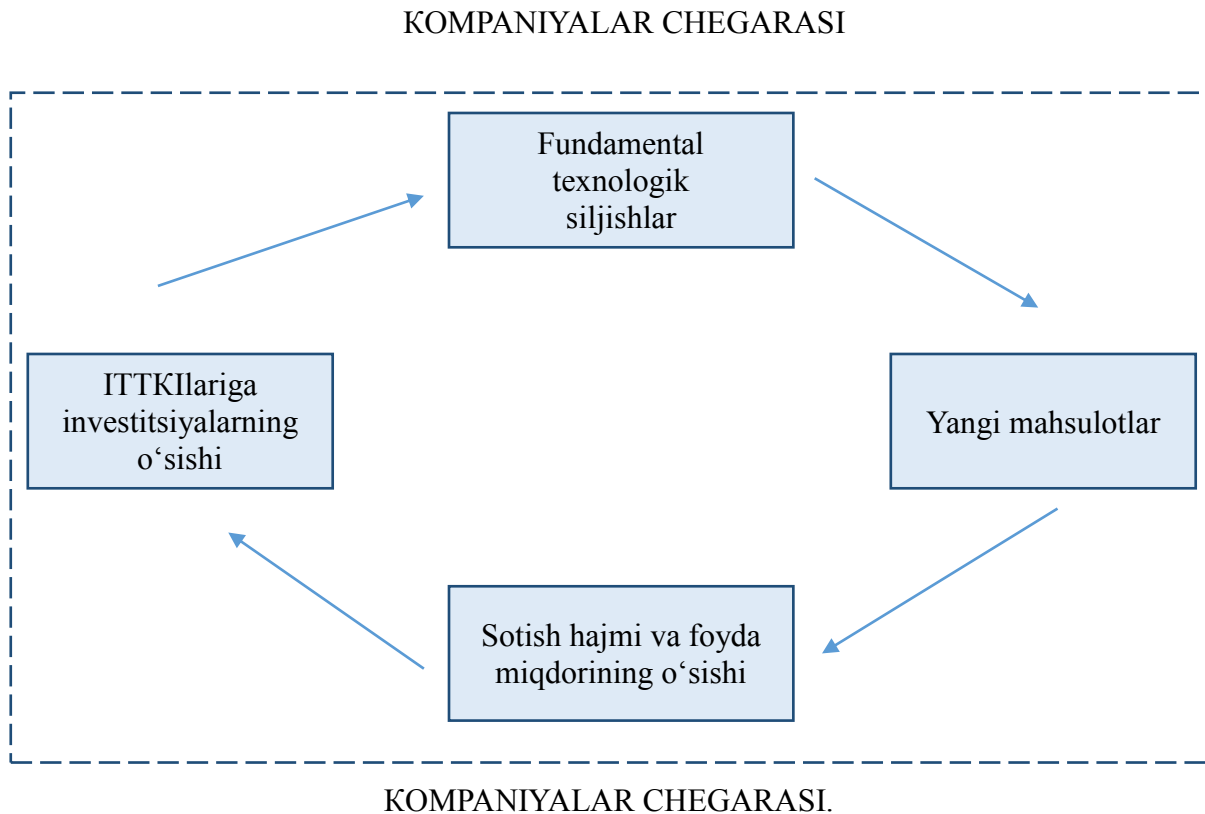
siklining turli bosqichlari uchun samarali biznes modellarini shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Shunday qilib, bugungi kunda taraqqiyotning "moslashuvchanligi" va "tezligi" ni kafolatlash maqsadida "tizimli integratsiyalashuv va tarmoqlar yaratish" ga alohida urg'u beriladi. Biznes –jarayonlar korxonani boshqarish jarayonida axborot tizimlaridan tobora keng foydalanilayotganligi asnosida elektron shakl-tamoyilga o'tib bormoqda. Tashqi muhitda asosiy e'tibor "biznes ekotizimlari" ga qaratiladi. Birgalikda marketing tadqiqotlari va ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik ishlarini amalga oshirish borasida strategik hamkorlik aloqalari yo'lga qo'yilishi asnosida - ochiq innovatsiyalar paradigmasiga o'tib borish yaqqol ko'zga tashlanadi.

3. Innovatsion jarayonlar va zamonaviy biznes-modellar

Ko'plab tadqiqotchilarning xulosalariga ko'ra, kompaniyalar yangi g'oyalarni taklif etadigan va bozorga chiqishni ta'min etadigan, bir so'z bilan aytganda, sanoat sohasidagi yangi bilimlarni tijoratlashtirish bosqichiga olib chiqishni ta'min etadigan uslublar (modellar) bugungi kunda fundamental o'zgarishlarni boshidan o'tkazmoqda. Asosan chiziqli modelga asoslangan dastlabki yondashuvlarga ko'ra kompaniyalar o'z g'oyalarini o'zlari rivojlantirishlari va takomiliga yetkazishlari, so'ngra uning asosida o'z mahsulotlarini ishlab chiqarishlari va shu mahsulot bilan bozorga chiqishlari, bozorda mahsulotni keng tarqatishlar, shundan so'ng sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish ishlarini amalga oshirish, uni moliyalashtirishlari va qo'llab-quvvatlashlari hamda ushbu barcha jarayonlarni birgina o'zlari amalga oshirishlari kerakligini ko'zda tutadi.

Faqatgina katta imkoniyatga ega, ilmiy tadqiqot bazasi, kuchli va uzoq muddatli ilmiy tadqiqot dasturlari mavjud kompaniyalargina, bozorda chindan ham raqobatlasha olishlari mumkin. Yopiq innovatsiyalar paradigmasi, deb nomlangan ushbu paradigma kompaniyalarni faqatgina o'zlarining ichki imkoniyatlariga taya'nib ish ko'rishga majbur qiladi. Ular ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga katta sarmoya kiritganliklari bois, bozorga ildam kirib borish tavsifiga ega bo'lgan kashfiyot va ixtirolarga ega

bo‘ladi. Bunday kashfiyotlar mazkur kompaniyalarga yangi mahsulot va xizmatlarni taklif qilish evaziga mahsulot va xizmatlar savdosining katta hajmini qo‘lga kiritish va ulardan yuqori daromad olishni ta’min etadi. Bu esa ularga ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga yanada katta miqdorda sarmoya kiritish evaziga navbatdagi yangi kashfiyot va ishlanmalar yaratish imkonini beradi. Ichki ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarining natijasi sifatida yuzaga keluvchi intellektual mulk o‘ta jiddiy muhofaza qilinganligi bois, boshqa kompaniyalar ushbu g‘oyalardan foyda olish maqsadida foydalana olmaydilar. “Yopiq innovatsiyalar” paradigmasi doirasida ITTKI larni boshqarish quyidagicha ko‘rinishga ega.



4.6-rasm. «Yopiq» kompaniyada ITTKIlarini boshqarish.

Ushbu paradigmaning o‘ziga xos jihati shundan iboratki, innovatsiyalar bilan bog‘liq barcha jarayonlar ichki yechim va qarorlarga asoslangan holda kompaniya chegarasida amalga oshadi. Yopiq innovatsiyalar modeliga asoslangan mazkur paradigma deyarli butun XX asr davomida ishonchli tarzda amal qilib keldi, ammo so‘nggi yillarda yopiq innovatsiyalarning asosiy

tamoyillariga putur yetkazuvchi bir qator omillar paydo bo'ldi. Buning natijasida innovatsion jarayonlar tobora ochiqlik kasb etib bormoqda. Bunga sabab omillar sifatida 2000-yillarning boshida vujudga kelgan quyidagi o'zgarishlarni keltirib o'tishimiz mumkin:

1. Sanoatlashgan jamiyatdan bilimlar jamiyatiga o'tish, ushbu holatda bilimlar ishlab chiqaruvchi jamiyat institutlari, xususan universitetlar innovatsiyalar va taraqqiyotda muhim o'rin tutadilar.

2. Ishlab chiqarishni tashqil etishning yirik shakllaridan bozor o'zgarishlariga nisbatan birmuncha barqaror va doimiy rivojlanishga moyil bo'lgan kichik ishlab chiqarish shakllariga o'tish.

3. Bir paytning o'zida ham nazariy ham amaliy tavsifga ega bo'lgan biotexnologiya, kompyuter texnologiyasi va nanotexnologiyalar kabi sohalarda ko'p o'lchamli bilimlarning paydo bo'lishi bu jarayonlarda bir vaqtning o'zida ko'plab mutaxassislarning ishtirok etishini talab etadi.

4. Bir kompaniya doirasida to'plangan bilim va ma'lumotlar, hatto patentlangan ishlanma va ixtirolar ham ko'pincha moliyaviy, moddiy, mehnat va vaqt resurslarining tanqisligi bois to'laqonli tarzda foydalanilmasdan qolib ketadi. Bu esa nafaqat kompaniya uchun, balki jamiyat uchun ham amalda foyda keltirishi mumkin bo'lgan g'oyalarning amalda ishlatilmasdan qolib ketish xavfini kuchaytiradi.

5. Ochiq intellektual mulk bozorining faol rivojlanishi.

6. Yangi ish joyiga katta miqdorda bilim va g'oyalarni olib keladigan tajribali va kasbiy jihatdan malakali kadrlar mobilligining doimiy o'sib borishi.

7. Yangi firmalar (start-up kompaniyalar) barpo etishda xususiy venchur kapitali o'rnining ortib borishi natijasida tadqiqotlar natijalarining tijoratlashish bosqichiga o'tishi tezlashadi, bu kompaniyalarning yopiq tashqi chegaralarining buzilishiga zamin yaratib beradi.

8. Ko'plab tovar va xizmatlarni bozorga olib chiqish muddatlarining vaqt o'tgani sari qisqarib borishi sababli yuzaga keluvchi murakkabliklar, buning natijasida texnologiyalarning xizmat muddati tobora qisqarib bormoqda.

Yuqorida sanab o'tilgan omillarning bir paytning o'zida amalda bo'lishi sharoitida yopiq innovatsiyalar modeli ish bermay qoladi.

Asosiy texnologiyalarni birgalikda ishlab chiqish, marketing tadqiqotlarini o‘tkazish va ITTKI larini birgalikda amalga oshirish uchun “ochiq innovatsiyalar” modeliga o‘tishni belgilovchi strategik hamkorlikni yaratish talab etiladi.

Ochiq innovatsiyalar ichki innovatsion jarayonlarni tezlashtirish uchun mo‘ljallangan axborot oqimlaridan foydalanishni, shuningdek, innovatsiyalardan yanada samarali foydalanish uchun bozorlarni kengaytirishni nazarda tutadi. Ochiq innovatsiyalar nazariyasi tadqiqotlarni amalga oshirish va ishlanmalarni ishlab chiqish jarayonlarini ochiq tizim sifatida baholaydi. Kompaniya nafaqat o‘zining ichki ilmiy tadqiqot ishlari va ishlanmalarining natijasi sifatida yangi g‘oya va mahsulotlar bilan bozorga kirib borishi, balki hamkorlikda boshqa tashqilot va korxonalar bilan ham bozorda o‘z faoliyatini kengaytirishi ham mumkin.

Ochiq innovatsiyalar modelida kompaniya nafaqatgina o‘zining ichki ITI ishlanmalaridan tashqari boshqa tashqilotlar bilan ham hamkorlik qiladi. Qo‘shimcha qiymatni qo‘lga kiritish uchun tashqi kanallar orqali ichki g‘oyalarni bozorga olib chiqishi ham mumkin, ya’ni kompaniya bunda mavjud biznes shakllari bilan chegaralanmaydi. Kompaniyadan tashqarida g‘oyalarni bozorga yangi mahsulot yoki xizmat sifatida olib chiqish mexanizmi quyidagilardan iborat bo‘lishi mumkin:

- avvaldan faoliyat ko‘rsatuvchi kompaniyalarning mutaxassislaridan tashqil topgan yangi kompaniyalar;
- litsenziyalash;
- xodimlarni tashqaridan jalb qilish;
- yirik kompaniyalar bilan hamkorlikda ustuvor texnologiyalarni birgalikda ishlab chiqish va rivojlantirish.

Bundan tashqari, teskari aloqalar ham mavjud, ya’ni yangi g‘oyalar dastlab firmalarning tadqiqot markazlari tashqarisida paydo bo‘ladigan va keyinchalik kompaniya ichkarisida qabul qilinadigan, foydalaniladigan va buning natijasida kompaniyaning chegaralari tobora shaffoflashib boradi. Quyidagi jadvalda yopiq va ochiq innovatsiyalar tamoyillarining o‘zaro taqqoslanishi keltirib o‘tilgan.

Yopiq va ochiq innovatsiyalar tamoyillarini o‘zaro taqqoslash

- g'oyalarning asosiy qismi kompaniyaning o'ziga tegishli bo'lgan g'oyalar;
- xodimlar mobillik darajasining pastligi;
- venchur kapitali hajmining kichikligi;
- nisbatan yangi kompaniyalarning ozchiligi va ularning zaifligi;
- mazkur kompaniyalarning faoliyatida universitetlar o'rning ahamiyatsiz darajada ekanligi.

Ochiq innovatsiyalarga ega kompaniyalarning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- kompaniya faoliyatida tashqi g'oyalardan keng foydalanilishi;
- xodimlar mobillik darajasining yuqoriligi;
- innovatsion jarayonlarda venchur kapitalining faol ishtiroki;
- yangi-kompaniyalar sonining ko'pligi;
- universitetlar bilan yaqindan hamkorlik qilish.

Biotexnologiya, farmasevtika, sog'liqni saqlash, kompyuterlar ishlab chiqarish, dasturiy ta'minot, kommunikatsiyalar, bank va sug'urta xizmatlari singari sohalardagi ko'plab kompaniyalar bugungi kunda bir paradigmadan boshqa bir paradigmaga o'tish jarayonini boshidan o'tkazmoqdalar. Yuqorida tilga olib o'tilgan sohalarda faoliyat ko'rsatuvchi eng yirik kompaniyalardagi innovatsiyalar ilmiy tadqiqot ishlarini olib boruvchi markazlash-tirilgan laboratoriyalar chegaralaridan tobora tashqariga chiqmoqda. Shunisi aniqki, ochiq innovatsiyalar modeli tadqiqotlar va ishlanmalar sohasida mutlaqo o'zgacha tamoyillarni va kompaniyalar faoliyat yuritishi borasida boshqacha biznes-modellarni ishlab chiqishni talab etadi. Bugungi kunda biznes innovatsion salohiyatning asosiy harakatlantiruvchi kuchi tashqarida bo'lgan innovatsion faoliyatning yangi bosqichiga qadam qo'ymoqda. Shunga qaramasdan atom energetikasi sanoati, harbiy-sanoat kompleksi kabi tarmoqlar mavjudki, ular yopiq innovatsion model sifatida faoliyat ko'rsatadi. Ko'plab sanoat tarmoqlari bugungi kunda ochiq innovatsiyalardan foydalanish jarayoniga o'tish bosqichida harakat qilmoqdalar. Iqtisodiyotning ushbu sohalaridagi innovatsiyalarni shakllantirish markazi yirik markaziy ilmiy tadqiqot laboratoriyalaridan bugungi kunda keng rivoj topayotgan startup kompaniyalarga, universitetlarga va shuningdek, innovatsion jarayonlarning vositachisi bo'lgan boshqa tashqilotlar tomonga siljib

bormoqda. Shu bilan kompaniyalar innovatsion faoliyatni amalga oshirishda o‘zaro hamkorlik va birgalikda qo‘shma loyihalarni amalga oshirishga katta e‘tibor qaratmoqdalar. Ochiq innovatsion tizimning uch asosiy: motivatsiya, integratsiya, innovatsiyalardan samarali foydalanish vazifasini ajratib ko‘rsatish mumkin. Shuningdek, ochiq innovatsiyalarni rivojlantirishning to‘rtta asosiy strategiyasi mavjud:

1. Ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalarni amalga oshirishni umumiy fondga birlashtirish orqali tashqil etish;

2. Innovatsion mahsulotning komponentlarini alohida kompaniyalar tomonidan ishlab chiqish;

3. Turli ommaviy innovatsion mahsulotlarni yaratishda foydalanilishi mumkin bo‘lgan ishlanmalarni erkin sotish;

4. Yirik firmalarda innovatsiya sohasida qaror qabul qilish jarayonida byurokratik to‘siqlarni sezilarli darajada kamaytirish.

Shu tariqa, innovatsion jarayonni boshqarish modeli sifatida ochiq innovatsiyalardan iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlarida tobora kengroq foydalanilmoqda. Alohida ixtisoslashgan ilmiy tadqiqot laboratoriyalarini saqlash xarajatlarining yuqoriligi bois, kompaniyalar ochiq innovatsion markazlarni yaratishga, hamkorlikda ishlanmalarni yaratishga katta e‘tibor qaratmoqdalar. O‘zining ichki muhiti bilan cheklanib qolgan kompaniya innovatsion ishlanmalarning yaratilishiga takroriy sarf-xarajatlarni amalga oshirish hisobiga o‘zlarining barcha resurslarini sarflab tugatadilar. Yaratilgan ishlanmalar va ilmiy tadqiqot ishlarining natijalaridan o‘z vaqtida foydalanilmasligi innovatsion g‘oyalarning ixtirochilari va ilg‘or texnologiyalarning yo‘qotilish xavfini kuchaytiradi. Kompaniyada mavjud bo‘lgan innovatsion jarayon modeli ham tegishli biznes-modelini yaratishni nazarda tutadi. Shubhasiz, innovatsiyalarni tijoratlashtirish, ularning innovatsiyalarga aylanishi, birinchi navbatda, hayotiy va raqobat sharoitida yashovchan biznesni shakllantirishni talab etadi. Texnologiya‘ning o‘zida hech qanday o‘ziga xos ichki qiymat mavjud emas, uning qiymati mazkur texnologiya‘ning bozorga muvaffaqiyatli kirib borishini ta‘min etadigan biznes- model bilan belgilanadi.

O‘z navbatida, texnologik yangiliklarning tijorlashuvi tashqiliy innovatsiyalarni ishlab chiqish va rivojlantirishni talab qiladi. Ushbu holatda, tashqiliy innovatsiya deyilganda mos innovatsion biznes-modelning asoslanishi nazarda tutiladi. Boshqacha qilib aytganda, innovatsion biznes-model – bu innovatsiyalarni ishlab chiqish va tijorlashtirish jarayonida kompaniyaning imkoniyatlarini bozor imkoniyatlari bilan bog‘lashning o‘ziga xos tuzilmaga ega bo‘lgan mexanizmdir.

Nazorat va o‘z-o‘zini tekshirish uchun savollar

1. Innovatsion jarayonning mohiyati. Innovatsion jarayonning ikki asosiy bosqichini tavsiflab bering.
2. Innovatsion jarayonning uch ko‘rinishi va ularning asosiy farqlari.
3. Diffuziya (tarqalish)ning mohiyatini tushuntiring.
4. Innovatsion jarayon modelining “texnologik turtki” gipotezasining mohiyati, uning asosiy xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Innovatsion jarayonning “bozor talabi bosim” modelining gipotezasining mohiyati, uning farqlovchi jihatlarini izohlang.
6. Innovatsion jarayonning “interaktiv modeli” gipotezasining mohiyati, uning xususiyatlari.
7. “Ochiq innovatsiyalar” modelini shakllantirishning asosiy shartlari va tamoyillari.

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, “O‘zbekiston” NMIU, 2017-yil.
2. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini

innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 22.09.2018 y.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi "Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori // Xalq so'zi. 08.05.2018 y.

6. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. проф.С.Д.Ильенковой. -2-е изд., переаб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003, 14 с.

7. Ж.П.Анри. От идеи до рынка: семь ступеней к инновациям на малых и средних предприятиях / Инновации. 2000, № 3-4, с.89.

8. Дынкин А., Сироткин О., Уткин А. Нелинейная инновационная модель: непринять – значит проиграть. – Человек и труд, 2004, №6, 87 с.

9. Чесбро Генри. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент / Пер. с англ. В.Н.Егорова. – М.: Поколение, 2008, 79 с.

10. Chesbrough, Henry W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, 272 pages, 2003.

6-MAVZU. BIZNES G‘OYADAN-BIZNES MODELGA

Siz o‘z biznes g‘oyangizni amalga oshirishdan hech qachon tiyilmang, sizning biznes g‘oyangiz hatto o‘zgalar nazdida o‘ta ahmoqona tuyulsa ham. Chunki aqlli g‘oyalar allaqachon amalga oshirib bo‘lingan.

Xalqaro biznes-konsultantlar assotsiatsiyasi shiori

Reja:

1. Biznes g‘oyani yaratish.
2. Biznesni modellashtirish asoslari.
3. M.Jonson, K.Kristensen, X.Kagerman biznes modeli.
4. Biznes-modelni shakllantirish: A. Ostervalder yondashuvi.
5. Biznes-modelni biznes-rejaga aylantirish.

Asosiy atama va tushunchalar:

Biznes g‘oya, tadbirkorlik, biznes-model, qiymat, iste‘molchi, foyda, asosiy resurslar, asosiy jarayonlar, biznesni rejalashtirish, biznes-reja, investor.

1. Biznes g‘oyani yaratish

Har qanday tadbirkorlik faoliyatining mohiyati xoh biznesni tashqil etish chog‘ida bo‘lsin, xoh uni rivojlantirish pallasida bo‘lsin mavjud yoki chetdan jalb qilingan cheklangan resurslar ko‘magida ma‘lum bir qiymatlar yaratish bo‘yicha yangi imkoniyatlarni izlab topishdan iboratdir. Tadbirkorlik faoliyati va innovatsion taraqqiyot asosida yangi qiymat yoki uni yaratishning yangi usuli to‘g‘risidagi ijodiy g‘oya yotadi. Biznes g‘oya iste‘molchilarning salbiy hissiyotlar sifatida shakllangan va ular mazkur muammolarning yechimi uchun haq to‘lashga tayyor bo‘lgan o‘ziga xos usul va vositalardir. Real voqelik bilan iste‘molchilar kutishlarining mos kelmasligini muammo sifatida tushunamiz. Bunda subyektlar ushbu nomutanosibliklarning tezda bartaraf etilishiga ehtiyoj sezadilar. Masalaning yana bir murakkabligi shundaki, individlarning nomutanosibliklarni qabul qilish darajasi turlicha va shu bilan birga u dinamik tavsifga ega bo‘lgani holda, vaqt o‘tib borishi bilan

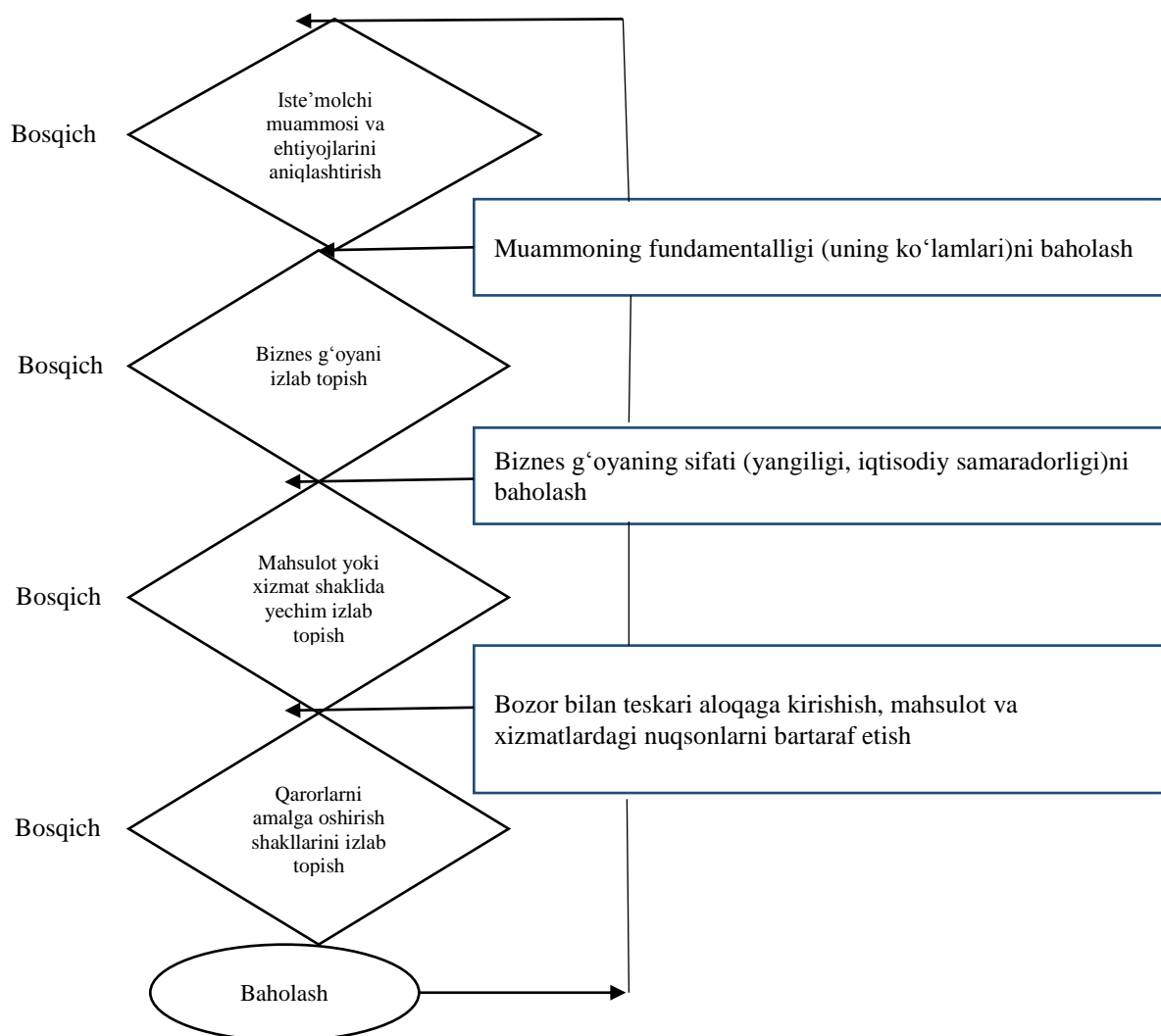
nomutanosibliklarni qabul qilish o'zgarib boradi. Muammolarning yechimi uchun haq to'lash imkoniga ega bo'lgan eng ko'p sonli individlar (yoki tashqilotlar)ni qamrab oluvchi chindan ham muhim muammolarni aniqlashtirish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Aniqlangan muammo qanchalik fundamental, uning yechimi esa qanchalik oson va ishonchli bo'lsa, biznes g'oya shunchalik samarali bo'ladi, ya'ni biznes g'oyaning qaytimi shunchalik katta va keng quloq yozish darajasi ham yuqori bo'ladi. Biznes g'oyani amalga oshirishda muvaffaqiyatni ta'min etuvchi omillarning yana bir guruhi tadbirkorning imkoniyatlari, resurs va aktivlarining mavjudligi va shuningdek, turli xil tavakalchiliklar bilan bog'liq. Biznes g'oyani shakllantirish – bu potensial iste'molchilarning muhim muammolarini ijodiy hal qilish va uning tijorat salohiyatini muntazam baholash asosida qiymat yaratish g'oyasini faol shakllantirishning murakkab jarayonidir.

Tanlab olingan biznes g'oyani biznes- modelga aylantirish jarayoni 6.1-rasmda ko'rsatib o'tilgan.

Birinchi bosqichda tadbirkorlarning kompetensiyalari doirasida iste'molchilarning eng muhim muammolarini izlash amalga oshiriladi. So'ngra, 2-bosqichda, biznes g'oya kreativ yondashuv asosida shakllantirilib, u 3-bosqichda muayyan biznes-modelgacha "o'stiriladi" va amaliyotda ikkinchi bosqich doirasida amalga oshiriladi. Albatta, mazkur jarayonlar interativ tavsifga ega bo'lgani holda, olingan yechimlar qanoatlantirmasa yoki yangi ma'lumotlar kelib tushgan taqdirda jarayonlar boshidan takrorlanadi.

Bugungi kunda tashqi muhit omillarining yuqori dinamikasi, tovarlar va xizmatlarning hayotlik siklining qisqarishi, shuningdek, bozorda mustahkam o'rin egallashga yo'naltirilgan uzoq muddatli strategiyalarni ishlab chiqishga nisbatan qisqa davrlarga mo'ljallangan samarali biznes-tuzilmalarni shakllantirishga o'tish, zamonaviy strategik menejmentda biznes-modellashtirish mavzusining har qachongidan ko'ra dolzarb ahamiyat kasb etishiga olib keldi. Biznes-model tushunchasiga berilayotgan ta'riflarda ketma-ketlik va aniqlikning yetishmasligi doimiy chalkashliklarni keltirib chiqaradi, bu esa biznes-modellashtirish sohasida yaxlit tizimlashtirilgan tadqiqot yo'nalishining shakllanishiga to'sqinlik qiladi. 6.1-jadvalda biznes-modelning eng keng tarqalgan ta'riflari keltirilgan.



6.1-rasm. Kreativ yondashuv asosida biznes g'oyani shakllantirish va uni biznes-modelga aylantirish algoritmi.

2. Biznes-modellashtirish asoslari

Umuman olganda, biznes-modelni kompaniyaning quyidagi uchta savolga bergan javoblarining jamlanmasi sifatida talqin qilishimiz mumkin:

1. Bizning maqsadli mijozlarimiz kimlar?
2. Biz maqsadli iste'molchilarga qanday tovarlar (xizmatlar) ni taklif qilishimiz kerak va ular boshqalardan qanday farq qilishlari kerak?

3. Buni maksimal samaradorlik bilan qanday amalga oshiraman?

Muayyan kompaniya nuqtayi nazaridan optimal biznes-modelini yaratish uchta asosiy bosqichdan iborat. Birinchi bosqich

biznesning muvaffaqiyati biznes-model haqidagi fikrlardan emas, balki haqiqiy iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish imkoniyatlari haqidagi fikrlardan boshlanishi lozimligini anglatadi. Ikkinchi bosqich - kompaniyaning yuqorida ko'rsatilgan imkoniyatlarni amalga oshirish orqali rejalashtirilgan daromad darajasiga qay tarzda erishishi mumkinligini tasavvur qilishga imkon beruvchi andoza ishlab chiqishdan iborat bo'ladi. Uchinchi bosqich faoliyat ko'rsatayotgan korxonalariga taalluqli bo'lgani holda, yuqoridagi ikki bosqichda shakllantirilgan vazifalarni to'la-to'kis amalga oshirish uchun mavjud modelni qay darajada o'zgartirish lozimligini anglab yetishga xizmat qiladi.

Biznes-modelning tanlanma ta'riflari

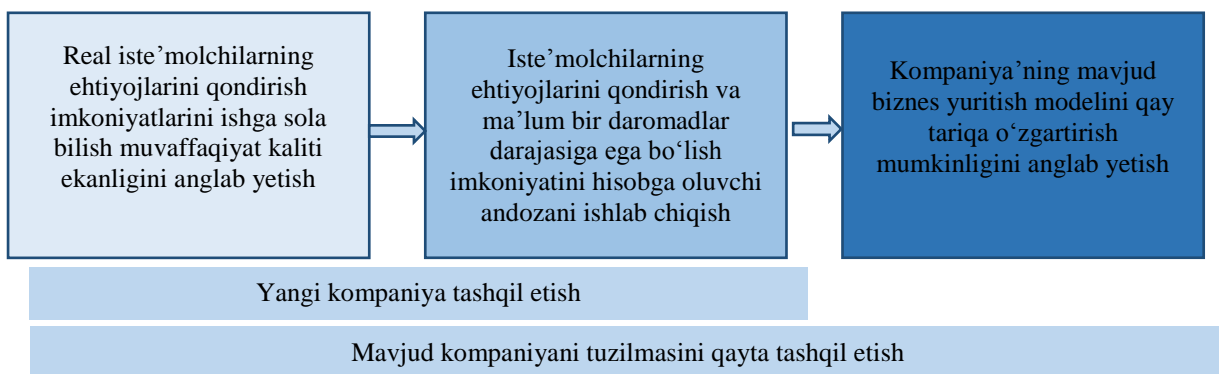
6.1-jadval

Muallif,-yil	Ta'rif
Timmers,1998	Biznes-model o'zida biznesning turli ishtirochilari va ularning biznes jarayonlardagi o'rnini; biznesning turli ishtirokchilari uchun potensial navflilik; daromad olish manbalarini batafsil bayon qilib beruvchi mahsulot, servis va axborot oqimlarining o'ziga xos "arxitektura"sini ifoda etadi
Amit&Zott, 2011	Biznes-model "biznes-imkoniyatlardan foydalanish orqali qiymat yaratish maqsadida qurilgan xo'jalik faoliyati aktlarining mazmuni, tuzilmasi va ularni boshqarish jarayonlari"ni ifoda ettiradi
Chesbrough& Rosenbloom, 2002	Biznes-model o'zida "texnik imkoniyatlarni iqtisodiy qiymatning amalga oshishi bilan birlashtiruvchi evristik mantiq"ni ifodalaydi
Magretta, 2002	Biznes-modellar – bu "korporatsiyalar faoliyatining mantig'ini bayon qilib beruvchi tarixdir. Yaxshi biznes-model Piter Drukerning azaliy savollariga to'laqonli javob beradi: Iste'molchilar kimlar? Iste'mol qiymati qanday bo'lishi kerak? U shu bilan birgalikda har bir boshqaruvchi beradigan quyidagi savollarga ham javob berishi kerak: Biz bu biznesda qanday qilib pul ishlab

6.1-jadvalning davomi

	topamiz? Ma'lum narxlar bo'yicha iste'molchilarga qiymatni biz qanday qilib yetkazib berishimizni tushuntirib beradigan iqtisodiy mantiqning asosida nima yotadi?"
Morris et.al.,2005	Biznes-model-bu "ma'lum bir bozorlarda barqaror raqobat ustunligiga erishish maqsadida iqtisodiyot, biznes arxitekturasi va venchurli strategiyalar sohasida o'zaro bog'liq bo'lgan yechimlar to'plami bilan qanday munosabatda bo'lish lozimligini tushuntirib beruvchi qisqacha izohdir..."Biznes-model "oltita asosiy tashqil etuvchini o'z ichiga oladi: qiymat, iste'molchilar tavsifi, ichki jarayonlar (kompetensiyalar), tashqi muhitda o'rin egallash, iqtisodiy model va shaxsiy (investitsion) omillar"
Johnson et.al., 2008	Biznes-model "birgalikda qiymat yaratuvchi va uni ta'min etuvchi o'zaro bog'liq bo'lgan to'rtta tashqil etuvchidan tarkib topadi". Bu tashqil etuvchilar quyidagilardan iborat: iste'molchilar taklif qilingan qiymat, foyda olish formulasi, asosiy resurslar, asosiy jarayonlar
Casadesus-Masanell&Richard, 2010	"Biznes-model – bu firma tomonidan amalga oshiriluvchi strategiya'ning amalda aks etishi... firmaning o'z steyk-xolderlari (biznesga ta'sir ko'rsatuvchi yoki ta'sir ko'rsata olish layoqatiga ega bo'lgan tashqilot yoki shaxslar) uchun qiymat yaratish bo'yicha operatsiyalarni amalga oshirish usul va vositalari va shu bilan bir qatorda firma faoliyatining mantig'i hamdir"
Teece,2010	"Biznes-model – kompaniyaning iste'molchilar uchun yaratayotgan qiymatining hayotiy daromad va xarajatlari tarkibini va hamda iste'molchi uchun taklif qilinayotgan qiymat darajasining yuqori bo'lishini ta'min etuvchi jarayonlarning mantig'ini aniqlashtirib beradi"

Uch bosqichdan iborat bo'lgan ketma-ketlikni quyidagicha tasvirlashimiz mumkin.



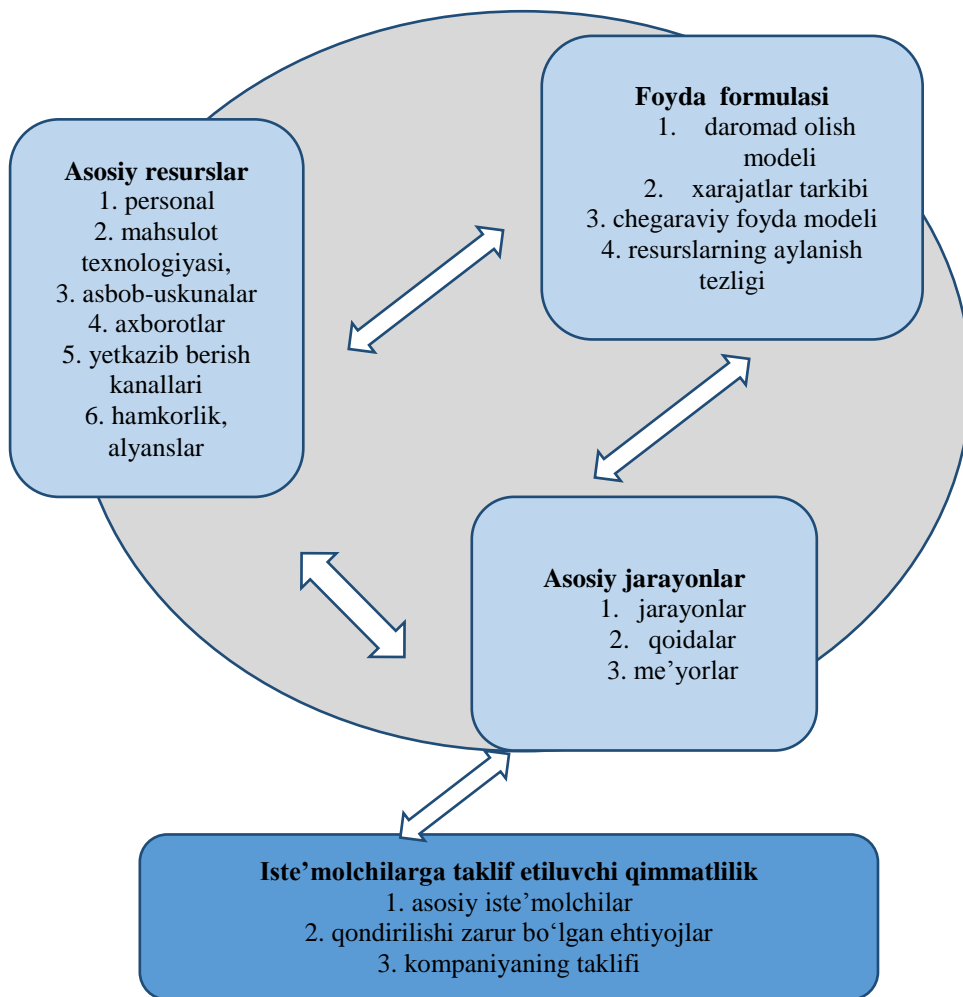
6.2-rasm. Kompaniyaning biznes-modelini tanlash mexanizmi.

3. M.Jonson, K.Kristensen, X.Kagerman biznes modeli

Biznes-modelni tanlash mexanizmini tushungan holda, kompaniya biznes-modelining asosiy elementlarini yoki bloklarini ham tushunib olishimiz talab etiladi. Ushbu maqsadlar uchun, Mark Jonson, KleyKristensen va Xenning Kagermann (Johnson et.al.,2008) tomonidan taklif qilingan biznes-model ta'rifidan foydalanamiz, chunki bu ta'rif bizning fikrimizcha, eng to'g'ri, aniq va tartibli tuzilishga asoslangan hisoblanadi. Shu tariqa, biznes-model birgalikda iste'molchilarga qiymat yaratadigan va yetkazib beradigan to'rta o'zaro bog'liq element yoki sub-modellardan tashqil topadi:

1. iste'molchilarga taklif qilinayotgan qiymat (customer value proposition);
2. foyda formulasi (profit formula);
3. asosiy resurslar (key resources);
4. asosiy jarayonlar (key processes).

Iste'molchilarga taklif qilingan qiymat. Muvaffaqiyatli kompaniya – bu iste'molchilar xohlayotgan kerakli qiymatni yaratish yo'lini topa olgan kompaniyadir. Iste'mol uchun qiymat qanchalik darajada muhim bo'lsa, uni qondirish uchun joriy taklif sifati shuncha past bo'ladi. Nisbatan mavjud alternativlar sharoitida iste'molchilar uchun siz taqdim etayotgan taklifingiz qanchalik yaxshi bo'lsa, u holda sizning iste'molchilar uchun taklifingiz qiymati ham shunchalik yuqori bo'ladi.



6.3-rasm. Johnson et. al. biznes modelining elementlari.

Iste'molchilarga taklif qilingan qiymat uch asosiy tamoyilga asoslanadi:

1) qiymat mahsulot, moddiy yoki nomoddiy ne'mat ko'rinishida aks etgan bo'lishi lozim

2) qiymat fokus-guruhdan farqli o'laroq, iqtisodiy obyekt tomonidan qabul qilinishi kerak;

3) qiymat kompaniya va iqtisodiy obyekt o'rtasidagi iqtisodiy bitim orqali amalga oshirilishi lozim.

Aynan iste'molchilarga taqdim etiladigan qiymat biznes-modelning muhim elementi hisoblanadi. U firmalarning tashqi iqtisodiy agentlarga yo'naltirilgan qiymat taklifini batafsil tushuntirib beradi.

Foyda formulasi. Foyda formulasi – kompaniyaning ayni vaqtda qiymatni iste'molchilarga yetkazib berish orqali o'zi uchun qay tarzda qiymat yaratayotganligini ko'rsatib beradi. U quyidagi to'rtta elementdan tashqil topadi:

1. daromad olish modeli: narx miqdor;

2. xarajatlar tarkibi: bevosita va bilvosita xarajatlar, ko'lam samarasi. Xarajatlar tarkibi biznes-model uchun zarur bo'lgan asosiy resurslarga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq;

3. chegaraviy foyda modeli: xarajatlarning kutilayotgan hajmi va tarkibini bilgan holda, kutilayotgan umumiy foydaga ega bo'lish uchun har bir qo'shimcha mahsulot birligidan olinuvchi foyda miqdorini aniqlashimiz mumkin;

4. Resurslarning aylanish tezligi: kutilayotgan hajmlarni saqlab qolish va kutilayotgan foyda miqdoriga ega bo'lish uchun mavjud aktivlardan qay tezlikda foydalanish kerak.

Bizning fikrimizcha, iste'molchilarga taqdim etiladigan qiymatni yetkazib berish uchun zarur bo'lgan narx dastlab belgilab olinib, o'zgaruvchan xarajatlar va chegaraviy foyda aniqlanadigan, so'ngra ko'zda tutilgan foydaga ega bo'lish uchun zarur bo'ladigan resurslarning aylanish tezligi va ishlab chiqarish ko'lamini aniqlashtirish eng ma'qul usul hisoblanadi.

Asosiy resurslar. Personal, texnologiyalar, mahsulotlar, bino va inshootlar, asbob-uskunalar, taklif etilayotgan qiymatlarni maqsadli iste'molchilarga yetkazib berish uchun zarur bo'lgan kanallar va shu kabilar asosiy resurslar hisoblanadi.. Bu o'rinda iste'molchilar va kompaniyalar uchun qiymat yaratadigan asosiy omillarga hamda ularning o'zaro munosabatlariga (biznesning raqobatbardosh ustunliklarini yaratishga yordam bermaydigan turli kompaniyalar uchun keng tarqalgan umumiy resurslardan farqli ravishda) alohida e'tibor qaratiladi. Asosiy resurslarni avtomobil akkumulatori bilan taqqoslash mumkin: tashqilot bir vaqtning o'zida resurslarni iste'mol qiladi va ularning o'rnini to'ldirib boradi. Asosiy resurslar bilan kompaniyaning investitsiyalari, xususan, kapital qo'yilmalari uzviy bog'liqdir.

Asosiy jarayonlar. Muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatuvchi kompaniyalar yaratilgan qiymatni iste'molchilarga vaqt va makonda tezkor va samarali tarzda yetkazib berish imkonini beruvchi operatsion va

boshqaruv jarayonlari bilan boshqalaridan ajralib turadi. Asosiy jarayonlarga o'qitish, rivojlantirish, ishlab chiqarish, budjetlashtirish, rejalashtirish, sotish, xizmatlar va shuningdek, kompaniyada ishlab chiqilgan qoida va me'yorlar ham kiradi.

Yuqorida sanab o'tilgan to'rt element har qanday biznes-modelning asosiy bloklari hisoblanadi. Iste'molchilarga taqdim etiladigan qiymat va daromad formulasi mos ravishda iste'molchilar va kompaniyalar uchun qiymatni aniqlab bersa; asosiy resurslar va jarayonlar esa ushbu qiymatning iste'molchilarga va kompaniyalarga qay tarzda yetkazib berilishini izohlab beradi. Bir ko'rinishdan sodda bo'lib ko'ringan ushbu modelning kuchi uning qismlarining murakkab o'zaro bog'liqligida namoyon bo'ladi. To'rtta unsurdan biridagi global o'zgarish modelning boshqa uchta qismiga, shuningdek, umumiy holda biznes-modelning o'ziga ham ta'sir qiladi. Mufaqqiyatli biznes u yoki bu darajada birqaror tizimlarda, uning elementlar ketma-ketlikda, bir-birini to'ldirgan holda tashqil etiladi.

4. Biznes-modelni shakllantirish: A.Ostervalder yondashuvi

Biz endi bevosita biznes-modelni shakllantirish borasida so'z yuritamiz. Bunday rasmiylashtirish usullaridan biri ("Biznes-modellarni qurish" kitobida) Aleks Ostervalder har qanday biznes-modelni to'qqizta blokdan iborat xarita sifatida shakllantirish taklif qilinadi. Bunday shaklning afzalligi shundaki unda har bir blokning boshqasidan alohida tahlil qilish mumkin bo'ladi va shuningdek, har bir komponentning o'zgarishi qolgan komponentlarga qanday ta'sir qilishini ko'rib chiqishga imkon beradi.

Ostervalder biznes-modelni tashqilotning tashqil etish, rivojlantirish va uning muvaffaqiyatli faoliyatining asosiy tamoyillarini ta'riflash uchun zarur vosita sifatida tushuntiradi. Ostervalder modelining bloklarini to'ldirishga urinib ko'ramiz. Ostervalder modelining birinchi va asosiy bloki "qiymat taklifi" (value proposition) blokidir. Ushbu blokni to'ldirganda quyidagi savollarga javob berish talab etiladi:

1. Biznes iste'molchilarga qanday qiymatni yetkazib berishi mumkin?

2. Biznes iste'molchilarning aynan qaysi muammosi (muammolari)ni hal etishi lozim?

3. Bozorda qanday mahsulot va xizmatlar taklif etilmoqda?

4. Kompaniya iste'molchilarning qaysi ehtiyojlarini qondiradi?

To'ldirilishi lozim bo'lgan ushbu maydonning asosiy tavsiflovchi jihati bo'lib, qiymat taklifining quyidagi o'ziga xosliklari hisoblanadi:

- yangilik;
- ish sifati;
- dizayn;
- brend;
- mahsulot narxi;
- xarajatlarni kamaytirish yoki xatarlarni kamaytirish imkoniyati;
- mahsulotga etishishning osonligi;
- qulaylik.

Shuni ta'kidlash lozimki, ushbu blokda asosiy e'tibor mahsulot yoki xizmatning o'ziga emas, balki uning iste'molchiga keltiradigan nafliligiga qaratilishi lozim.

Ostervalder modelining ikkinchi bloki "Mijozlar segmenti" (customersegments) hisoblanadi. Mazkur blokni to'ldirish uchun quyidagi savollarga javob berish muhim:

1. Qiymat kimlar uchun yaratilayapti?

2. Kompaniya uchun eng muhim iste'molchilar kimlar hisoblanadi?

Quyidagi bozor tavsiflari ushbu maydonning asosiy tavsiflovchi jihatlari hisoblanadi:

- bozor o'lchamlari (bozordagi ulush yoki mass-market);
- bozor qanchalik darajada segmentlanganligi;
- bozor qanchalik diversifikatsiyalashgan.

Ushbu blokda mijozlar nafaqat jismoniy shaxslar, balki yuridik shaxslar ham bo'lishi mumkinligini qayd etib o'tish lozim. Biroq mazkur segmentlar uchun qiymat takliflari birmuncha farq qilishi mumkin.

"Qiymat taklifi" va "xaridorlar segmenti" bloklarini to'ldirgandan so'ng, odatda "mijozlar bilan aloqalar" (customer relationships) blokini to'ldirish tavsiya etiladi. Ushbu blokni to'ldirayotganda, quyidagi savollarga javob berish tavsiya etiladi:

1. biznes-model nuqtayi nazaridan mijozlarning har bir segmenti bilan qanday munosabatda bo‘lish kerak?

2. Kompaniya va mijozlar o‘rtasida qanday munosabatlar o‘rnatilgan?

3. Mijozlar bilan bo‘lgan munosabat biznesning qolgan qismiga qanday ta’sir qiladi?

4. Mijozlar bilan hozirgi munosabatlar qanday xarajatlarga tushadi?

Mijozlar bilan munosabatlarning quyidagi xususiyatlari ushbu maydonning asosiy jihati hisoblanadi:

- Mahsulotdan foydalanishda shaxsiy qo‘llab-quvvatlash (yordam);

- O‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish;

- Avtomatlashgan xizmat ko‘rsatish;

- Mijozlar jamoasini yaratish;

- Mijozlar bilan hamkorlikda ishlash (kollaboratsiya).

Mijozlarga xizmat ko‘rsatish darajasi korxonaning xarajatlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta’sir ko‘rsatadi, demak mijozlar bilan personallashtirilgan munosabatlar qanday o‘zini oqlashini baholay olish lozim.

“Kanallar” bloki avvalgi blok bilan uzviy bog‘liq hisoblanadi. Ushbu bo‘limda kompaniyaning asosiy mijozlar bilan hamkorlik aloqalarini qo‘llab-quvvatlashning o‘ziga xos texnologiyalari bayon qilinadi. Mazkur blok uchun asosiy savollar quyidagilar:

1. Qaysi kanallar orqali mijozlar bilan munosabatlar yo‘lga qo‘yiladi?

2. Hozirda mijozlar qanday qilib topiladi?

3. Bu kanallar bir-biriga qanday darajada bog‘langan?

4. Qaysi kanallar eng yaxshi ishlaydi?

5. Kanallarning qaysi biri kam xarajatli?

6. Mijozlar bilan munosabatlar kanallari biznes bilan qay darajada integratsiyalashgan?

Bu maydonning o‘ziga xos jihatlari bo‘lib, mijozlar bilan aloqa kanallarining quyidagi xususiyatlari hisoblanadi:

- xabardodorlik (tovar yoki xizmat to‘g‘risida mijozning xabardodorlik darajasi qay tariqa oshib boradi);

- baholash (mijozlar tomonidan tovar va xizmatlarning sifatini baholash imkoniyatlari qanday);
- xarid qilish (mijoz biror-bir mahsulot yoki xizmatni aynan qanday sotib oladi);
- yetkazib berish (mijozlarga qiymat qay tarzda yetkaziladi);
- sotuvdan keyingi xizmat (sotuvdan keyin mijozlar bilan qanday aloqalar oʻrnatiladi).

Bundan tashqari, nafaqat sotish paytidagi mijozlar bilan oʻzaro munosabatlar kanallarini, balki sotishdan oldingi va keyingi xizmatlar koʻrsatish kanallarini ham aniqlash muhimligini qayd etib oʻtishimiz lozim.

Ostervalder modelining “daromad qismi”ni “Daromadlar oqimi” bloki (revenue streams) yakunlaydi. Ushbu blokda quyidagi savollarga javob berish lozim boʻladi:

1. Amalda isteʼmolchilar aynan nima uchun haq toʻlashga tayyor?
2. Hozirda ular nima uchun pul toʻlaydilar?
3. Hozirgi kunda ular toʻlovlarni qanday amalga oshirmoqdalar?
4. Ular toʻlovlarni qay tarzda amalga oshirishni afzal koʻradilar?
5. Kompaniyaning faoliyati uchun daromadlar oqimi qay darajada muhim ahamiyatga ega?

Daromad olishning asosiy imkoniyatlari quyidagilardir:

- aktivlarni sotish;
- ijara;
- obuna;
- lizing;
- brokerlik komissiyasi;
- reklama;
- qatʼiy belgilangan narxlar (turli usullar);
- dinamik narx belgilash (turli usullar).

Daromad olishning aniq bir mexanizmi (masalan, u naqd yoki naqdsiz hisob-kitob koʻrinishida ham boʻlishi mumkin) asosiy eʼtibor qaratiladigan jihat hisoblanadi. Bu narsani kompaniyaning mijozlar bilan munosabatlarni oʻrnatishida, albatta eʼtiborga olish kerak.

Endilikda Ostervalder modelining chap (sarf-xarajatlar) qismini toʻldirishga oʻtamiz. Birinchi blok “asosiy resurslar” (key resources)

blokidir. Ushbu blokda kompaniyaning faoliyati uchun zarur boʻlgan resurslar toʻgʻrisida maʼlumotlar keltiriladi. Blokning asosiy savollari quyidagilar:

1. Kompaniyaning qiymat taklifi qanday muhim resurslarni talab qiladi?
2. Muvaffaqiyatli distributsiya uchun qanday resurslar kerak?
3. Mijozlar bilan munosabatlarni doimiy darajada ushlab turish uchun qanday resurslar kerak?
4. Daromad olish uchun qanday resurslar kerak?

Ushbu maydonning asosiy xususiyatlarini quyidagi resurslar tipi belgilab beradi:

- moddiy resurslar;
- nomoddiy aktivlar;
- inson resurslari;
- moliyaviy resurslar.

Ushbu maydonning muhim xususiyati – inson resurslariga boʻlgan ehtiyojdir. Bu oʻrinda faqatgina, inson resurslarining miqdori emas, balki asosiy xodimlarning oʻziga xos tavsiflarini ham tushunib olish muhim ahamiyat kasb etadi.

Ostervalder modeli xarajatlar qismining keyingi boʻlagi “Asosiy faoliyat turlari” (key activities) blokidir. Ushbu blokda kompaniyaning asosiy biznes-jarayonlari bayon qilinadi. Ushbu blokni toʻldirayotganda, quyidagi savollarga javob berish talab etiladi:

1. Kompaniyaning qiymat taklifi qaysi asosiy faoliyat turlarini talab qiladi?
2. Qaysi asosiy faoliyat turlari distributsiya kanallarini yaratishni taqozo qiladi?
3. Qaysi faoliyat turlari xaridorlar bilan munosabatlarga kirishishni talab qiladi?
4. Qaysi asosiy faoliyat turlari evaziga mijozlardan keluvchi daromadlar oqimi koʻpayadi?

Faoliyat turlarining asosiy toifalari boʻlib quyidagilar hisoblanadi:

- ishlab chiqarish faoliyati;
- muammolarni hal etishga qaratilgan faoliyat turlari;
- mijozlar jamoasini shakllantirishga qaratilgan faoliyat turlari.

Biznes-jarayonlar faqat ishlab chiqarish jarayonlari bilan chegaralanmasligini tushunish muhimdir. Mijozlar bilan aloqalar o‘rnatishning marketing va shu kabi boshqa usullariga ham e’tibor qaratish lozim.

Ostervalder modelining “Asosiy hamkorlar” (key partners) blokida kompaniya faoliyatini amalga oshirishda ijobiy ta’sir ko‘rsatuvchi va faol hamkorlik qiluvchi biznes-hamkorlar bayon qilinadi. Blokning asosiy savollari quyidagilar hisoblanadi:

1. Kompaniyaning asosiy hamkorlari kimlar?
2. Kompaniyaning asosiy ta’minotchilari kimlar?
3. Kompaniya hamkorlardan qaysi asosiy resurslarni sotib oladi?
4. Kompaniyaning hamkorlari tomonidan amalga oshiriladigan asosiy faoliyat turlari nimalardan iborat?

Hamkorlarni rag‘batlantirishning asosiy yo‘llari quyidagilardan iborat:

- Hamkorlikni optimallashtirish va xarajatlarni kamaytirish;
- Hamkorlikda yuzaga keluvchi xatarlarni pasaytirish;
- Aniq resurslarni xarid qilish.

Hamkorlar bilan aloqalar, ulardan faqatgina, resurslarni xarid qilishdan iborat emas. Bunday munosabatlar uzoq muddatli hamkorlik asosni tashqil etadigan yaxshi tuzilgan biznes-jarayonlarni talab qiladi

“Xarajatlar tarkibi” bloki Ostervalder modeli sarf-xarajatlar qismining so‘nggi bo‘lagi hisoblanadi. Ushbu blokda kompaniyaning faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan xarajatlarni tavsiflaydi. Quyidagilar blokning asosiy savollari hisoblanadi:

1. Kompaniyaning biznesidagi eng muhim xarajatlar qaysilar?
2. Qaysi resurslar ko‘p xarajat talab qiladi?
3. Qaysi faoliyat turlarini amalga oshirish kompaniyaga nisbatan ko‘p xarajatli hisoblanadi?

Xarajatlarning asosiy turlari quyidagilar hisoblanadi: 1) doimiy xarajatlar; 2) o‘zgaruvchan xarajatlar; 3) ko‘lam bo‘yicha tejash imkoniyati.

Bundan tashqari, xarajatlarni tejash va ularni optimallashtirish yoki mijozlar uchun taklif narxini oshirish yo‘li bilan biznes

imkoniyatlarini kengaytirish imkoni mavjudligini ham muhim ahamiyat kasb etadi.

5. Biznes-modelni biznes-rejaga aylantirish

Innovatsion loyihaning biznes-rejasi – bu mazkur loyihaning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi borasida amalga oshirilishi zarur bo‘lgan harakatlarning bosqichma-bosqich yo‘riqnomasi, harakatlar dasturini ifoda etuvchi hujjatdir. Biznes-modelining tahlili biznes-reja tuzishning asosini tashqil etadi. Biznesni rejalashtirish jarayoni uni tashqil etishning asosiy jihatlari va holatlarini tizimlashtirish va tartibga solishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘yadi. Hujjatning aniq bir tuzilmaga ega bo‘lishi har qanday kishiga batafsil o‘rganishga vaqt sarflamasdan biznes-rejada ko‘zda tutilgan holatlar borasida yaqqol tasavvurga ega bo‘lish imkonini beradi. Odatda, biznes-rejalar uzoq va ko‘p bosqichli professional tekshiruvlardan o‘tadi, unda ekspertlar biznes-rejalarning mazmunini sinchkovlik bilan o‘rganibgina qolmasdan, ularni o‘zaro taqqoslashlariga ham to‘g‘ri keladi.

Shuning uchun biznes-rejani ishlab chiqishda hujjatning rasmiy tuzilmasiga rioya qilish va har bir bo‘limni to‘ldirish bo‘yicha umum e’tirof etilgan talablarni bajarish muhimdir. Ko‘zda tutilgan maqsad va vazifalarga bog‘liq ravishda biznes-rejaning ikkita asosiy yo‘nalishi mavjud:

1) ichki foydalanish uchun tuzilgan va bozor ehtiyojlariga hama zarur resurslarni olish imkoniyatlariga muvofiq yaqin va uzoq kelajak uchun biznesni rivojlantirish strategiyasini ifodalovchi biznes-rejalar. Bunday holda, biznes-rejaning maqsadi loyihaning hayotiyiligini, maqsadli natijalarga erishishning haqqoniylik darajasini baholashdan iborat bo‘ladi;

2) potensial investorlarni yoki kredit resurslarini jalb qilish maqsadida tashqi foydalanuvchilarga mo‘ljallangan biznes-rejalar.

Biznes-reja asosida quyidagi asosiy vazifalar hal etiladi:

- kompaniyaning uzoq va qisqa muddatli maqsadlarini, ularni amalga oshirish strategiyasi va taktikasini shakllantirish;

- faoliyatning muayyan yoʻnalishlarini, istiqbolli sotuv bozorlarini va ushbu bozorlarda kompaniyaning oʻrnini aniqlash; kompaniyaning marketing strategiyasini belgilash;
- mahsulotni ishlab chiqarish va sotish uchun zarur boʻlgan xarajatlarni baholash;
- kompaniya jamoasining belgilangan maqsadlarga erishish boʻyicha talablarga muvofiqligini baholash;
- moddiy va moliyaviy resurslarning mavjudligi va yetarliligini aniqlash va loyihaning potensial rentabellik darajasini aniqlash;
- xatarlarni tahlil qilish.

Biznes-rejaning namunaviy tuzilishi odatda quyidagi qismlardan tashqil topadi:

1. Rezyume (loyihaning qisqacha tavsifi).
2. Loyiha tashabbuskori (alohida shaxs + jamoa + korxonona)
3. Mahsulot tavsifi.
4. Bozorni tahlil qilish.
5. Marketing rejasi.
6. Ishlab chiqarish rejasi.
7. Tashkiliy reja.
- 8 Moliyaviy reja va samaradorlik tahlili.
9. Investitsiya rejasi.
10. Xatarlarni tahlil qilish.

Agar biznes-reja tashqi foydalanuvchilar uchun tuzilgan boʻlsa, unda investorni jamoa, daromadning qanday va qayerda paydo boʻlishi, potensial bozorning mavjudligi, kompaniyaning oʻsish potentsiali, barcha axborot manbalarini oson qoʻlga kiritish kabi savollar qiziqtirishini albatta inobatga olish talab etiladi. Biznes-reja oʻquvchi uchun loyiha haqida maksimal obyektiv va ishonchli maʼlumotlarni imkon qadar qisqa, lekin ayni paytda batafsil, ishonchli shaklga yetkazishi kerak. Hujjatning koʻp qirrali xususiyati va biznes-rejaning potensial foydalanuvchilarining turli-tumanligini hisobga olgan holda, axborotni murakkablashtiradigan professional soʻzlar va maxsus atamalardan foydalanmasdan, eng keng tarqalgan shaklda taqdim etish kerak. Biznes-rejalarda koʻrgazmali materiallardan foydalanish ham maʼqul hisoblanadi.

Biznes-rejalarni uch yildan besh-yilgacha boʻlgan istiqbolli muddatga tuzish tavsiya etiladi. 1 va 2-yillik biznes-rejalarda

ko'rsatkichlarni choraklar va yoki oylar kesimida ko'rsatish ma'qul hisoblanadi, agar biznes-reja 3-yildan ortiq muddatga tuzilgan bo'lsa, u holda yillik ko'rsatkichlar bilan kifoyalanish mumkin. Biznes-reja tuzayotganda, u narsalarning haqiqiy holatini aks ettirishi kerakligini va bu yerda ortiqcha bo'rttirishlar va xayoliy narsalarga joy yo'qligini anglab etish lozim. Har qanday prognoz amalda mavjud ma'lumotlarning to'liq hajmini chuqur va professional o'rganishga asoslangan bo'lishi kerak.

Nazorat savollari

1. Biznes g'oyalari ijodiy shakllantirish algoritmining mohiyati nimadan iborat?
2. Biznes-modelning uch asosiy bosqichlarini sanab bering?
3. M.Jonson, K.Kristensen, X.Kagermann metodologiyasiga muvofiq biznes-modelning mohiyatini aniqlashtiring. Asosiy bloklar haqida ma'lumot bering?
4. A. Ostervalder yondashuvining mohiyati nimadan iborat. Bloklarni to'ldirish tartibini tushuntiring?
5. Biznes-rejalarni tuzishdagi ikki asosiy yo'nalish to'g'risida tushuncha bering?
6. Biznes-reja asosida hal etiladigan asosiy vazifalarni yoritib bering?
7. Biznes-rejaning namunaviy tuzilishi. Biznes-reja bo'limlarini tavsiflang?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, "O'zbekiston" NMIU, 2017-yil.
2. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
3. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi "2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini

innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 22.09.2018 y.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7 maydagi "Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori // Xalq so'zi. 08.05.2018 y.

6. Гуриева Л.К. Эволюция теории инновационного развития экономики: основные подходы и концепции: Монография / под ред. докт. экон. наук, проф. С.Г.Тяглова; Сев.-Осет.ун-т. Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2005

2. Кондратов Н.Д. Динамика промышленных и сельскохозяйственных цен // Вопросы конъюнктуры. 1928. Т. 4.

3. Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекции // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.

4. Кушлин В.И. Структурные преобразования в экономической политике. // Структурная перестройка экономики и экономический рост. М., 1999.

5. Маевский В. Эволюционная теория и экономический прогресс. – Вопросы экономики, 2001, №11.

6. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. М.: Прогресс, 1987.

7. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004.

8. Янсен Ф. Эпоха инноваций. – М.: ИНФРА-М, 2002.

9. Экономика инноваций. Курс лекций. Москва., МАКС Пресс, 2014.

10. Schumpeter, J.A., 1934. Theory of economic development. Harvard University Press, Cambridge, MA

11. Veblen, T., 1915. Imperial Germany and the Industrial Revolution. Macmillan, New York

12. <http://www.claytonchristensen.com/key-concepts/>

7-MAVZU. MILLIY IQTISODIYOTNING INNOVATSION SALOHIYATI VA UNDA FOYDALANISH

Innovatsion iqtisodiyot shakllanishi ko'p darajali institutlar tizimining o'zaro ta'siri oqibatida vujudga keladi, ya'ni ilm-fan, moliya, davlat boshqaruvi, madaniyat institutlari va boshqalar.

K.Frimen

Reja:

1. Innovatsion salohiyatning mazmuni, tarkibi va amal qilish tamoyillari.
2. Innovatsion salohiyat shakllanishi va uning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar.
3. Innovatsion salohiyatdan foydalanish darajasini baholash uslubiyati va uning O'zbekistonda qo'llanilishi.
4. Innovatsion salohiyatdan samarali foydalanishning xorij tajribalari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion salohiyat, ishlab chiqarish infratuzilmasi, hududning innovatsion salohiyati, tarmoqning innovatsion salohiyati, korxonaning innovatsion salohiyati, ilmiy-texnikaviy salohiyat, investitsion salohiyat, resurs salohiyati, intellektual salohiyat, iste'molchilik salohiyati, infratuzilma salohiyati, innovatsion salohiyat komponenti, intellektual mulk, moddiy-texnik baza, axborot, ilm-fan.

1. Innovatsion salohiyatning mazmuni, tarkibi va amal qilish tamoyillari

Bozor iqtisodiyoti sharoitidagi innovatsion faoliyatning muhim jihati ishlab chiqaruvchining imkoniyatlariga emas, balki iste'molchining talablariga qarab ish yuritilishidir. Ushbu faoliyatning asosini «tadqiqot-ishlab chiqarish-iste'mol» sikli tashqil qiladi. Umumiy holda jamiyat manfaatlariga yo'naltirilgan

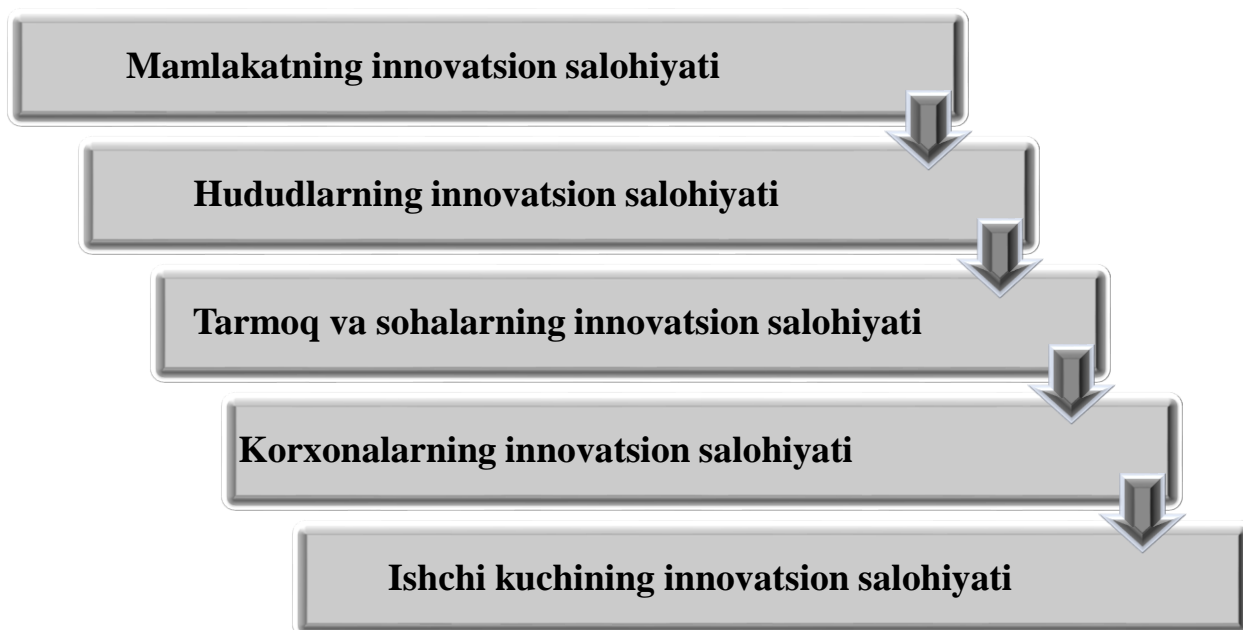
bozorni ishlab chiqaruvchi va iste'molchining muayyan o'zaro iqtisodiy munosabatlariga asoslanadigan mahsulotni sotish sohasi deb baholash mumkin. Uning maqsadi jamiyat ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishdan iboratdir.

Jahonning rivojlangan mamlakatlarida innovatsion salohiyat iqtisodiy rivojlanishning asosiy manbasi sifatida qaraladi va milliy boylikning tarkibiy qismi hisoblanadi. Milliy iqtisodiyotda innovatsion salohiyatni shakllantirish, qo'llash, uning mexanizmlarini joriy qilish va undan samarali foydalanish muammolari hozirgacha o'z dolzarbligini saqlab qolmoqda. Shunday ekan, innovatsion salohiyatdan samarasiz foydalanish raqobatbardosh, ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotining rivojlanish jarayonini sekinlashtiradi va mamlakatning iqtisodiy o'sish sur'atlarini pasaytiradi.

Innovatsion salohiyat deganda iqtisodiy salohiyatning tarkibiy qismi bo'lib, iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarida yuqori samaraga erishish, ishlab chiqarish infratuzilmasini o'zgartirib, mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida yuqori texnologiyali, raqobatbardosh mahsulotlar hajmini oshirishi mumkin bo'lgan ilmiy-texnik salohiyatga yo'naltirilgan tuzilmaviy unsur tushuniladi.

Innovatsion salohiyat resursli hamda natijali komponentlarni o'zida mujassam qiladi. Resursligi innovatsion salohiyat shakllantirilishi bilan bog'liq bo'lib, o'z ichiga moliyaviy, moddiy va xodimlar bilan bog'liq tarkibiy qismlarni oladi. Moliyaviy tarkibiy qism ilmiy sohaga kiritilgan moliyaviy qo'yimlarning hajmi bilan tasniflanadi. Moddiy tarkibiy qism esa, ilmiy sohadagi asosiy va aylanma kapital holatiga qarab belgilanadi. Xodimlar bilan bog'liqlik mehnat resurslarining soni va sifati, ilmiy faoliyat bilan bandligi hamda mehnat unumdorligi bilan belgilanadi.

Natijali komponent innovatsion salohiyatdan samarali foydalanish bilan bog'liq bo'lib, innovatsiyalarning soni hamda milliy iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlaridagi innovatsion faollik va yuqori iqtisodiy samaradorlik darajasiga qarab aniqlanadi. Mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy tizimining innovatsion salohiyati hududlar, tarmoqlar, sohalar, korxonalar va insonlarning innovatsion salohiyatlari jamlanmasini o'zida mujassamlashtiradi.



7.1- rasm. Milliy innovatsion salohiyat.

Mamlakatning innovatsion salohiyati bir tomondan, innovatsion faoliyatni tashqil etish uchun muhim bo'lgan mamlakatdagi mavjud yalpi resurslarni, ikkinchi tomondan - takror ishlab chiqarish jarayonida innovatsion faoliyatni tashqil etish, barcha innovatsion imkoniyatlarni turli xo'jalik subyektlari faoliyatida iqtisodiy munosabatlar tizimini shakllanishidan iborat bo'ladi.

Hududning innovatsion salohiyati tarmoq va korxonalar innovatsion salohiyatlarining birlashish yo'li bilan hosil bo'ladi. Hududning innovatsion salohiyati uning yalpi innovatsion imkoniyatlari, takror ishlab chiqarish jarayonida innovatsion faoliyatini amalga oshirish bo'yicha iqtisodiy munosabatlar tizimi va hududning yalpi innovatsion resurslari bilan ifodalanadi.

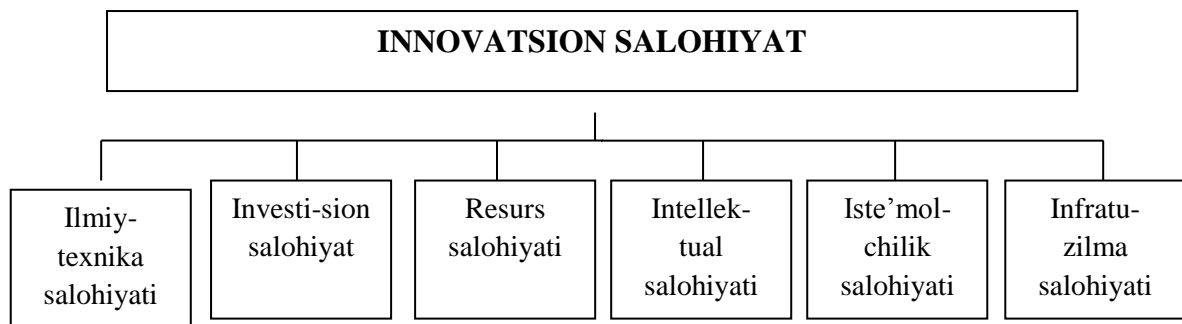
Tarmoqning innovatsion salohiyati deganda iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarida innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqarish va tarmoqlar innovatsion imkoniyatining shakllanishi bo'yicha turli xo'jalik faoliyatidagi subyektlarning takror ishlab chiqarish jarayonidagi innovatsion faoliyatni amalga oshiruvchi iqtisodiy munosabatlar tizimi tushuniladi.

Innovatsion salohiyat korxonalar darajasida iqtisodiy munosabatlar tizimini turli xo'jalik faoliyatidagi subyektlar takror ishlab chiqarish jarayonida innovatsion faoliyatni amalga oshirishi

uchun korxonaning innovatsion shakllanishini ifodalaydi. Ushbu imkoniyat korxonaning innovatsion resurslari jamlanmasi bilan ta'minlanadi.

Cheklangan resurslar sharoitida mavjud salohiyatdan samarali foydalanish va yangi tovar hamda xizmatlar ishlab chiqarishga yo'naltirish davr talabi bo'lib qolmoqda. Innovatsion salohiyatni turli darajalarda tahlil qilish mumkin: makro darajada (mamlakat miqyosida), mezodarajada (tarmoq yoki soha miqyosida) va mikro darajada (korxonalar miqyosida).

Makro darajada innovatsion salohiyat mamlakatdagi innovatsion faoliyat uchun zarur bo'lgan barcha moddiy va nomoddiy ne'matlarni yig'indisi bo'lib quyidagi elementlardan iborat:



7.2-rasm. Iqtisodiy tizimning innovatsion salohiyatini tarkibiy qismlari.

Rasmdagi ma'lumotlarga ko'ra, iqtisodiyotda innovatsion salohiyatdan samarali foydalanish uchun ilmiy-texnikaviy, investitsion, ya'ni innovatsion faoliyatga yo'naltiriladigan moliyaviy imkoniyatlarni; intellektual va iste'molchilik salohiyatni, resurs salohiyatini, ya'ni texnologiyalar, uskunalar, asosiy fondlar, mehnat resurlari, axborot resurslarni innovatsion faoliyatga yo'naltirish va rivojlantirish zarur. Bu yerda intellektual salohiyat deganda, innovatsiyalarni joriy etishga yetarli bo'lgan insonlarning aqliy qobiliyatlari tushuniladi. Iste'molchilik salohiyati yangi va takomillashtirilgan mahsulotlarga nafaqat ehtiyoj, balki pul bilan qoplangan talabning mavjudligini anglatadi. Infratuzilma salohiyati esa, innovatsion jarayon uzluksizligini ta'minlaydi va o'z ichiga

ishlab chiqarish, ijtimoiy, innovatsion infratuzilma obyektlarini qamrab oladi.

Innovatsion salohiyatni makrodarajada tahlil qiladigan bo‘lsak, milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyati ish samaradorligini yanada sifatli, innovatsion asosda amalga oshiradigan jami obyektiv sharoitlari (imkoniyatlari)ni to‘laligicha o‘zida aks ettiradi.

Uning tarkibiy qismlari quyidagilar.

1. Iqtisodiyot tarmoqlarining innovatsion mahsulotlarini ishlab chiqarishga yo‘naltiradigan ilmiy-texnik salohiyat.

2. Milliy iqtisodiyotda innovatsion rivojlanishning resurs salohiyati:

- zamonaviy ishlab chiqarish mashinalari va uskunalari;
- mavjud materiallar va xomashyo;
- innovatsion rivojlanishni ta‘minlaydigan axborot resurslari;
- innovatsiyada bevosita novatsiyani qamrab oluvchi inson resurslari;

3. Iqtisodiyotda innovatsion jarayonlarni moliyalashtirish imkoniyati sifatida qaraladigan investitsion salohiyat.

4. Innovatsion jarayonning ehtiyojlarini qondirish imkoniga ega bo‘lgan industrial, ijtimoiy va innovatsion infratuzilmani ifodalovchi infratuzilmaviy salohiyat.

5. Inson resurslarining tashabbuskorlik, innovatsiyalarni amaliyotga tatbiq etish, innovatsion jarayonni amalga oshirish va innovatsiyalarni to‘g‘ri qabul qilish qobiliyatlarini o‘zida mujassamlashtiruvchi intellektual salohiyat.

6. Iqtisodiy tizimning iste‘molchi salohiyati iste‘molchilarning ehtiyojlarini qondirish darajasi va yaratish imkoniyati, samarali talabning mavjudligi sifatida namoyon bo‘ladi.

7. Tadbirkorlik salohiyati innovatsion jarayonda ishtirok etuvchilar tomonidan innovatsion g‘oyalarni amaliyotga tatbiq etuvchisi sifatida qaraladi.

Tarmoq darajasidagi innovatsion salohiyat ular faoliyatining davomiyligidan va rivojlangan texnologiyalar ta‘siridan kelib chiqqan holda tarmoqlarning mustaqil ravishda rivojlanish imkoniyatlarini belgilab beradi. O‘z navbatida, tarmoqlarning ilmiy-texnik salohiyati, ustuvor tarmoqlarda amaliyotga tatbiq etish uchun innovatsion resurslarni ishlab chiqish bilan tavsiflanadi.

Tarmoq darajasida resurs salohiyati korxonalar va sanoatning innovatsion rivojlanish talablariga mos keladigan imkoniyat sifatida quyidagi tarkibiy qismlar orqali amalga oshiriladi:

- sanoatning umumiy aktivlari (ishlab chiqarish mashinalari, uskunalari);

- mavjud xomashyo va materiallar (aylanma mablag‘lar);

- axborot resurslari,

- sanoat korxonalaridagi jami bo‘sh turgan moliyaviy resurslari;

- innovatsion jarayonni amalga oshirish imkoniyatiga ega bo‘lgan ishchi kuchi resurslari.

Tarmoqlardagi ishchi kuchi resurslarining tashabbuskorligi, tadbirkorlik layoqati, yangiliklarni amaliyotga joriy etishi, innovatsion jarayonlarni amalga oshirish va uni yaxshi qabul qila olish imkoniyatlari intellektual salohiyat hisoblanadi.

Tarmoqning iste‘mol salohiyati ularning mahsuloti egallagan bozor segmentini saqlab qolish va uning hajmini oshirish imkoniyati hamda iste‘molchining ushbu mahsulotlardan yuqori darajada nafillikka erishishi sifatida qaraladi.

Hozirgi kunda ilmiy-texnikaviy sohaning, ya‘ni fan, ta‘lim, texnika taraqqiyoti, texnologiya bozorining rivojlanishi iqtisodiy o‘rnatilgan barqaror davom etishi uchun asos yaratib, ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal qilishda muhim omillardan biri sanaladi. Innovatsion salohiyat jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida imkoniyatlarni kengaytiradi, kapital va tabiiy resurslarni tejaydi. Boshqa sharoitlar o‘zgarmagan holatda fan texnika taraqqiyoti hamda ishchi kuchi innovatsion faolligi qanchalik yuqori bo‘lsa, jamiyatda ham shuncha katta innovatsion salohiyat vujudga keladi.

Innovatsion salohiyat tushunchasi iqtisodiy kategoriya sifatida qaraladi. Iqtisodiy salohiyatning ajralmas qismi sifatida innovatsion salohiyat ishlab chiqarish kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlari o‘rtasidagi murakkab mexanizm bilan belgilanadi. Bundan kelib chiqqan holda innovatsion salohiyat: bir tomondan, innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan turli xil resurslar to‘plami; ikkinchidan, turli xo‘jalik yurituvchi subyektlarning iqtisodiy munosabatlar tizimini takomillashtirish jarayonida

innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun umumiy innovatsion salohiyatni shakllantirishga qaratilgan majmua hisoblanadi.

Innovatsion salohiyat – har qanday tizimda jamiyat rivojlanishi uchun foydalanilishi mumkin bo‘lgan iqtisodiy resurslarning miqdori hisoblanadi. Ushbu iqtisodiy resurslar uchta asosiy sektor o‘rtasida taqsimlanadi: ilmiy-texnik, ta’lim, investitsion. Ushbu taqsimot natijasida ilmiy-texnik salohiyat, ta’lim salohiyati va investitsion salohiyat shakllantiriladi. Ushbu segmentlarning jamlanmasi makroiqtisodiy darajada innovatsion salohiyatini tashqil etadi.

Innovatsion salohiyatning tuzilishini uchta tarkibiy qism (resurs, ichki va natijali) bir-birining o‘rnini egallashi, to‘ldirishi va birlashishi bilan ifodalanadi hamda ularni qo‘llash jarayonida yagona tarkibiy qism sifatida namoyon bo‘ladi.

Biroq innovatsion salohiyatning taklif etilayotgan tuzilmasi to‘liq emas, chunki u innovatsion faoliyatni tashqil etishning zamonaviy shakllarini va innovatsion faoliyatni boshqarishning cheklangan darajadali, ilm-fan materiallari yoki intellektual mahsulot, shuningdek, ilmiy muassasalar, loyiha tashqilotlari va innovatsion korxonalar tarmoqlarini (innovatsion salohiyatning tashqiliy komponent) o‘z ichiga olmaydi.

Innovatsion salohiyatning asosi – xodimlar, tashqiliy, moddiy va texnik axborot, boshqaruv va moliyaviy komponentlar, shuningdek, ilmiy-texnik komponentlari hisoblanadi.

Innovatsion imkoniyatlarning komponentlari

7.1-jadval

	Komponentlar	Mazmuni
1	Moliyaviy komponent	Mintaqaviy va tarmoq dasturlari hamda maxsus maqsadli dastur va shartnoma-buyruqlar, ustuvor tarmoqlarning buyurtmalari doirasida moliyalashtirilishi
2	Moddiy va texnik	Zamonaviy innovatsion va axborot texnologiyalari, kompyuter tizimlari, zamonaviy uskunalari;

komponent	materiallar, laboratoriya va ofis uskunalari
-----------	--

7.1-jadvalning davomi

3	Xodimlar tarkibi	tashqilotchi olimlar va mutaxassis olimlar: ularning soni, bilim sohalari bo'yicha tuzilishi, malakasi
4	Axborot komponenti	ilmiy va texnik adabiyot, patentlar, ixtirolar, yangi yuqori texnologiyalar, tizimlar va jihozlar bo'yicha, mamlakatdagi, shu bilan bir qatorda, xorijiy davlatlardagi innovatsiyalar va innovatsiya faoliyati to'g'risida turli xil ilmiy axborot va ma'lumotlar to'plami; milliy va xalqaro axborot tarmoqlariga kiritilgan kompyuter tizimlari;
5	Tashkiliy komponent	ilmiy muassasalar tarmog'i, loyihalashtiruvchi tashqilotlar va innovatsion korxonalar
6	Boshqaruv komponenti	moddiy va intellektual mahsulot ishlab chiqarish qobiliyatiga ega bo'lgan innovatsion faoliyatni tashqil etish va boshqarishning zamonaviy shakllari
7	Ilmiy-texnik komponent	ixtirolar, tovar belgilari va xizmat ko'rsatish belgilari, sanoat namunalari, modellar, nou-xau, innovatsion dasturlar va loyihalar

Sanoat va ilmiy-texnik tashqilotlarning innovatsion salohiyati to'rt qismdan iborat:

1.Xususiyl ishlanmalar va ixtirolarning ilmiy-texnik jarayonning uzluksizligini ta'minlash uchun tayyorlab qo'yilgan zaxirasi;

2.Korxonalar va tashqilotlarning o'z infratuzilmasini ta'minlovchi innovatsion imkoniyatlar.

3.Innovatsion salohiyatni sanoat korxonalarida jamlangan salohiyatning boshqa qismlari bilan hamkorligini aks ettiruvchi va innovatsion sikl natijali bo'lishini ta'minlashga ta'sir etadigan tashqi va ichki omillar.

4.Innovatsion madaniyat darajasi, korxonalar va tashqilot xodimlarining yangiliklarni qabul qilish darajasi, uning innovatsiyalarni yangiliklar sifatida kiritilishiga tayyorligi va imkoniyatlari.

Innovatsion salohiyatning unsurlari sifatida quyidagilarni ajratib ko'rsatish mumkin:

1. Innovatsiyaga mo'ljallangan qismlar.
2. Malakali kadrlar tarkibi.
3. Moliyaviy resurslar (boyliklar).
4. Moddiy-texnik ta'minlanish.
5. Intellektual (aqliy) mulk.
6. Innovatsion faoliyat natijalarini yuksaltirishning qo'shimcha manbalari.

Innovatsion salohiyatni shakllantirish va kengaytirish omillariga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Insonning tasavvur kuchi va ijodiy imkoniyatlari (qobiliyatlari).
2. Tadqiqotlar va ishlanmalarning foydaliligi.
3. G'oyalar, ixtirolar, ishlab chiqarish va savdo sirlarini himoya qilish.
4. Ilk mablag' (kapital)larning miqdori.
5. Zarur vositalarni sotib olish imkoniyatlari.
6. Ishchi kuchining soni va tarkibi.
7. Raqobat.
8. Iqtisodiy sharoitlar va hukumat me'yoriy-huquqiy tizimining boshqarilishi va rivojlanish tendensiyalarini oldindan aytib berish imkoniyatlari.

Innovatsion salohiyatni resursli, natijali va ichki tuzilmalarning jamlanmasi sifatida ta'riflaydi.

Yuqorida innovatsion salohiyat tarkibiy tuzilishiga oid yondashuvlardan kelib chiqib xulosa qilish mumkinki, ularda innovatsion salohiyat tuzilishini yoritishda bir qator unsurlarni e'tibordan chetda qoldirgan. Chunki, ular ishlab chiqarishni tashqil qilishning zamonaviy shakllari, jarayonlarni innovatsion faoliyat bilan boshqarishning eng oxirgi, ilmga boy, moddiy yoki aqliy mahsulotlarni (innovatsion salohiyat tuzilishini boshqaradigan), shuningdek, ilmiy muassasalar, loyiha-konstruksiyalash tashqilotlari va innovatsion korxonalar tarmog'ini (innovatsion salohiyatni tuzilishini tashqil etadigan) e'tibordan chetda qoldirishgan.

Innovatsion salohiyat asosini, malakali kadrlar, professional tashqiliy tuzilma, moddiy-texnik baza, kuchli axborot manbalari,

zamonaviy boshqaruv usullari, moliyaviy barqarorlik va ilmiy-texnik tuzilmalarni tashqil qiladi.

Innovatsion salohiyatning mohiyati uning quyidagi vazifalarida namoyon bo'ladi:

1. Ilmiy vazifa. Bunda innovatsion salohiyat fanning rivojlanishiga, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning yangi qonuniyat va tamoyillari yaratilishiga hamda yangi sohalarga yo'l ochilishiga ko'maklashadi, shuningdek, g'oyalar generatori sifatida harakat qiladi.

2. Texnik vazifa. Bunda innovatsion salohiyat yangilangan, mukammallashtirilgan mahsulot yaratish vositalarini ishlab chiqarish va o'zlashtirishga imkon beradi.

3. Ijtimoiy vazifa. Bunda innovatsion salohiyat mehnat sharoitlarini yaxshilash, sog'liqni saqlash, ta'lim, madaniyat sohalaridagi mavjud muammolarni hal etishga yo'naltiriladi.

Birlashgan millatlar tashqilotining YuNKTAD bo'linmasi innovatsion salohiyatning uchta tarkibiy qismlarini alohida ajratib bergan:

a) innovatsiyalarga bo'lgan sarmoyalar, ya'ni innovatsion faoliyatni rag'batlantirish uchun qo'llanilgan chora-tadbirlar va investitsiyalar;

b) davlat tomonidan amalga oshirilgan innovatsion faoliyat va fundamental tadqiqotlar natijalari;

v) xususiy sektor tomonidan amalga oshirilgan ilmiy-texnologik faoliyatning amaliy natijalari.

Mazkur uchta yo'nalishdagi tahlillar milliy innovatsiya tizimining kuchli va zaif tomonlarini aniqlashda YuNKTAD mutaxassislari tomonidan tavsiya etilgan.

Rivojlanish salohiyati mamlakatning imitasion texnologik rivojlanish imkoniyatini belgilaydi. Uning asosiy tarkibiy qismlari bo'lib, xalqaro savdo uchun milliy tizimning ochiqligi, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, litsenziyalash va ishchi kuchi salohiyati hisoblanadi.

Shuni ta'kidlash kerakki, ushbu unsurlar nafaqat innovatsion rivojlanish, balki mamlakat iqtisodiyotining jadal rivojlanishi uchun ham ahamiyatlidir.

Bundan tashqari, innovatsion salohiyatni oshirishda makroiqtisodiy barqarorlik, intellektual mulk huquqlarini himoya qilish tizimi va iqtisodiyotdagi raqobat muhiti ham muhim rol o'ynaydi. Intellektual mulk huquqlarini himoya qilish innovatsiyalarni rag'batlantiradi va ularning ijodiy sa'y-harakatlari, energetikasi va moliyaviy kapitalini investitsiyalash uchun yetarli darajada rag'batlanganligini ta'minlaydi.

Milliy iqtisodiyotni rivojlantirish uchun mamlakatning ilmiy-texnik va innovatsion salohiyatini barqaror saqlash hamda rivojlantirish zarur. Buning uchun quyidagi yo'nalishlar bo'yicha chora-tadbirlar amalga oshirilishi lozim bo'ladi:

- milliy iqtisodiyotning turli sohalarida to'plangan ilmiy-texnik salohiyatni restrukturizasiyalashtirish;
- amaldagi qonunchilikka innovatsion sohadagi faollikni yanada jadallashtirish uchun qulay shart-sharoit yaratib beradigan yangi o'zgartirishlar kiritish;
- ilm-fanni rivojlantirish va innovatsiyalarni yaratish uchun qarovsiz qolgan, maqsadga muvofiq ravishda ishlatilmayotgan mulk hisobidan alohida jamg'arma yaratish;
- qiymati yuqori bo'lgan asbob-uskunalardan foydalanib, ilm-fan yutuqlaridan keng ko'lamda foydalanish asosida mahsulot ishlab chiqaruvchi subyektlarini qo'llab-quvvatlash uchun lizing mexanizmlarini jadal rivojlantirish;
- innovatsion faoliyat ko'lamlarini kengaytirish hamda respublikada kapital bozorini shakllantirib, uni rivojlantirish uchun bank kreditlarini jalb etish mexanizmlarini yanada takomillashtirish;
- respublika miqyosida yaratiladigan innovatsion loyihalarni ro'yobga chiqarish bilan bog'liq bo'lgan barcha ishlarni muvofiqlashtirib, boshqarib turadigan maxsus innovatsion markazlarni yaratish;
- respublikaning eng bilimli, tajribali, professional ilmiy-texnik xodimlari, olimlari va mutaxassislaridan tarkib topadigan innovatsion loyihalarni ishlab chiqib, ularni ro'yobga chiqarish bilan bog'liq chora-tadbirlarni rejalashtiradigan, keyinchalik, ushbu faoliyatni boshqarib turadigan institutni yaratish maqsadga muvofiqdir.

2. Innovatsion salohiyat shakllanishi va uning o‘zgarishiga ta’sir qiluvchi omillar

Innovatsion salohiyatini obyektiv ravishda, har tomonlama tadqiq qilish jarayonida unga ta’sir qiluvchi omillarni aniqlash va tasniflash muammosi vujudga keladi. Mazkur muammo dolzarb bo‘lishiga qaramasdan, hozirgi kungacha yetarli darajada o‘rganilmagan.

Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanish darajasini mamlakatda innovatsion salohiyat oshishiga ta’sir qiluvchi omillar belgilab beradi. Omil deganda, innovatsion iqtisodiyotning rivojlanish sur’ati va xarakteriga ta’sir qilishi mumkin bo‘lgan shart-sharoitlar tushuniladi. Mazkur yondashuvga ko‘ra, innovatsion jarayon unga bog‘liq bo‘lgan bir qator omillarning o‘zaro ta’siri natijasi hisoblanadi.

Mamlakatda innovatsion salohiyatning shakllanishi va amalga oshirilishi ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalaridan boshlab, ijtimoiy ishlab chiqarish yoki innovatsion texnologiyalarni qo‘llashni o‘z ichiga oluvchi, innovatsion jarayonlarni jadallash-tiruvchi omil va shart-sharoitlar majmuasiga bog‘liqdir.

Innovatsion salohiyat yakuniy bosqichda turgan mavjud innovatsion loyihalar hamda innovatsion faoliyatni rivojlantiruvchi barcha bo‘g‘inlarni birlashtiruvchi infratuzilma sifatida ifodalanadi.

Ushbu muammo bo‘yicha tadqiqot olib borayotgan bir qator mualliflarning fikriga ko‘ra, innovatsion salohiyatni oshirishni rag‘batlantiruvchi yoki sekinlashtiruvchi omillar global, makro, mezo va mikrodarajalarda ta’sir ko‘rsatadi.

Global darajada ta’sir qiluvchi omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- bilimlarning samarali transferi, xalqaro miqyosda tajribalar almashinuvi, innovatsiyalar keng tarqalishiga yordam beruvchi loyihalarni amalga oshirish jarayonlari va shu kabilar. Buning natijasida har qanday innovatsion tovar va xizmatlar ishlab

chiqaruvchi iqtisodiyot subyektlari uchun istiqbolda jahon bozoriga chiqish imkoniyati tugʻiladi;

- yaratilayotgan innovatsiyalarning tegishli sohalardagi texnologik jarayonlar bilan integratsiyalashuv qobiliyati mavjudligi.

Makro va mezo darajadagi omillar innovatsion loyihalarni amalga oshirish samaradorligini belgilab beradi. Davlat va hududiy boshqaruv organlarining asosiy vazifasi innovatsion sohaga investitsiyalar oqimi uchun qulay iqtisodiy, siyosiy va huquqiy sharoitlar yaratishdir. Makrodarajadagi innovatsion faoliyatning rivojlanishi hududiy iqtisodiyot hamda butun mamlakat iqtisodiyotining oʻsish nuqtasini shakllantiruvchi samarali hududiy tizimlarning rivojlanishi orqali sodir boʻladi.

Hozirgi kunda milliy iqtisodiyotda innovatsion faoliyat rivojlanishiga toʻsqinlik qiluvchi omillar ham mavjud boʻlib, ular texnologik ishlanmalar va ilmiy tadqiqotlarni moliyalashtirishning past darajasi, yosh olimlarning moddiy va moliyaviy jihatdan yetarli darajada qoʻllab-quvvatlanmasligi hamda innovatsion obyektlarning yetarli axborot bilan taʼminlamayotganligida oʻz aksini topadi.

Fikrimizcha, yuqorida koʻrsatilgan toʻsiqlarni bartaraf etish va yaratilayotgan innovatsion korxonalarni qoʻllab-quvvatlash uchun innovatsion faoliyat ishtirokchilari oʻrtasidagi turli xil shakl va darajadagi oʻzaro munosabatlarni taʼminlovchi innovatsion infratuzilma obyektlarini yaratish maqsadga muvofiqdir.

Bundan tashqari, milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyati rivojlanishiga toʻsqinlik qiluvchi omillarni ikkita guruhga boʻlib koʻrsatish mumkin:

- innovatsion salohiyatning sifat tarkibini belgilab beruvchi transformatsion omillar;

- milliy iqtisodiyotning innovatsion faoliyat bilan shugʻullanishga tayyorgarligini koʻrsatuvchi va innovatsion salohiyat mavjudligi hamda uni realizatsiya qilishni belgilab beruvchi chegaralarni ifodalovchi transaksion omillar.

Transformatsion omillarga milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyati rivojlanishiga toʻsqinlik qiluvchi omillar, yaʼni kadrlar masalasi, ilmiy, texnik-texnologik va moliyaviy cheklanishlarni kiritish mumkin. Yaʼni yuqori iqtisodiy tavakkalchilik, pul mablagʻlari tanqisligi, malakali xodimlarning yetishmasligi,

innovatsiyalarni ishlab chiqish va bozorga kiritish qiymatining yuqoriligi, moddiy va ilmiy-texnik bazaning sustligi hamda uning eskirganlik darajasining yuqoriligi innovatsion salohiyatga salbiy ta'sir qiluvchi omillardan sanaladi.

Transaksion omillar deganda, innovatsion salohiyatga salbiy ta'sir qiluvchi axborot, tashqiliy, institutsional cheklovlar tushuniladi. Ularga davlat va tadbirkorlik sektori o'rtasida ishonchli, samarali o'zaro ta'sir mexanizmlari hamda innovatsion madaniyatning mavjud emasligi, innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlovchi me'yoriy-huquqiy bazaning nomukammalligi, mamlakatda innovatsion faoliyatni rag'batlantiruvchi soliq imtiyozlari, subsidiya va boshqa preferensiyalarning yo'qligi, yangi texnologiyalar, sotuv bozorlari haqidagi axborotning yetishmasligi, innovatsion tizimda ilmiy, ishlab chiqarish va ta'lim integratsiyasi samaradorligining pastligini kiritish mumkin.

Milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyatini shakllantirish va amalga oshirishga salbiy ta'sir qiluvchi omillar ichidan iqtisodiy, ishlab chiqarish va tashqiliy omillarni ajratib ko'rsatish mumkin.

Salbiy xarakterga ega bo'lgan iqtisodiy omillar tarkibiga ishlab chiqaruvchining o'z mablag'lari yetishmasligi, davlatning moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining takomillashmaganligi, yuqori innovatsiyalarga nisbatan talab yo'qligi, innovatsion loyihalarning qoplanish muddati uzoqligi va shu kabilarni kiritadi.

Ishlab chiqarishning salbiy xarakterga ega bo'lgan omillariga mamlakatda iqtisodiyot subyektlarining innovatsion faolligi va salohiyatining pastligi, korxonalarining yangilikni qabul qilishi darajasining sustligi, mavjud va ishlab chiqilayotgan yangi texnologiyalar haqida axborotning yetarli emasligi, malakali xodimlar tanqisligi, innovatsion faoliyatni amalga oshiruvchi boshqa korxonalar va ilmiy tashqilotlar bilan kooperatsiya aloqalarining takomillashmaganligi kabilarni kiritish mumkin.

Mamlakatda innovatsion faoliyatni rag'batlantiruvchi qonunchilik va me'yoriy-huquqiy bazaning nomukammalligi, innovatsion infratuzilma obyektlari samaradorligining pastligi, innovatsion jarayonlar muddatining mavhumligi hamda texnologiyalar bozoringa rivojlanmaganligini milliy iqtisodiyot innovatsion

salohiyatini rivojlanishiga u yoki bu darajada salbiy ta'sir ko'rsatuvchi tashqiliy omillar qatoriga kiritish mumkin.

Innovatsion salohiyatni belgilab beruvchi omillar qatoriga innovatsiyalarni tatbiq etishga davlat va xususiy sektorning tayyorgarligi, tadqiqot yo'nalishlari, jamiyatning innovatsiyalar va innovatsion an'analarni qabul qila olish qobiliyati kiradi.

Omillar ichki va tashqi guruhga bo'linadi. Ichkiga institutsional munosabatlar holatini belgilab beruvchi omillar, ularga innovatsion faoliyat subyektlarining mulkchilik shakllari va obyektlarining tashqiliy-huquqiy tuzilishi, miqyosi, ularning qaysi tarmoqqa tegishli ekanligi va hokazolar. Hududiy miqyosda ushbu omillar hududlar ixtisoslashuvi, davlat va xususiy sektor o'rtasidagi mutanosiblik va shu kabilar ko'rinishida namoyon bo'ladi.

Innovatsion rivojlanish omillari

7.2-jadval

Ichki omillar	Tashqi omillar
1. Ilmiy-texnik salohiyat. 2. Subyektlarning innovatsion qobiliyati. 3. Kadrlar salohiyati. 4. Axborot resurslari.	1. Innovatsion infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi. 2. Iqtisodiyot turli sohalarining rivojlanish tendensiyasi. 3. Ma'lum bozorlarda raqobat tavsifi. 4. Innovatsiyalarga bo'lgan to'lovga qobiliyatli talab.
5. Marketing salohiyati. 6. Boshqaruv salohiyati. Moliyaviy resurslar.	5. Mamlakat va mintaqadagi ijtimoiy-iqtisodiy holat. 6. Ta'lim sifati. 7. FTT tendensiyasi. 8. Iqtisodiy rivojlanish tendensiyalari. 9. Davlatning innovatsion siyosati. Xalqaro raqobat va mehnat taqsimotining ta'siri.

Milliy iqtisodiyotda innovatsion salohiyatning ko‘lami, o‘zgarish sur‘atlari va uning ichki tarkibini belgilab beruvchi bir qator omillarni ajratib ko‘rsatish mumkin:

- ichki va tashqi bozorda mahsulotning raqobatbardoshligini oshirish maqsadida uni yangilash hamda texnik-eksplutatsion darajasini oshirish;
- xalqaro ilmiy-texnik hamkorlik sur‘atlarini jadallashtirish va shu orqali jahon bozoriga chiqish;
- ilmiy tadqiqotlar va texnik ishlanmalar natijalarini tez o‘zlashtirish va ommaviy tarqatish;
- tarkibiga ilmiy va muhandis-texnik xodimlar kiruvchi kadrlar salohiyatini saqlab qolish hamda innovatsion faoliyat bilan kam bog‘langan sohalarga yuqori malakali kadrlarning o‘tishiga yo‘l qo‘ymaslik.

Innovatsion salohiyatga ta’sir qiluvchi omillar sifatida uning tarkibiy qismlarini ajratib ko‘rsatiladi. Innovatsion salohiyat elementlarini ifodalovchi moliyaviy, ilmiy-texnik, tashqiliy, ishlab chiqarish-texnik vositalarni omillar sifatida ko‘rib chiqish mumkin. Innovatsion rivojlanishga ta’sir qiluvchi asosiy omillarni ichki va tashqiga bo‘linadi. Ichki omillarga innovatsion faoliyat subyekti bevosita o‘zi ta’sir qila oladigan omillarni kiritiladi. Innovatsion rivojlanishga ta’sir qiluvchi tashqi omillarning soni sezilarli darajada ko‘proq.

Yuqoridagilardan tashqari mamlakatda innovatsion infratuzilmaning rivojlanganligi, respublika miqyosida va uning hududlarida olib borilayotgan innovatsion siyosatini alohida ajratib ko‘rsatish mumkin. Zamonaviy sharoitlarda bu omillar subyektning innovatsion rivojlanishida va ularning innovatsion salohiyatidan foydalanish samaradorligini oshirishda muhim rol o‘ynaydi.

Innovatsion salohiyatga ta’sir qiluvchi omillar tizimi eng avvalo, tanlangan tasnifiy belgilarga bog‘liqdir. Shuning uchun ham innovatsion rivojlanishga ta’sir qiluvchi asosiy omillarni tasniflanishi muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Innovatsion salohiyat va uning oshishiga ta’sir qiluvchi omillarni ajratish bo‘yicha ularni innovatsion salohiyat rivojlanishiga ta’sir etish tavsifiga, nazorat qilish darajasiga va

paydo bo'lish manbasiga ko'ra mezonlarga ajratgan holda tasniflash maqsadga muvofiq.

Barcha omillar rasmiylashtirish darajasiga ko'ra tizimlashtirilgan. Chunki, rasmiylashtirilgan omillardan foydalanish innovatsion salohiyatni baholash aniqligini oshirishga hamda innovatsion rivojlanish zaxiralari va imkoniyatlarini aniqlashga yordam beradi. Bu omillar miqdor ko'rsatkichlari yordamida baholanishi mumkin.

Milliy iqtisodiyot innovatsion salohiyatining oshishiga ta'sir qiluvchi omillarni tavsifiy jihatdan ikki guruhga ajratish maqsadga muvofiq:

- milliy iqtisodiyot innovatsion salohiyatining rivojlanishiga ko'maklashuvchi omillar;
- milliy iqtisodiyot innovatsion salohiyatining rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar.

Bu ikki guruhga kiruvchi turli omillar ikki tomonlama tavsifga ega bo'lib, milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyati oshishiga turlicha ta'sir qilishi mumkin. Nazorat qilish darajasiga ko'ra tasniflangan omillarning ichki va tashqi turlari ajratib ko'rsatilgan. Ichki omillarga mamlakat miqyosida ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan va nazorat qilinadigan omillar kiradi. Tashqi omillar guruhiga kam nazorat qilinadigan yoki nazorat qilinmaydigan hamda faqatgina umumdavlat siyosati ta'sir qiluvchi omillar kiradi.

Milliy iqtisodiyot innovatsion salohiyatining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi barcha omillarni tez va sekin ta'sir qiluvchi omillarga ajratish mumkin. Chunki iqtisodiyotning globalizatsiya sharoitida ko'pgina omillarni boshqa hududlardan ko'chirib olib kelish mumkin. Masalan, ilmiy-texnik, ishlab chiqarish-texnologik va axborot resurslarini boshqa davlatdan yoki hududdan import qilish imkoniyati mavjud. Bu ayniqsa, ilmiy tadqiqotlar uchun zarur bo'lgan zamonaviy uskunalari, yangi texnologiyalar va komponentlarga tegishlidir. Moliyaviy resurslarni ko'paytirish maqsadida innovatsion salohiyat omillarining tezligini oshirishga imkon yaratuvchi xorijiy investitsiyalarni jalb qilish mumkin.

Hozirgi vaqtda ishchi kuchi resurslari innovatsion salohiyat rivojlanish omillari ichida nisbatan tez ta'sir qiluvchi omil bo'lib bormoqda, chunki yuqori malakali kadrlar, ilmiy tadqiqotlar va texnologik ishlanmalarni import qilish yoki axborot

texnologiyalarini qoʻllagan holda masofadan turib ulardan foydalanish imkoniyati mavjud.

Institutsional va infratuzilmaviy omillar tez harakatlanmaydigan, yaʼni innovatsion salohiyat oʻzgarishiga sekin taʼsir qiluvchi omillar qatoriga kiradi. Chunki, ularni shakllantirish, rivojlantirish va takomillashtirish uzoq muddat va sezilarli darajada katta miqdorda moddiy, moliyaviy, ishchi kuchi resurslari va koʻp mehnat talab qiladi.

Shakllanish manbasiga koʻra ishchi kuchi, texnologik-ishlab chiqarish, ilmiy-texnik, moliyaviy, infratuzilmaviy, axborot, institutsional, tashqiliy-boshqaruv omillariga boʻlish taklif etilgan.

Texnologik-ishlab chiqarish omili mavjud ishlab chiqarish bazasi hamda yangi korxonalarini, shu jumladan, venchur korxonalarini yaratish hisobiga shakllanadi. Yana shuni taʼkidlash joizki, ilmiy texnik va texnologik-ishlab chiqarish omillari integratsiyasi iqtisodiyotda sinergetik samaraga erishish imkonini beradi.

Milliy iqtisodiyot innovatsion salohiyatini oshirishga taʼsir qiluvchi asosiy omillar qatoriga innovatsion faoliyatni qoʻllab-quvvatlashga qaratilgan, yaʼni ilm-fan, taʼlim, ishlab chiqarish, soliq, ijtimoiy soha, moliya-kredit, tarkibiy oʻzgarishlarning ustuvor yoʻnalishlarni belgilab beruvchi davlatning innovatsion siyosati kiritiladi.

Innovatsion infratuzilma deganda, nafaqat xoʻjalik yurituvchi bozor subyektlari (texnopark, texnopolis, innovatsion-texnologik parklar) balki, shu bilan birgalikda, innovatsion va venchur korxonalarini kabi moliya institutlarini shakllantirish hamda ularni rivojlantirish nazarda tutiladi. Ushbu omil milliy iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishida ahamiyati juda yuqori boʻlib, u iqtisodiyotni innovatsion infratuzilma obyektlari bilan taʼminlash va innovatsion faoliyat subyektlari uchun qulay institutsional muhit yaratishning asosiy sharti hisoblanadi.

Institutsional muhit va innovatsion faoliyat bir-biri bilan chambarchas bogʻliq holda amal qiladi. Mamlakatda innovatsion faoliyatni ragʻbatlantiruvchi va tartibga soluvchi mukammal qonunchilik bazasini shakllantirish va davlatning samarali innovatsion siyosatini ishlab chiqish milliy iqtisodiyotning

innovatsion salohiyati yanada oshirishga yordam beradi. Ammo, boshqa tomondan qaraladigan bo'lsa, ushbu omillar aksincha, innovatsion faoliyat rivojlanishiga salbiy ta'sir qiladigan holatlarni ham keltirib chiqarishi mumkin. Ya'ni nomukammal qonunchilik va davlatning iqtisodiyotga haddan tashqari ko'p aralashishi mamlakatda innovatsion faoliyat rivojlanishiga to'sqinlik qiladi.

Bugungi kunda milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyatini oshirishda institutsional omillarning ahamiyati juda katta ekanligi o'z isbotini topdi. Shuning uchun ham institutsional-huquqiy shart-sharoitlarni takomillashtirmasdan turib, iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiya qilishning iloji yo'qligi ko'pchilikka ma'lum haqiqatdir. Mavjud institutlarni rivojlantirish bilan birga zamonaviy talablarga javob beradigan yangi institutlarni yaratish hozirgi kunning dolzarb masalalaridan hisoblanadi.

Milliy iqtisodiyotning innovatsion solohiyatini oshirishning institutsional omillarini ularning miqyosidan kelib chiqqan holda quyidagi guruhlariga bo'lib o'rganish maqsadga muvofiq:

- mamlakat miqyosida amalga qiladigan, innovatsion faoliyat natijalariga bevosita ta'sir ko'rsatadigan va qonun doirasida harakat qiladigan makro darajagi institutlar;
- hududlar miqyosida amalga qiladigan, harakat mexanizmlari innovatsiyalarni yaratishni tezlashtirishga yordam beradigan, rasmiy va norasmiy tarzda faoliyat yuritadigan mikro darajagi institutlar.

Mikro va makro darajalarga mos ravishda innovatsion rivojlanishning markaziy va hududiy institutlari ajratib ko'rsatiladi. Markaziy institutlar innovatsiyalar rivojlanishi uchun ma'lum darajada shart-sharoitlar yaratadi. Masalan, huquqiy, iqtisodiy, texnologik, ijtimoiy va professional sharoitlar shular jumlasidandir.

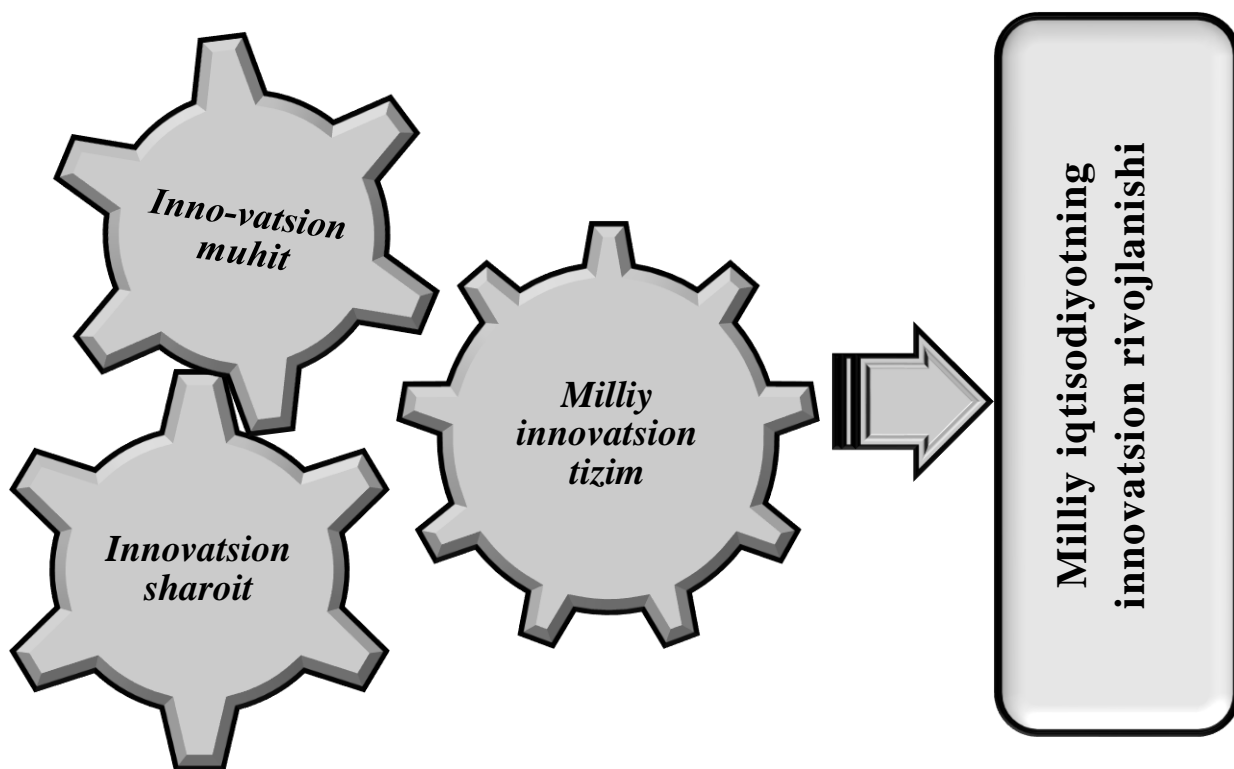
Hududiy institutlar esa, ma'lum bir hududda innovatsion jarayonlarda ishtirok qiluvchi subyektlar harakati, ular faoliyatining mahalliy koordinatsiyasi hamda hududiy masalalarni amalga oshirish maqsadida kombinatsiyalashuv va kooperatsiya aloqalarini ta'minlaydi. Ushbu institutlar mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini tezlashtirishga yoki ushbu jarayonni sekinlashtirishga olib keladi.

Mamlakatda innovatsion jarayonlarning rivojlanishi bir qator omillar o'rtasidagi bog'liqlikning samarali amal qilishi natijasida

ta'minlanadi. Ular institutsional muhit, yaratilgan institutsional sharoitlar va milliy innovatsion tizimdan iborat.

Institutsional muhit innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun rag'bat beradi, yangi texnologiyalarni ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish uchun qulay sharoitlarni shakllantiradi, korxonalar, shu jumladan, kichik korxonalarining innovatsion faolligini oshiradi.

Institutsional muhit makro darajadagi holatni tavsiflasha, institutsional sharoitlar esa, mikrodarajada yaratilgan imkoniyatlarni ifodalovchi iqtisodiy va noiqtisodiy mexanizmlarni ifodalaydi.



7.3-rasm. Milliy iqtisodiyot innovatsion rivojlanishining institutsional unsurlari.

Makrodarajadagi sharoitlar quyidalarni o'z ichiga oladi:

- qonunchilik, normativ-huquqiy aktlar;
- shartnoma huquqi;
- mulkka egalik qilish tartibi;
- urf-odat va qadriyatlar;

- institutsional ishonch (xo‘jalik faoliyatini tartibga solish qonunlari va mexanizmlarining mavjudligi hamda o‘z faoliyatlari va tuzilgan shartnomalarni himoya qilish vositasi sifatida foydalanish darajasi).

Mikrodarajadagi sharoitlar esa, quyidagilardan iborat:

- bozor transaksiyalarining o‘lchamlari (transaksion xarajatlar, tavakkalchilik va noaniqlik darajalari, kelishuvlarni amalga oshirish aktlari soni, aktivlarning o‘ziga xos xususiyatlari);

- samarali ayirboshlashni ta‘minlovchi rasmiy va norasmiy (tarmoq, birlashma va h.k.) muqobil tashqiliy tuzilmalar mavjudligi;

- tadbirkorlikni tashqil etish va rivojlantirish uchun turli xil sharoitlar yaratuvchi rivojlangan biznes infratuzilma;

- ichki bozor, integratsiyalashgan tuzilmalar, tadbirkorlik faoliyatining yangi shakllari (franchayzing, savdo va sanoat tarmoqlari va boshqalar);

- o‘zaro shaxsiy ishonch.

Shunday qilib, innovatsion rivojlanishning institutsional sharoitlariga milliy iqtisodiyotning innovatsion salohiyatini oshirishni ta‘minlovchi, muayyan bir hududda faoliyat yurituvchi rasmiy va norasmiy institutlar kiritiladi. Bunday institutlarga hududiy boshqaruv organlarining me‘yoriy-huquqiy aktlari, innovatsion faoliyatni qo‘llab-quvvatlash strategiya va ularni amalga oshirish dasturlari, mamlakatda ITTKI (ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari) sektorini rivojlanishini ta‘minlovchi tayanch institutlarni kiritishimiz mumkin.

3. Innovatsion salohiyatdan foydalanish darajasini baholash uslubi va uning O‘zbekistonda qo‘llanilishi

Bugungi kunda har qanday mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti uning innovatsion salohiyatini shakllantirish va undan samarali foydalanish xususiyatlarini baholash asosida aniqlanadi. Innovatsion salohiyatni ifodalovchi ko‘rsatkichlar tizimining ishlab chiqilishi respublikada ilmiy sohaning real holatini baholash, uning istiqbolda rivojlanishini prognozlashtirish va davlatning innovatsion siyosatini amalga oshirish yo‘nalishlarini belgilash orqali

mamlakatning jahon bozorida o'z mavqeini mustahkamlashiga erishish imkonini beradi.

Innovatsion salohiyat markazida ishchi kuchi kapitali (ta'lim jarayonida va amaliyot davrida olgan intellektual qobiliyatlar va amaliy ko'nikmalar) yotadi.

Mikro darajada ishchi kuchi kapitalini aniqlashga ish haqining ta'lim va boshqa omillarga bog'liqligini baholash orqali erishish mumkin. Ta'limning daromadlarga ta'sirini xalqaro darajada taqqoslash qiyin. Rivojlanish darajasi turlicha bo'lgan mamlakatlarda ta'lim sifati ham har xil bo'ladi. Milliy iqtisodiyot darajasida esa, sinergetik samara yuzaga kelishi mumkin.

Jahon banki uslubiyati bo'yicha ishchi kuchi kapitalini baholashda qoldiq usuldan foydalaniladi. Unga ko'ra, eng avvalo, mamlakatda milliy boylik darajasi hisoblanadi. Keyin olingan natijadan yer, foydali qazilma boyliklar, o'rmon va dengiz resurslarini chiqarib tashlab, ishchi kuchi kapitali darajasini aniqlashadi. Aksariyat olimlar innovatsion salohiyatni fan va ta'lim resurslari, mamlakat aholisi tarkibida oliy ma'lumotlilar salmog'i, ilmiy xodimlar, oliy ta'lim muassasalari soni va shu kabilar bilan aniqlanadi, deb hisoblashadi.

Ushbu ko'rsatkichlardan innovatsion salohiyatni baholashda umumiy holda foydalanish mumkin, lekin ular orqali real holatni to'liq ifodalab bo'lmaydi. Ya'ni mazkur ko'rsatkichlar tizimi mamlakatda innovatsion salohiyatni faqatgina uning shakllanish nuqtayi nazaridan baholash imkonini beradi. Innovatsiyaning haqiqiy qiymatini esa, uni amaliyotga joriy qilgandan so'nggina baholash mumkin.

Innovatsion salohiyat tizimli ko'rsatkichlardan iborat bo'lib, uning darajasini shakllanish va foydalanish jarayonidagi ko'rsatkichlar orqali baholash mumkin. Innovatsion salohiyatning shakllanishini baholash ilmiy tashqilotlar, shu yo'nalishda faoliyat yuritayotgan kadrlar, yaratilgan yangiliklar va shu kabilar bo'yicha umumlashgan statistik ko'rsatkichlar tizimi hamda ular tarkibining o'zgarish tendensiyasi tahlili asosida amalga oshirilishi mumkin.

Mamlakatda mavjud innovatsion salohiyatdan foydalanish darajasi yaratilgan innovatsiyalarning amaliyotdagi natijalari hamda

ulardan foydalanish samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlarni tahlil qilish orqali baholanadi.

Innovatsion salohiyatni (fan-texnika salohiyati) ifodalovchi quyidagi ko'rsatkichlarni ajratib ko'rsatish mumkin:

- ITTKI (ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlar) ga sarflangan xarajatlar mutlaq hajmi, uning YaIM va davlat budjetidagi ulushi;

- fan va ilmiy sohada band bo'lganlar soni ;
- ilmiy tadqiqotlar bilan shug'ullanuvchi tashqilotlar soni;
- ro'yxatdan o'tgan ixtiro va yangiliklar, ilmiy yutuqlarga erishgan olimlar (masalan, nobel mukofoti).

Innovatsion salohiyatni (fan-texnika salohiyati) baholashda quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanish mumkin:

- ITTKI qilingan barcha xarajatlar miqdori, shu jumladan, dizayn va marketing xarajatlari;

- mamlakat hududi va chet eldagi patentlar soni;
- intellektual mulkni himoyalash darajasi;
- oliy ta'lim tizimining rivojlanganlik holati.

Uning fikricha, ushbu mezonlardan foydalangan holda, mamlakatlarning innovatsion faoliyatni amalga oshirish qobiliyati reytingini aniqlash mumkin. Innovatsion salohiyatni (fan-texnika salohiyati) baholashda quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanish mumkinligini ta'kidlaydi:

- ITTKIga qilingan xarajatlarning mutlaq miqdori bo'yicha mamlakatlar reytingi;

- ushbu xarajatlarning YaIMdagi ulushi;
- innovatsion faoliyatni amalga oshirish qobiliyati;
- ilmiy tashqilotlar va ilmiy xodimlar soni;
- nobel mukofoti sovrindorlari soni.

Innovatsion faoliyat mamlakat rezidentlari va norezidentlari tomonidan ro'yxatdan o'tkazilgan patentlar soni bilan o'lchanadi. Resurs, xomashyo, ishlab chiqarish, iste'mol, infratuzilmaviy, intellektual va institutsional salohiyat bilan bir qatorda hududlarning investitsion jozibadorligini ham innovatsion salohiyatni baholashdagi eng asosiy ko'rsatkich sifatida qabul qilinadi.

Innovatsiyalarni baholash indeksi va ularning muvaffaqiyat qozonish ehtimolini (foizda) hisoblash formulasini ishlab chiqishdi. Ular ushbu ko'rsatkichlardan har qanday mamlakatda innovatsion salohiyatni baholash mezonlari sifatida foydalanishi mumkin.

$$I = (S * N * P * D) / C = B / C \quad (1)$$

$$P = P_T * P_C * P_F \quad (2)$$

I – innovatsiyalarni baholash indeksi; S – yillik maksimal sotuv hajm; N – mahsulotdan olinadigan sof foyda (%); P – muvaffaqiyat ehtimoli; D – diskont; S – ITilar uchun kelajak xarajatlari; P_T – texnik ehtimollik; P_C – tijoratdagi ehtimollik; P_F – moliyaviy muvaffaqiyat ehtimoli.

Innovatsion salohiyat tavsifini o'rganishda bir qator mualliflar uning shakllanish va foydalanish jihatiga ko'proq e'tibor qaratishadi.

Masalan, sanoat korxonalarining innovatsion salohiyatini baholashda statistik va dinamik ko'rsatkichlarga ajratadilar. Statistik ko'rsatkichlarga korxonada foydalanilayotgan texnologiya, uskunalar va ishlab chiqarilayotgan mahsulotning umumiy hajmida yangi texnologiyalarning, shu jumladan texnikalar va mahsulot yangi turining ulushini kiritadilar. Dinamik ko'rsatkichlarga esa, ishlab chiqarilayotgan mahsulot, texnologiya va uskunalarni chiqarib tashlash va yangilash koeffitsiyentini hamda yangi mahsulotni ishlab chiqarish sur'atining o'sishi (pasayishi)ni, yangi texnologiya hamda uskunalarni tatbiq etish va boshqalarni kiritadilar.

Mualliflar tomonidan sanoat korxonalarining innovatsion salohiyatini baholashda integral usuldan foydalanish taklif etiladi. Integral ko'rsatkichni hisoblash quyidagi formula asosida amalga oshiriladi:

$$III = \sum_{i=1}^n q_i \times \sum_{a=1}^l q_a \times R_a$$

Bu yerda, q_i – umumiy ko'rsatkichlarning (innovatsion salohiyatning tarkibiy qismlari) muhimlik koeffitsiyenti; n – ko'rsatkichlarning umumiy soni; q_a – xususiy ko'rsatkichlarning muhimlik koeffitsiyenti; R_a – xususiy ko'rsatkich indeksleri.

Agar xususiy ko'rsatkichlarni ekspert baholash usulidan foydalanmay turib, umumiy ko'rsatkichlarga aylantirish mumkin bo'lsa, umumiy hisoblash formulasida $\sum qaRA$ o'rniga $\sum baRa$ dan foydalaniladi.

Bunda, ba – o'tgan davr ma'lumotlari asosida hisoblanadigan koeffitsiyent.

Innovatsion salohiyat ko'rsatkichining integral tarkibi tahlil qilinganda, umumiy va xususiy ko'rsatkichlar quyidagi funksional bog'liqlikni ifodalaydi:

$$III = f \sum_0^n (I, Tt, Iht, Rst, K, F, Org, Prv, Pr, Prd)$$

Bu yerda, $I, Tt, Rst, K, F, Org, Prv, Pr, Prd$ – mos ravishda axborot, texnik-texnologik, intellektual, tijorat, moliyaviy, tashqiliy, ishlab chiqarish, huquqiy va tadbirkorlik salohiyatlari, n – innovatsion salohiyatning tarkibiy unsurlari soni.

Tadqiqotlar dunyo olimlarining aksariyat qismi mamlakatning innovatsion salohiyatini baholashda eng asosiy omillar sifatida YaIM va uning aholi jon boshiga to'g'ri keladigan qismini qabul qilganliklarini ko'rsatdi.

Boshqa makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni tahlil qilmasdan turib, faqat YaIM hajmining oshishi hech narsani anglatmaydi. YaIM hajmining yuqori sur'atlarda o'sishiga asosan xomashyo, past sifatli iste'mol tovarlari, samarasiz mashina va asbob-uskunalar hisobiga ham erishish mumkin. Yoki, aksincha, YaIM o'sish sur'atlari nisbatan past darajada bo'lib, unga asosiy sabab ichki va tashqi bozorlarda talab yuqori bo'lgan raqobatbardosh tovarlar (ya'ni avtomobil, kompyuter, maishiy texnika, elektronika va ushbu tovarlarni kam xarajat bilan ishlab chiqarishga imkon beruvchi sanoat asbob-uskunalari) taklif qilinishi bo'lishi ham mumkin. Ushbu holatlarni mantiqan tahlil qiladigan bo'lsak, birinchisida, mamlakatda innovatsion salohiyat yuqori, ikkinchi vaziyatda esa, past degan xulosaga kelish noto'g'ri bo'ladi. Shuning uchun ham bir qator, ya'ni makro, mezo va mikroiktisodiy ko'rsatkichlar tizimiga asoslangan holda mamlakatning innovatsion salohiyatini uning shakllanishi va undan foydalanish nuqtayi nazaridan kompleks baholashni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

Innovatsion salohiyatning shakllanishi uning moliyaviy, moddiy va ishchi kuchidan iborat bo'lgan tarkibiy qismlari, undan foydalanish darajasi esa, samaradorlik ko'rsatkichlari orqali aniqlanadi.

Innovatsion salohiyatning tarkibiy qismlaridan foydalangan holda, mamlakatda uning darajasini kompleks baholashda ko'rsatkichlar tizimidan foydalaniladi. Tizimda dastlab mutlaq nisbiy ko'rsatkichlar ko'rib chiqildi. Mutlaq ko'rsatkichlar ushbu sohaga kiritilayotgan investitsiyalar oqimi umumiy hajmining o'zgarish tendensiyasini, uning moddiy-texnik holatini, mehnat unumdorligining o'zgarish dinamikasini va innovatsion faoliyat natijalarini miqdoriy baholashga imkon beradi.

Mutlaq ko'rsatkichlar dinamikasi tizim ichidagi (mamlakat, mintaqa, tarmoq, korxonalar) innovatsion salohiyatni baholashda muhim rol o'ynaydi. Ulardan foydalanib turli tizimlarni o'zaro taqqoslash mumkin, lekin bunday baholash orqali real holatni aniqlab bo'lmaydi, chunki, turli xil tizimlar o'zlarining imkoniyat va ko'lam jihatidan bir-biridan farqlanadi. Shunga qaramasdan, turli tizimlardagi mutlaq ko'rsatkichlarning o'sish sur'atini o'rganish ijobiy natija berishi mumkin.

Turli xil mutlaq ko'rsatkichlar nisbati asosida innovatsion salohiyatni nisbiy ko'rsatkichlar (koeffitsiyentlar) orqali baholash mavjud holatni aniqroq tahlil qilish imkonini beradi.

Koeffitsiyentlar orqali tahlil qilishni tizim ichidagi foydalanuvchilar o'rtasida hamda turli xil tizimlarni taqqoslashda amalga oshirish mumkin. Masalan, bir mamlakat doirasida innovatsion salohiyatni baholashda mintaqalar bo'yicha koeffitsiyentlarni taqqoslash va ularning reytingini tuzib chiqish mumkin. Bu yerda koeffitsiyentlarning o'rtacha va me'yoriy qiymatini aniqlash muhim. Umuman olganda, agar koeffitsiyentlar o'zaro taqqoslanmaydigan bo'lsa, u hech qanday mazmunga ega bo'lmaydi.

Mamlakat innovatsion salohiyatini baholash uslubiyatini ishlab chiqishda uning asosiy tarkibiy qismlarini to'rtta guruh ko'rsatkichlariga ajratib o'rganish maqsadga muvofiq. Birinchi guruh – innovatsion salohiyatning moliyaviy tarkibini ifodalovchi

ko'rsatkichlar; ikkinchisi – moddiy; uchinchisi – kadrlar bo'yicha; to'rtinchisi – natijaviy ko'rsatkichlardir.

I. Birinchi guruhdagi mutlaq ko'rsatkichlar milliy innovatsion sohani moliyalashtirishning fizik hajmini ifodalaydi. Nisbiy ko'rsatkichlar esa, YaIMga nisbatan investitsiyalar ulushi va shunga o'xshash ko'rsatkichlar tizimidan iborat. Ushbu guruh quyidagi ko'rsatkichlardan tashqil topgan:

Mutlaq ko'rsatkichlar:

- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarda investitsiyalar hajmi;
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarda davlat budjeti mablag'lari hajmi;
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarda korxonalarining o'z mablag'lari hajmi;
- tajriba-konstruktorlik ishlanmalariga ajratilgan mablag'lar hajmi.

Nisbiy ko'rsatkichlar:

- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga kiritilgan investitsiyalar hajmining YaIMdagi ulushi;
- investitsiyalar umumiy hajmida nomoddiy aktivlarga kiritilgan investitsiyalar ulushi;
- ITTKI bo'yicha bitta tadqiqotchiga to'g'ri keladigan xarajatlar darajasi;
- ITTKIga ichki xarajatlar ulushi;
- ITTKI bo'yicha korxonalar ichki xarajatlarida tajriba-konstruktorlik ishlanmalari xarajatlarining ulushi.
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga kiritilgan ichki investitsiyalar hajmining YaIMdagi ulushi.
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga kiritilgan jami investitsiyalar hajmida budjet mablag'lari ulushi.
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga ajratilgan budjet mablag'larining YaIMdagi ulushi.
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga ajratilgan budjet mablag'larining jami budjet xarajatlaridagi ulushi.

II. Ikkinchi guruh ko'rsatkichlari innovatsion salohiyatning moddiy tarkibini ifodalab, undagi mutlaq ko'rsatkichlar ilmiy tadqiqot bilan shug'ullanuvchi tashqilotlar soni va ularning asosiy

fondlari qiymatini o'zida aks ettiradi. Nisbiy ko'rsatkichlar esa, ilmiy tadqiqot bilan shug'ullanuvchi tashqilotlar soni va ularning asosiy fondlari qiymatini o'zaro taqqoslash orqali aniqlanadi. Ushbu guruh quyidagi ko'rsatkichlar tizimidan tashqil topgan:

Mutlaq ko'rsatkichlar:

- korxonalaridagi mavjud asosiy fondlar qiymati;
- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmoqlaridagi asosiy fondlar qiymati;
- yangidan kiritilgan asosiy fondlar qiymati;
- ilmiy tadqiqot va ishlanmalarni amalga oshiruvchi tashqilotlar soni;
- tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi tashqilotlar soni;
- oliy ta'lim muassasalari soni;
- sanoatda innovatsion-faol tashqilotlar soni.

○ Nisbiy ko'rsatkichlar:

- asosiy fondlarning eskirish darajasi.
- korxonalar asosiy fondlari qiymatida fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmoqlaridagi asosiy fondlar qiymatining ulushi;
- asosiy fondlarning o'rtacha qiymatida yangidan kiritilgan asosiy kapital qiymatining ulushi;
- mamlakatda faoliyat yuritayotgan barcha korxonalar va tashqilotlar ilmiy tadqiqot va ishlanmalar bilan shug'ullanayotganlar ulushi;
- mamlakatda faoliyat yuritayotgan barcha korxonalar va tashqilotlar innovatsion-faol tashqilotlar ulushi;
 - sanoatda faoliyat yuritayotganlar umumiy hajmida innovatsion-faol tashqilotlar ulushi;
 - korxonalar jami aktivlarida intellektual mulk (nomoddiy aktivlar) qiymatining ulushi.

III. Uchinchi guruh ko'rsatkichlar innovatsion salohiyatning kadrlar bo'yicha tarkibini ifodalab, undagi mutlaq ko'rsatkichlar innovatsion faoliyat bilan shug'ullanuvchi xodimlar soni, ularning o'rtacha ish haqi va yoshini o'zida aks ettiradi. Nisbiy ko'rsatkichlar esa, jami ishchilarga nisbatan innovatsion faoliyatda band bo'lgan xodimlar ulushini aniqlash orqali hisoblanadi. Ushbu guruh quyidagi ko'rsatkichlardan tashqil topgan:

Mutlaq ko'rsatkichlar:

- fan sohasida band bo'lganlarning o'rtacha ish haqi;
- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lganlar umumiy soni;
- ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga jalb qilingan xodimlar soni;
- tadqiqotchilar va texnik xodimlar soni;
- tayanch doktorant, doktorant va mustaqil izlanuvchilar soni;
- oliy ta'lim muassasalari soni;
- OTMning professor-o'qituvchilar tarkibi;
- fan nomzodlari, falsafa doktorlari (PhD) soni;
- fan doktorlari (Doctor of Science) soni;
- oliy ta'lim sohasida ilmiy tadqiqot va ishlanmalarda band bo'lganlar soni;
- tadbirkorlik sohasida ilmiy tadqiqot va ishlanmalarda band bo'lganlar soni;
- talabalar soni;
- OTM bitiruvchilari soni;
- ITTKIdagi kadrlar salohiyatining o'rtacha yoshi;
- bir yilda qabul qilingan ilmiy xodimlar;
- bir yilda ishdan bo'shagan ilmiy xodimlar soni.

Nisbiy ko'rsatkichlar:

- o'rtacha oylik ish haqining fan sohasida band bo'lganlar o'rtacha oylik ish haqiga nisbati;
- band bo'lganlar sonida ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarga jalb qilingan xodimlar sonining ulushi;
- band bo'lganlar sonida tayanch doktorant, doktorant va mustaqil izlanuvchilar sonining ulushi;
- OTMning professor-o'qituvchi tarkibida fan nomzodlari, falsafa doktorlari (PhD) va fan doktorlari (Doctor of Science)ning ulushi;
- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'idagi yollanma ishchilar ish haqi xarajatlarining umumiy xarajatlarga nisbati;
- yil davomida ishga qabul qilingan va ishdan bo'shagan ilmiy xodimlar nisbati;

- 10000 (o'n ming) aholi soniga to'g'ri keladigan talabalar miqdori.

IV. To'rtinchi guruh ko'rsatkichlari innovatsion salohiyatning natijaviy tarkibini ifodalab, ular innovatsion faoliyatni iqtisodiy o'sishning omili sifatida ifodalaydi va uning samaradorligini ko'rsatadi. Mutlaq ko'rsatkichlar innovatsion faoliyat bilan bog'liq bo'lgan realizatsiya hajmini, xarajatlar va foyda miqdorini, shu bilan birga, yaratilgan, eksport va import qilingan texnologiyalar miqdorini, patent olishga topshirilgan arizalar va berilgan patentlar miqdorini aniqlashga xizmat qiladi. Nisbiy ko'rsatkichlar esa, olingan mutlaq ko'rsatkichlarni mamlakat, mintaqa yoki tarmoq bo'yicha shunday ko'rsatkichlarga solishtirish orqali aniqlanadi. Ushbu guruh quyidagi ko'rsatkichlardan tashqil topgan:

Mutlaq ko'rsatkichlar:

- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'idan olingan foyda miqdori;

- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'ida ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar;

- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'ining ish haqi xarajatlari;

- innovatsion faoliyatga qilingan xarajatlar hajmi;

- amaliyotga joriy qilingan yangiliklar (texnologiyalar) miqdori;

- yaratilgan zamonaviy ishlab chiqarish texnologiyalari;

- eksport qilingan texnologiyalar hajmi;

- import qilingan texnologiyalar miqdori;

- yangi innovatsion tovar va xizmatlar hajmi;

- berilgan patentlar soni;

- amalda foydalanilayotgan patentlar soni.

- Nisbiy ko'rsatkichlar:

- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'ida olingan foydaning umumiy foydaga nisbati;

- fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'ida olingan foydaning ushbu tarmoqda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarga nisbati;

- innovatsion tovar va xizmatlar hajmining umumiy sanoat mahsulotlari hajmiga nisbati;

- sanoatdagi innovatsion-faol korxonalar umumiy xarajatlarida texnologik innovatsiya xarajatlar ulushi;
 - amaliyotga joriy qilingan yangiliklarning yaratilgan barcha yangiliklarga nisbati;
 - eksport va import qilingan texnologiyalar nisbati;
 - fan va ilmiy xizmat ko'rsatish tarmog'ida olingan foydaning amaliyotga joriy qilingan yangiliklarga nisbati;
 - amaliyotga joriy qilingan va yaratilgan yangiliklarning o'sish sur'atlari nisbati;
 - berilgan patentlar hajmining amaliyotga joriy qilingan yangiliklar miqdoriga nisbati.
- 1 mln. (bir million) kishiga to'g'ri keladigan patent olishga berilgan arizalar soni.
- yangi innovatsion tovar va xizmatlar hajmining umumiy innovatsion tovar va xizmatlar hajmiga nisbati;
 - innovatsion tovar va xizmatlar realizatsiyasi hajmi o'sish sur'atining YaIM o'sishiga nisbati;
 - ishlab chiqarishda mashinasozlik ulushi.

4. Innovatsion salohiyatdan samarali foydalanishning xorij tajribalari

Rivojlangan mamlakatlarda innovatsion salohiyatni tahlil qilish va taqqoslash borasida ilg'or tajriba to'plangan.

YuNKTAD ekspertlari mamlakatlarning muayyan mezonlar bo'yicha innovatsion salohiyatini tahlil qilishni taklif qiladilar. Xalqaro tadqiqotlar amaliyotida ko'pgina indekslar qo'llanilib, ular yordamida jahon mamlakatlarining innovatsion salohiyati dinamikasida tahlil qilinadi.

Bugungi kunda iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish ko'rsatkichlarini tadqiq etadigan bir qator xalqaro tashqilotlar mavjud. Ular INSEAD, World Economic Forum, Jahon banki, Yevropa Komissiyasi, Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashqiloti, Bloomberg va shu kabilardir. Ular turli ko'rsatkichlar majmui orqali mamlakatlarning innovatsion salohiyati, innovatsion rivojlanish

institutlari faoliyati va shu bilan bog‘liq bo‘lgan yakuniy natijalarini baholab chiqadilar.

Masalan, World Economic Forum tashqiloti tomonidan har-yili chop etiladigan Xalqaro raqobatbardoshlik reytingida 137 mamlakat iqtisodiyoti 12 ta ko‘rsatkich guruhlarini orqali baholangan. Ulardan bittasi – innovatsion salohiyat hisoblanadi. Mazkur blokka innovatsiyalar uchun zarur bo‘lgan moddiy-texnik baza va pul mablag‘lari, ilmiy tadqiqot institutlar sifati, korxonalarining innovatsion faoliyatga bo‘lgan xarajatlari, ushbu sohada ta‘lim va ishlab chiqarish integratsiyasi natijalari, davlatning yuqori texnologik tovarlarini sotib olish hajmi va patentlash borasidagi ma‘lumotlar tahlil qilingan.

Har-yili xalqaro innovatsion indeks ham aniqlanadi. Uning hisob-kitobini amalga oshirishda INSEAD tashqiloti tomonidan quyidagi ko‘rsatkichlar inobatga olinadi:

1. Institutlar, ya‘ni siyosiy muhit va xavfsizlik, huquqiy shart-sharoitlar va ishbilarmonlik muhiti, biznesni ochish imkoniyatlari, soliq tizimi va hokazo;

2. Ishchi kuchi kapitali va ilmiy tadqiqotlar. Bu yerda ta‘lim sohasining asosiy ko‘rsatkichlari, texnika va matematika bo‘yicha oliy ta‘lim muassasalari bitiruvchilari soni, tadqiqotchilar soni va jinsi, ilm-fan sohasiga xarajatlar inobatga olinadi.

3. Infratuzilma, shu jumladan elektr, logistik ta‘minot, axborot-kommunikatsiya vositalarining rivojlanganligi, internet tarmog‘i ommaviylashgan darajasi.

4. Bozor imkoniyatlari, ya‘ni kredit olish, qimmatli qog‘ozlar yoki venchur kapitali bozori orqali mablag‘larni jalb qilish imkoniyatlari, iste‘mol bozorining umumiy hajmi va boshqalar.

5. Biznes imkoniyatlari, ya‘ni oliy toifali mutaxassislar mavjudligi, biznes sohasining innovatsiyalarni yaratish hamda moliyalashtirishdagi ishtiroki va bunda xorijiy investorlarning ulushi.

6. Ilmiy-texnikaviy mahsulot – patentlar, foydali modellar, ilmiy maqolalar soni, ularning iqtibosligi, yuqori texnologik mahsulot va IT-mahsulot eksporti hajmi.

7. Innovatsion mahsulot - original savdo belgilari, sanoat namunalari, innovatsion mahsulot eksporti hajmi va internetdagi faollik.

2017-yil natijalariga ko‘ra mazkur innovatsion indeks reytingi bo‘yicha 127 ta davlatdan yetakchi o‘rinlarni Shveysariya, Shvesiya, Niderlandiya, AQSH va Buyuk Britaniya egallagan.

Yevropa Ittifoqida mintaqaga kiruvchi mamlakatlarning innovatsion salohiyatini baholashda 27 ta indikatordan iborat, 4 guruh ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi (European Innovation Scoreboard). Mazkur guruhlarga mavjud shart-sharoit, investitsiya, innovatsion faollik ko‘rsatkichlari va ularning ta‘siri o‘rganiladi.

Jahon mamlakatlari innovatsion potensialining mavjud ko‘rsatkichlari, odatda, ta‘lim, ilm-fan, texnologiya, ishchi kuchi kapitali, mamlakatdagi siyosiy va innovatsion muhit kabi sohalarni o‘zida mujassam etgan “og‘irliklar”ga ega bo‘lgan 100 ga yaqin miqdor va sifat ko‘rsatkichlarini o‘zida aks ettiradi. Shuningdek u rasmiy milliy statistika, jamoatchilik fikri xususidagi so‘rovnoma natijalari hamda ekspert tadqiqotlaridan iborat ma‘lumotlarni birlashtiradi.

Dunyoda har bir mamlakat uchun turli ko‘rsatkichlar tizimi ishlab chiqilgan. Ushbu ko‘rsatkichlar o‘rtasida muayyan darajada farqlanishlar kuzatiladi. Ular o‘rtasidagi farqlar turli xildagi indekslarni hisoblash uslubiyati (indeksdagi axborot integratsiyasi algoritmi) bilan bog‘liq. Chunki, har bir indeks muayyan tadqiqot yoki boshqaruv vazifasini hal qilish uchun ishlab chiqiladi.

Innovatsion salohiyatning turli xil indekslari

7.3-jadval

Indeks	Hisobga olinadigan davlatlar soni	Iqtibos manbai
Innovation Index WB	145	WorldBank
Innovation CapacityIndex	130	Innovation CapacityIndex (http://www.innovationfordevelopmentpeport.org/ici.html)

Global Innovation Index INCEAD	130	Global Innovation Index INCEAD (http://www.insead.edu/discover_insead/newsroom/2009_global_innovation.cfm)
Innovation Index WEF	133	The Global Competitiveness Report 2009-2010. World Economic Forum. 2009. (http://www.weforum.org/documents/gcr09/index.html)

Innovatsion salohiyatning ko'pgina subindekslari ilm-fan, texnologiya, ta'lim, madaniyat, ishchi kuchi kapitali va hokazolarda qo'llaniladi. Masalan, WEF Technology Index, Science and Technology Capacity Index RAND Corporation, Global Creativity Index, Innovative Culture Index, Green Innovation Index yordamida ekologik innovatsion rivojlanish (Eco-innovation Development) ni baholaydi. Bundan tashqari, ayrim davlatlar o'rtasida tuzilgan ittifoqlar uchun ham alohida indekslar ishlab chiqilgan, masalan, Summary Innovation Index faqat Yevropa Ittifoqi mamlakatlari uchun qo'llaniladi.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, texnik yangiliklarning harakatlantiruvchilari – bu, o'z faoliyatida davlat yordamiga tayanuvchi kichik ilmiy-texnik va innovatsiya firmalari hisoblanadi. Masalan, AQSHda texnologik yangiliklarni joriy etish 80-yillardan boshlab iqtisodiy jarayonlarni davlat tomonidan boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari va nufuzli jihatlaridan biriga aylandi. Innovatsion muhit kichik korxonalar faoliyatini boshqarishning sof bozor mexanizmlari samarasizligini namoyon qiladi va davlat tomonidan innovatsion biznesni qo'llab-quvvatlash dasturini ishlab chiqish va amalga oshirishga majbur qiladi. AQSHda bunday dasturlar 1982-yilda "Kichik biznesda novatorlik tadqiqotlarini rivojlantirish to'g'risidagi" Qonun qabul qilingandan keyin keng qo'llanila boshlandi. 1992-yilda Small Business Technology Transfer – STTR dasturi ishlab chiqilib, u kichik biznes korxonalari uchun davlat tadqiqot tashqilotlarining shartnoma asosida faoliyatini qo'llab-quvvatlash bilan shug'ullanadi. Dasturning asosiy maqsadi – kichik

kompaniyalarning yangi texnologiyalar asosida raqobatbardosh tovarlar yaratish uchun zarur moliyaviy imkoniyatlarini kengaytirish, shuningdek, davlat ilmiy tadqiqot tashqilotlarini qo‘shimcha mablag‘ va vositalar bilan ta‘minlashdan iboratdir. Bundan tashqari, dasturning yana bir maqsadi – universitet va federal ilmiy markazlar uchun ular tomonidan ishlab chiqiladigan yuqori texnologik mahsulotlarni kichik biznes korxonalarining tijorat borasidagi tajribasidan foydalangan holda bozorga chiqarish bo‘yicha zarur imkoniyatlarni yaratish hisoblanadi. Innovatsiya loyihalarining hayot sikli turli bosqichlarni bosib o‘tadi: birinchi bosqich tugallangandan so‘ng 35 % loyihalar davom ettirish uchun mablag‘ va vositalar bilan ta‘minlanadilar; ikkinchi bosqich tugagandan so‘ng 50% loyihalar qo‘llab-quvvatlanadi. Ikkinchi bosqichda 23% moliyalashtiriladigan loyihalar «yuqori novatorlik loyihalari» sifatida tavsiflanadilar. O‘tkazilgan so‘rovlar natijasiga ko‘ra, bunday dasturlar amal qilmasa, kichik firmalar tomonidan qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan loyihalarning faqat 16 foizigina amalga oshirilishi mumkin ekan. Ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari (ITTKI – NIOKR)ga federal fondlarni birlamchi taqsimlash bo‘g‘ini bo‘yicha amalga oshiriladi. Hukumat maqsadli subsidiyalar, dotatsiyalar tadqiqot stipendiyalarini fundamental fanlar va ishlab chiqarish o‘rtasida uzoq muddatli aloqalar o‘rnatilganligi uchun ajratadi. Universitet olimlari sanoat kompaniyalari uchun qiziqarli bo‘lgan muammolar bilan shug‘ullanadigan injenerlik markazlarini tuzadi. Milliy ilmiy jamg‘arma bunday markazlar uchun infratuzilmani yaratadi, ITTKIlar esa, buyurtmachilar tomonidan moliyalashtiriladi. Davlat idoralari tadqiqotchilik loyihalarida teng huquqli moliyaviy hamkor sifatida qatnashadilar.

Ilmiy siyosatni amalga oshirishda AQSH hukumatining roli kuyidagilarda ifodalanadi:

- fundamental ilmiy g‘oyalar zaxirasini yaratadi va yangi texnologiyalarni ishlab chiqish uchun zarur mutaxassislarni tayyorlashga yordam beradi;
- ilmiy - texnik loyihalarning moliyaviy risklarini kamaytiradi;
- akademik va amaliy fanlar o‘zaro munosabatlarini tashqil etishda vositachilik funksiyasini amalga oshiradi;

- ilmiy sohada nomutanosiblikni bartaraf etadi, ilm-fan moddiy-texnik bazasi qoloqligining oldini oladi, ilmiy tadqiqotlarning axborot bazasini rivojlantiradi.

Ilm-fan sohasidagi siyosatdan tashqari, turli davlat mahkamalari doirasida ijtimoiy xarakterdagi tadbirlar ham amalga oshiriladi. Ular bevosita moliyaviy ko‘makni ko‘zda tutuvchi biznesning innovatsiya faolligiga qaratilgan bo‘ladi, masalan, kichik firmalarda yangiliklarni joriy etishni qo‘llab-quvvatlash dasturlari bo‘yicha faoliyat shular jumlasidandir. Amaliy tadqiqotlarni yuritish uchun Milliy ilmiy jamg‘arma mablag‘laridan foydalanilib, ular tomonidan yaratilgan yangiliklarni joriy qilish markazlarini shakllantirishga yordam beradi va davlat mablag‘lari hisobidan innovatsiya firmalariga tavakkalchilik kapitalini ajratadilar. Tavakkalchilik kapitali uchun maqsadli jamg‘armalar, shuningdek, o‘z budjeti hisobidan mablag‘lar ajratuvchi alohida shtatlar va shaharlar miqyosida ham shakllantiriladi. AQSH uchun davlatning innovatsion faolligiga ta‘sir etishining o‘ziga xos yo‘nalishlaridan biri tovarlar va xizmatlarni o‘zlashtirish uchun mo‘ljallangan shartnoma tizimi hisoblanadi. Davlat daridlari – yangiliklarni joriy etish «talabi»ning muhim unsuridir. Ancha katta savdo hajmiga ega bo‘lgan kafolatli bozorning mavjudligi ishlab chiqaruvchi firmalarga ishlab chiqarish ko‘lamini kengaytirish va tajriba bo‘yicha tejamkorlik asosida sarflarni keskin qisqartirishga imkon beradi. Yangiliklarning texnik ekspluatatsiya parametrlarini yaxshilash bilan bir qatorda, xarajatlarni qisqartirish, uning bozorga chiqishi va taqsimlanishida yetarli darajadagi samaradorligini oshirish imkonini yaratadi. Federal mahkamalarga qarashli ko‘pgina shartnomalarning raqobatlilik xususiyatiga egaligi shartnomalarda kelishilgan majburiyatlarni qondirishga xizmat qiluvchi bir nechta turli yangiliklarni birdaniga yaratishga yordam beradi. Bunda federal hukumat faqat bitta ta‘minotchiga taya‘nib qolmaslikka harakat qiladi va yangi mahsulotlar harid qilish bo‘yicha birdaniga bir necha ishlab chiqaruvchilar bilan shartnomalar tuzadi. Mahkama o‘z asosiy ta‘minotchisidan boshqa firmalarga shunday mahsulotlar ishlab chiqarish uchun litsenziyalar berishni talab qiladi, bu esa, yangiliklarni ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida raqobatning yanada kuchayishiga olib keladi.

Davlat yangiliklarni ishlab chiqaruvchi xorijiy subyektlar uchun to‘siq qo‘yib, milliy ishlab chiqaruvchilar uchun tajriba to‘plashga imkon beradi. Jumladan, yangiliklar asosida turuvchi ko‘pgina kashfiyotlar hukumat buyurtmasi va mablag‘lariga ko‘ra yaratilgan. Avvalo, mutlaq davlat bozori uchun mo‘ljallangan mahsulotlar asta-sekinlik bilan fuqarolik tarmoqlari uchun ishlab chiqarila boshlandi. AQSHda tahminan o‘n besh ming atrofida kichik innovatsiya firmalari hisobga olingan. Hisob-kitob qilinishicha kichik firmalar yiriklarga nisbatan ikki marta ko‘p yangiliklar yaratadilar, eng yangi mahsulotlar esa, bunday firmalarda 2,5 marta ko‘p yaratiladi. Mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab, uni tijoratlashtirish va yangi mahsulot bilan bozorga chiqishgacha bo‘lgan vaqt davriyligi kichik firmalarda 2,2-yilga teng bo‘lsa, yirik firmalarda bundan 1,5 marta ko‘p vaqtni talab etadi. ITTKIga qilinadigan 1 dollarlik xarajat hisobiga kichik tadbirkorlik yirik korporativ tadbirkorlikka nisbatan 24 marta ko‘p yangiliklar yaratar ekan.

Ikkinchi jahon urushidan keyin Yevropa davlatlarida innovatsion jarayonlarning faollashuvi ilm-fan va texnikaning zamonaviy yutuqlari asosida yangi mahsulotlarni ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yilishini ta’minladi.

Ilmiy-texnologik va innovatsion rivojlanishning ustuvor yo‘nalishlarini aniqlab olish Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida davlat innovatsiya siyosatini shakllantirishning muhim elementi hisoblanadi. Bu esa, o‘z navbatida, quyidagi sabablar bilan izohlanadi:

- globallashuv va raqobat kurashining kuchayotganligi;
- texnologiyalarning takrorlanishini oldini olish maqsadida milliy innovatsion tizimlarni integratsiyalashuvini ta’minlashning zarurligi.

Yevropa Ittifoqi mamlakatlari innovatsion faoliyatni davlat tomonidan bevosita va bilvosita tartibga solish usullaridan keng foydalanmoqda. Jumladan, innovatsion faoliyatni bevosita tartibga solishda subsidiyalar, soliq imtiyozlari, budjet ssudalari berish, grantlar ajratish, davlat shartnomalarini tuzish, inkubatorlar, ilmiy va texnologik parklar tashqil etish kabi usullardan keng foydalanilmoqda.

Innovatsion faoliyatni bilvosita tartibga solishda esa, maqsadli soliq imtiyozlari berish, jadallashtirilgan amortizatsiya qo'llash, kredit olganda soliqqa tortishni kamaytirish, dividendlardan olinadigan soliq stavkasini pasaytirish, innovatsion korxonalarni tashqil etish uchun davlat mulkini imtiyozli yoki qaytarib olmaslik sharti asosida berish, innovatsion tavsifdagi yirik loyihalarda hissali ishtirok shaklida qatnashish, venchurli moliyalashtirishni rag'batlantirish, davlat kafolatlarini taqdim etish kabi usullardan foydalanilmoqda.

Evropa Ittifoqi mamlakatlarining tajribasidan kelib chiqqan holda, innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning bevosita va bilvosita usullaridan kompleks foydalanishni joriy etish maqsadga muvofiq. Xususan, innovatsion loyihalarni moliyalashtirishda davlat va xo'jalik yurituvchi subyektning hissali ishtirok etishini ta'minlash, olinadigan dividendlarga nisbatan past darajadagi soliq stavkalarini qo'llash innovatsion loyihani investitsiyalash samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Taraqqiy etgan boshqa mamlakatlarda ham innovatsion investitsiyalashni rag'batlantirish maqsadida soliq imtiyozlaridan keng foydalaniladi. Davlatlar kesimida ko'rib chiqadigan bo'lsak, mazkur soliq imtiyozlari quyidagi shakllarda amaliyotga joriy qilingan:

- Yaponiyada yangi texnika va texnologiya'ni tadqiq qilish va ishlab chiqish maqsadida ishlatiladigan uskunaga investitsiya qilayotgan sanoat kompaniyalariga mazkur investitsiyalarning 7 foizi miqdorida foyda solig'idan chegirma beriladi;

- Buyuk Britaniyada kompaniyalarga, yangi mashina va uskunalarni ishlab chiqarishni joriy etganda, birinchi yilda soliq imtiyozlari beriladi;

- Irlandiyada yangi uskunalarni ekspluatatsiya qilishning birinchi yilida beriladigan soliq imtiyozi 100 foizni tashqil etadi.

Fransiya va Germaniyada innovatsion investitsiyalashni moliyaviy raqobatlantirishda soliq imtiyozlari emas, balki amortizatsiya siyosati muhim o'rin tutadi. Mazkur mamlakatlarda kompaniyalarga yangi texnika va uskunalarga birinchi yilda hisoblangan amortizatsiyalarni to'liq balansdan chiqarish huquqi berilgan.

Yevropa Ittifoqida innovatsiyalarni investitsiyalash jarayoniga salbiy ta'sir etayotgan omillardan biri integratsiyaga qarshi jarayonlarning chuqurlashayotganligi hisoblanadi. Bu esa, ko'pchilik mutaxassislar va siyosatchilarning fikriga ko'ra, Yevropa Ittifoqi chegarasining sharqqa qarab kengayganligi bilan izohlanadi.

Taraqqiy etgan mamlakatlarda ilmiy tadqiqot xarajatlarining asosiy qismini davlat qoplaydi. Masalan, Fransiyada 2008-yilning 1-yanvaridan boshlab, summasi 100 mln. yevrogacha bo'lgan ilmiy-tadqiqot ishlarining 30 foizi, 100 mln. yevrodan ortiq bo'lganlarining 50 foizi davlat tomonidan qoplangan. AQSHda ilm-fan xarajatlarining qariyb yarmi, Buyuk Britaniyada 50 foizdan ortiq qismi, Germaniyada 40 foizdan ortig'i davlat tomonidan moliyalashtiriladi.

O'tish iqtisodiyoti jarayonlari mavjud davlatlarda iqtisodiyotni innovatsiyalashish darajasi taraqqiy etgan mamlakatlarnikiga nisbatan ancha past. Masalan, Rossiyada ilmiy tadqiqot va ishlanmalarga qilingan xarajatlarning YaIMga nisbatan salmog'i 1,12 foizni tashqil etadi va ushbu korsatkich bo'yicha dunyoda 30-o'rinni egallaydi. Bitta olimga to'g'ri keladigan ilm-fan xarajatlari 19 ming AQSH dollarini tashqil qiladi. Holbuki, ushbu ko'rsatkich Germaniyada 131 ming dollarni, Janubiy Koreyada esa, 147 ming dollarni tashqil qiladi.

Asosiy kapitalni yangilash innovatsion rivojlanishning muhim masalalaridan biri hisoblanadi. O'zbekistonda asosiy fondlarning 60 foizdan ortiq qismi jismonan eskirgan. Ayniqsa, qishloq xo'jalik mashinasozligi va qurilish materiallari sanoatida innovatsion faollik darajasi past. ITTKIning moliyalashtirish masalalari hozirgi kundagi eng dolzarb muammolardan biri hisoblanadi. Davlat va nodavlat manbalari nisbatidan mamlakatda innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining takomillashganlik darajasiga baho berish mumkin (7.4-jadval).

Jahon amaliyotida ITTKIning moliyalashtirishda davlat va biznes sektorlarini roli

7.4-jadval

Mamlakat	ITTKIga	ITTKIning moliyalashtirishda
-----------------	----------------	-------------------------------------

	xarajatlar, mlrd. AQSH doll.	sektorlarni ulushi, %		
		<i>biznes</i>	<i>davlat</i>	<i>boshqa manbalar</i>
AQSH	312 535	64	31	5
Yaponiya	118 026	75	18	7
Germaniya	61 712	67	30	3
Fransiya	40 363	52	38	10
Buyuk Britaniya	32 197	44	33	23
Xitoy	115 197	67	26	7
Kanada	22 702	47	34	19
Ispaniya	13 208	48	41	11
Rossiya	16 669	30	62	8
Polsha	2 895	30	61	9
Koreya Respublikasi	31 632	75	23	2

Jadvaldan ko‘rinib turganidek, turli davlatlarda ITTKIning moliyalashtirishda davlat va biznes sektorlarni ulushi farqlanadi. Masalan, Yaponiya, Germaniya, Koreya, AQSH va Xitoy davlatlarida ITTKIning moliyalashtirish hajmining 60%dan ortiqroq biznes sektorga to‘g‘ri keladi. Ushbu sohani moliyalashtirishda davlat ulushi yuqori bo‘lgan davlatlarga esa Rossiya, Polsha, Fransiya kabi mamlakatlar kiradi.

Milliy innovatsion tizimini rivojlantirish bo‘yicha Osiyoning Janubiy-Sharqiy mamlakatlar tajribasi alohida e‘tiborga loyiq hisoblanadi. Gonkong hukumati innovatsiyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash Dasturini amalga oshirdi (The Innovation and Technology Support + Programme – ITSP). Uning asosiy maqsadi – sanoatni innovatsiya va texnologik qayta tuzishga yo‘naltirilgan ITTKIning amalga oshirishda rag‘batlantirish faoliyatini ko‘rsatishdir. Dastur ishtirokchilari asosan universitetlar, ilmiy tashqilotlar, kompaniyalar va savdo uyushmalari bo‘ladilar.

Dastur doirasida arizalarni baholash va loyihalarning kelgusida bajarilishini nazorat qilish bilan shug‘ullanuvchi yettita qo‘mita tuzilgan, Qo‘mita tarkibiga olimlar, tadbirkorlar, shuningdek,

hukumat boshliqlari kiritilgan. Zarur bo'lganda xorijdan ekspertlar jalb qilinadi. Tadqiqotlar va ishlanmalar loyihalarini moliyalashtirish bo'yicha baholash va qaror qabul qilish quyidagi mezonlarni inobatga olgan holda amalga oshiriladi:

- loyihalar Gonkong sanoatini innovatsiya va texnologik jarayonlarini kayta tarkibiy uzgartirishga sezilarli hissa qo'shishi lozim;

- loyiha natijalari faqat bir kompaniyadagina emas, balki sanoatning bir yoki bir nechta tarmoqlarida qo'llana olishi lozim;

- loyiha aniq texnologik ijobiy xususiyatlarga ega bo'lishi shart.

Singapurda davlat venchur investitsiyalar tavakkalini Texnologik Investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash Dasturi orqali qisman moliyalashtiradi. (Technopreneur Investment Incentive Scheme – TII). Bu dastur endi ish boshlagan kompaniyalarga investitsiyalardan kutiladigan zararlarni sug'urtalash imkoniyatini beradi. TII Statusiga ega kompaniya o'z investorlari uchun 3 mln. singapur dollaridan oshuvchi qiymatdagi investitsiya uchun sertifikat chiqarish huquqiga ega. Bunday sertifikatga ega bo'lgan investorlar qimmatbaho qog'ozlar ishlatilishi mumkin bo'lgan muddat ichida investitsiyalardan keladigan har qanday yo'qotuvlarni soliqqa tortiladigan o'z daromadlari hisobidan ajratishlari mumkin.

Koreya Respublikasida kichik biznesni moliyalashtirish tizimida kafolatli kredit jamg'armasi muhim rol o'ynaydi. U hukumat va ixtisoslashtirilgan moliya idoralari mablag'lari hisobidan tashqil etilgan. Jamg'armasi kreditli kafolatlarni qarz evaziga iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarida faoliyat yurituvchi kichik va o'rta korxonalar uchun beradi. Agar qarz bank tomonidan kichik va o'rta korxonalarining asosiy fondlarini investitsiyalash uchun taqdim etilsa, bunda 150 mln. von.gacha bo'lgan qiymatdagi qarz avtomatik tarzda 70 % sug'urtalanadi. Komission to'lov hajmi —yillik 1 % (yirik korxonalar uchun – 1,5 %).

Rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda innovatsion jarayonlarni tashqil qilish shundan dalolat keritini, real sektordan ITTKIlarni moliyalashtirish rivojlanayotgan davlatlarda rivojlangan davlatlarga nisbatan 5,5 marta kam. Asosan rivojlanayotgan mamlakatlarda ITTKI davlat tomonidan moliyalashtiriladi.

Shunday qilib, rivojlangan iqtisodiyotli mamlakatlarda davlatning innovatsiya faolligiga ta'siri quyidagi yo'nalishlarda o'z aksini topadi:

- birinchidan, davlat ilmiy-texnik g'oyalar taklifini va ishlanmalarni amalga oshirish uchun zarur infratuzilmasini shakllantiradi;

- ikkinchidan, davlat innovatsiya korxonalarini o'z faoliyatini amalga oshiradigan iqtisodiy muhitni shakllantiradi;

- uchinchidan, davlat mahkamalari xaridlari keyinchalik xo'jalik amaliyotida keng tarqaladigan va qo'llaniladigan ko'pgina yangiliklarni joriy etish borasida boshlang'ich talabni shakllantiruvchi sifatida qatnashadi.

Buning uchun quyidagi muammolarni hal etishga e'tibor berish zarur:

- milliy innovatsiya tizimini istiqbolli rivojlanishini takomillash-tirish, iqtisodiy siyosatga asosan uni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish;

- milliy iqtisodiyot tarmoqdarini samarali rivojlantirish uchun zarur bo'lgan innovatsion investitsiya mablag'larini jalb etish bo'yicha innovatsion investitsiya siyosatini ishlab chiqish;

- xorijiy innovatsiya mablag'larini jalb etishni respublika iqtisodiy mintaqalari xususiyatlari va tabiiy resurslaridan kelib chiqqan holda innovatsion faoliyatini rivojlantirish, uning jozibadorlik darajasini oshirish;

- innovatsion ilmiy faoliyatni rivojlantirish, ishlab chiqarishda texnologik yo'nalishda raqobatbardosh yangiliklarni yaratish uchun innovatsion tadbirkorlik faoliyatini olib boruvchi subyektlarni zarur bo'lgan ilmiy xodimlar va yuqori malakali mutaxassislar bilan ta'minlash lozim.

Shu bilan birga, innovatsion faoliyatni investitsiyalashtirishda aholi jamg'armalaridan foydalanishni rivojlantirish zarur. Buning uchun esa ularni davlat banklarida to'planishni rag'batlantirish uchun birinchidan, bank qo'yilmalari uchun to'lanadigan foiz darajalarini qayta ko'rib chiqish zarur bo'lsa; ikkinchidan, maxsus innovatsion investitsiyalashtirish bilan bog'liq bo'lgan qimmatli qog'ozlar zayomlarni chiqarish zarur; uchinchidan, innovatsion

yangiliklar asosida ishlab chiqarish subyektlarining oladigan foydalari darajasini o'sishidan innovatsion investorlar manvafaatdorligini oshirish zarur.

Nazorat va o'z-o'zini tekshirish uchun savollar

1. Innovatsion salohiyatning mazmuni, tarkibini aytib bering?
2. Innovatsion salohiyatning amal qilish tamoyillari nima?
3. Innovatsion salohiyat shakllanish bosqichlari.
4. Innovatsion salohiyatning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar nima?
5. Innovatsion salohiyatdan foydalanish darajasini baholash uslubiyatini aytib bering?
6. Respublikaning innovatsion salohiyatidan foydalanish holati va uning qiyosiy tahlili.
7. Innovatsion salohiyatdan samarali foydalanishning xorij tajribalari.
8. O'zbekistonda innovatsion salohiyatdan samarali foydalanishning qaysi xorijiy tajribalari qo'llashning ustuvor yo'nalishlari mavjud.

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, "O'zbekiston" NMIU, 2017-yil.
2. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
3. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi "2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 22.09.2018 y.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi "Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga

innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori // Xalq so'zi. 08.05.2018 y.

6. Druker Piter F. Biznes i innovatsii. – M.: OOO «ID Vilyame». 2009, 432 s.

7. Yo'ldoshev N.Q., Mirsaidova Sh.A., Goldman Y.D. Innovatsion menejment. Darslik. –T.: TDIU. 2011, 438 b.

8. Lundvall B. (ed.). National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. London: Pinter Publishers, 1992.

9. Gulyamov S.S. Novaya terminologiya v innovatsionnoy ekonomike: «umnoe obrazovanie» // Ilm-fan va innovatsion rivojlanish. №3. 2018. 17-22-b.

10. Nurumbetov R. Innovatsion salohiyat – zamonaviy iqtisodiyotni rivojlantirish poydevori. BIZNES-EKSPERT. 2017. №5. 46-56 b.

11. Shokirova F.N. Innovatsiyalar asosida barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashning ayrim nazariy jihatlarini. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 5, sentabr-oktabr, 2018.

12. Zaynutdinov Sh.N. Innovatsion salohiyatni oshirish strategiyasi. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. 2011. № 1.

8-MAVZU. INTELLEKTUAL KAPITAL, INTELLEKTUAL MULKNI SHAKLLANTIRISH VA BOSHQARISH

Mutlaq huquq obyektini boʻlgan intellektual faoliyat natijalari va oʻziga xos vositalaridan uchinchi shaxslar huquq egasining ruxsati bilan foydalanishlari mumkin”³.

O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi.

Reja:

1. Intellektual mulk va kapital tushunchasi.
2. Intellektual huquqlar.
3. Intellektual mulk va kapitalni muhofaza qilishning ahamiyati.
4. Intellektual mulk va kapital obyektlarini muhofaza qilish usullari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Intellektual mulk, intellektual huquq, intellektual faoliyat, intellektual faoliyat natijalari, intellektual mulk obyektlari, tovar belgisi, litsenziya, patent, mualliflik huquqi, patent huquqi, litsenziya turlari, royalti, intellektual mulkni boshqarish.

1. Intellektual mulk va kapital tushunchasi

Intellektual faoliyat natijalarining yangi mahsulotlar, xizmatlar va texnologiyalarda ifoda etuvchi qiymatga transformatsiyalanishi asosida innovatsion iqtisodiyot va bilimlar iqtisodiyotining taraqqiyoti jadallashadi va uning koʻlamlari tobora kengayib boradi. Raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishda intellektual resurslar ahamiyatining ortib borishi mahsulot ishlab chiqarish usullarining oʻzgarishiga, bilimlarning yangi qiymat yaratilishida eng muhim omilga aylanishiga olib keladi. Innovatsion biznes muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri intellektual faoliyat

³O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi. www.lex.uz

natijalariga egalik qilish hisoblanadi, shu sababli ham, zamonaviy kompaniyalarning raqobatbardoshligi va serdaromadlilik darajasi ko'p jihatdan, intellektual mulk sifatidagi resurslarning mavjudligi bilan belgilanadi.

Mamlakatimiz qonunchiligiga binoan, intellektual faoliyat natijalari va ularga tenglashtirilgan, ayni paytda huquqiy himoya ta'min etiluvchi tovarlar, xizmatlar, shaxsiylashtirish vositalari kabilar intellektual mulk sifatida tushuniladi. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksining 97-moddasida intellektual faoliyat natijalariga quyidagicha ta'rif berilgan: "Ushbu Kodeks va boshqa qonunlarda belgilangan hollarda va tartibda intellektual faoliyatning aniq ifoda etilgan natijalari hamda yuridik shaxsning bu natijalarga tenglashtirilgan o'ziga xos vositalari, ana shu ishlar yoki xizmatlarni ado etayotgan jismoniy yoki yuridik shaxsning mahsulotlari (firma nomi, tovar belgisi, xizmat ko'rsatish belgisi va hokazo)ga nisbatan fuqaroning yoki yuridik shaxsning mutlaq huquqi e'tirof etiladi.

Mutlaq huquq obyektini bo'lgan intellektual faoliyat natijalari va o'ziga xos vositalaridan uchinchi shaxslar huquq egasining ruxsati bilangina foydalanishlari mumkin. Boshqacha aytganda, intellektual mulk – tegishli huquqiy mexanizmlar bilan himoyalangan intellektual aktivlar hisoblanadi. Intellektual mulk muhofazasining mustahkam tizimiga ega bo'lishi lozim. Intellektual mulk muhofazasi ixtirochilar va ijodkorlarni qo'llab-quvvatlash, ularning yangiliklaridan foydalanish uchun sohaga investitsiyalarni jalb qilishni taqozo etadi. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksining 1031-moddasiga ko'ra, intellektual mulk obyektlari uch guruhga bo'linadi:

1. Intellektual faoliyat natijalari:

- fan, adabiyot va san'at asarlari;
- ijrolar, fonogrammalar, efir yoki kabel orqali ko'rsatuv yoxud eshittirish beruvchi tashqilotlarning ko'rsatuvlari yoki eshittirishlari;
- elektron hisoblash mashinalari uchun dasturlar va ma'lumotlar bazalari;
- ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari;
- seleksiya yutuqlari;

- oshkor etilmagan axborot, shu jumladan ishlab chiqarish sirlari (nou-xau).

2. Fuqarolik muoamalasi ishtirokchilarining tovarlar, ishlar va xizmatlarning xususiy alomatlarini aks ettiruvchi vositalar:

- firma nomlari;
- tovar belgilari (xizmat ko'rsatish belgilari);
- tovarlar chiqarilgan joy nomi.

3. Intellektual faoliyatning boshqa natijalari hamda fuqarolik muoamalasi ishtirokchilarining tovarlar va xizmatlarning xususiy alomatlarini aks ettiruvchi vositalar.

Bugungi kunda butun dunyoda intellektual mulk obyektlarini tarkiblarga ajratish, obyektlarga huquqiy rejim berish, huquq egalari manfaatlarini himoya qilish tizimini soddalashtirish orqali kodifikatsiya jarayoni olib borilayotgani ko'zga tashlanmoqda.

Bizning intellektual mulk obyektlarini huquqiy muhofazalash sohasida amaldagi qonunchiligimiz bevosita mulkka egalik va ilmiy-texnik ijodiyot erkinligi huquqlari ifoda etgan Konstitutsiya'ning IX bo'limi 36 - va 42 - moddalaridan kelib chiqqan holda ishlab chiqilgan. Intellektual mulk obyektlarini yaratish, muhofazalash va foydalanish bilan bog'liq huquqiy munosabatlar fuqarolik huquqi sohasi hisoblanadi va O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi bilan tartibga solinadi. O'zbekistonda intellektual mulk huquqlarini muhofazalash bilan bog'liq masalalarni tartibga soluvchi quyidagi qonunlar amal qiladi:

- 1996-yil 30 avgustda qabul qilingan "Mualliflik huquqlari va turdosh huquqlar to'g'risida"gi qonun;

- 1994-yil 6-mayda qabul qilingan va 1997-yil 26-dekabrda o'zgartirilgan "Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to'g'risida"gi qonun;

- 1993-yil 7-mayda qabul qilingan va 1997-yil 26-dekabrda o'zgartirilgan "Tovar belgilari va xizmat ko'rsatish belgilari to'g'risida"gi qonun;

- 1994-yil 6-mayda qabul qilingan "EHM va ma'lumotlar bazalari uchun dasturlarni huquqiy muhofazalash to'g'risida"gi qonun;

- 1996-yil 30-avgustda qabul qilingan "Seleksiya yutuqlari to'g'risida"gi qonun;

• 2001-yil 12-mayda qabul qilingan “Integral mikrochizmalar topologiyasini huquqiy muhofazalash to‘g‘risida”gi qonunlardir. Mamlakatimizda xalqaro amaliyotdan kelib chiqqan holda, huquqiy muhofaza qilinuvchi intellektual mulk obyektlariga quyidagilar kiritilgan:

1), ilm-fan, adabiyot va san’at asarlari; 2) elektron hisoblash mashinalari uchun dasturlar; 3) ma’lumotlar bazalari; 4) ijro; 5) fonogramma; 6) efir orqali xabarlar yuborish yoki kabel orqali radio eshittirish va teleko‘rsatuvlar uzatish; 7) ixtirolar; 8) foydali modellar; 9) sanoat namunalari; 10) seleksiya yutuqlari, 11) integral mikrosxemalar, 12) tijorat sirlari (nou-xau); 13) firma nomlari, 14) tovar va xizmat ko‘rsatish belgilari, 15) tovarlarning kelib chiqishi bo‘yicha joy nomlari; 16) tijorat-savdo belgilari.

Intellektual mulk obyektlarining bu yopiq ro‘yxati intellektual faoliyatning barcha natijalari muhofaza qilinishini anglatmaydi, o‘z navbatida barcha bilimlarni ikki katta guruhga bo‘lishimiz mumkin bo‘ladi: 1) amaldagi huquqiy mexanizmlar orqali muhofaza qilish imkoni mavjud bo‘lmagan bilimlar (g‘oyalar, nazriyalar, kashfiyotlar); 2) muhofazalanadigan bilimlar. Muhofazalanadigan bilimlar o‘z navbatida qandaydir sabablar bilan muhofazalanmasdan qolgan va huquqiy jihatdan himoyalangan intellektual mulkka bo‘linadi. Amaldagi qonunchilik intellektual faoliyat natijalarini himoyalash borasida turli intellektual mulk obyektlarini tasarruf etish, foydalanish va ularga egalik qilish tartibini belgilab beruvchi turli huquqlar (mualliflik huquqi, patent huquqi va hokazo) larni ko‘zda tutadi.

Mualliflik huquqi quyidagi biron-bir obyektiv shaklda bo‘lgan oshkor qilingan asarlarga ham, oshkor qilinmagan asarlarga ham tatbiq etiladi:

- yozma (qo‘lyozma, mashinkalangan yozuv, notali yozuv va hokazo);
- og‘zaki (omma oldida so‘zlash, omma oldida ijro etish va hokazo);
- ovozli yoki video yozuv (mexanik, magnitli, raqamli, optik va hokazo);

- tasvir (rasm, eskiz, manzara, tarh, chizma, kino-, tele-, video-yoki fotokadr va hokazo);
- hajmli-fazoviy (haykal, model, maket, inshoot va hokazo);
- boshqa shakllardagi.

Mualliflik huquqi g'oyalar, prinsiplar, uslublar, jarayonlar, tizimlar, usullar yoki konsepsiyalarga emas, balki ifoda shakliga nisbatan tatbiq etiladi.

Intellectual mulk va kapital obyektlari va ularni himoya qilish uchun huquqiy rejimlar

Intellectual mulk obyektlarini boshqarishda, vujudga kelgan muammolarga huquqiy jihatdan yondashuv borasida huquqiy kategoriya-larning o'rnini katta. Moddiy mol-mulkka egalik qilishda bo'lgani kabi intellectual mulk ham egalik qilish, undan foydalanish va tasarruf etish huquqi mavjudligini belgilaydi. Biroq, himoya obyektlarining nomoddiylikni intellectual mulkning o'ziga xos jihatlari ko'rsatadi, ya'ni intellectual mulk qancha iste'mol qilinmasin, u tugamaslik tavsifiga ega bo'lib qolaveradi. Agar siz biror bir mulkdan moddiy buyum yoki ashyo olar ekansiz, ushbu vaziyatda u o'z moddiy mulkidan ayriladi va mulk huquqi bevosita sizga o'tadi. Mabodo siz o'zgalarning intellectual faoliyati natijalariga egalik qiladigan bo'lsangiz, siz o'zingizga tegishli bo'lmagan bilimlarga ega bo'lasiz, bundan mavjud bilimlar kamaymaydi, tugamaydi va hatto o'zining dastlabki egasini o'zgartirmaydi ham. Intellectual mulk masalalarini qarab chiqar ekanmiz, ko'pincha intellectual mulkning bir qismi sifatida sanoat mulki tushunchasidan foydalanishga to'g'ri keladi.

Intellectual mulk huquqiga oid qonunchilik tarixan ikki yo'nalishda rivojlanib kelgan: 1) mualliflik huquqi to'g'risidagi qonunchilik va 2) sanoat mulki to'g'risidagi qonunchilik. Sanoat mulkini muhofazalash bo'yicha Parij konvensiyasiga muvofiq, sanoat mulki tushunchasi nafaqat sanoat yoki savdoga nisbatan qo'llaniladi, balki keng ma'noda qishloq xo'jaligi, undiruvchi sanoat va kelib chiqishi tabiiy yoki sanoat ishlab chiqarishi bilan bog'liq bo'lgan: sharob, g'alla, meva, qoramol, foydali qazilmalar, mineral suvlar, gullar, un kabi barcha mahsulotlarga nisbatan ham

qo‘llaniladi. Shunday qilib, “sanoat mulki” atamasi yetarlicha shartli hisoblanadi va intellektual mulkning ishlab chiqarishda (faqat sanoatda emas) foydalanilayotgan bir qismini ifoda etadi. Bular ixtiro patentlari, foydali modellar, sanoat namunalari, tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari, firma nomlari va tovarlarning kelib chiqish joy nomlari kabilar bo‘lishi mumkin. 1970-yillardan boshlab sanoat mulkning zamonaviy konsepsiyasi "nou-xau" ni o‘z ichiga qamrab ola boshladi, so‘nggi paytlarda seleksiya yutuqlari va integral mikrosxemalar topologiyasini ham ular tarkibiga kiritish holati kuzatilmoqda. Ta’kidlash joizki, sanoat mulki obyektlari va mualliflik huquqi obyektlari innovatsion faoliyat mahsulotlariga bevosita bog‘liqdir.

2. Intellektual huquqlar

Iqtisodiyotni innovatsion tarzda rivojlantirishda intellektual salohiyatdan samarali foydalanish bo‘yicha harakatlar rejasiga muvofiq, “Intellektual mulk to‘g‘risidagi qonun hujjatlari takomillashtirilishi munosabati bilan O‘zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga qo‘shimcha va o‘zgartishlar kiritish to‘g‘risida”gi qonun loyihasi ishlab chiqildi. Ushbu qonun loyihasini tayyorlashning zaruriyati bir necha sabablarga asoslangan. Birinchidan, foydali modellar sifatida muhofaza qilinadigan patentga layoqatli obyektlar doirasini kengaytirish. Ikkinchidan, muallifning patent olish uchun talabnoma topshirish hamda sanoat mulki obyektidan foydalanish tartibini aniqlashtirish. Uchinchidan, talabnoma beruvchiga uning istagi bo‘yicha talabnomani ko‘rib chiqish muddatlarini qisqartirish imkoniyatini berish. To‘rtinchidan, talabnoma beruvchining seleksiya yutug‘iga patent berish jarayonini tezlashtirish hamda patent berish muddatlarini qisqartirish. Beshinchidan, talabnoma beruvchiga seleksiya yutug‘iga patent amal qilish muddatini tiklash imkoniyatini berish hamda intellektual mulk muhofazasini ta’minlash. Oltinchidan, tovar belgisiga doir guvohnomani berish muddatlarini aniqlashtirish.

Intellektual mulk instituti mazkur mulk obyektlariga intellektual mulk huquqlarining mavjudligini nazarda tutadi. Ushbu huquqlar qonunchilik tomonidan kafolatlanadi va quyidagilar:

- uchinchi shaxslarga nisbatan mutlaq tavsifga ega bo‘lishi;
- u muhofaza qilinuvchi mamlakat chegaralari bilan cheklanishi;
- amal qilish muddatlarining cheklanganligi bilan tavsiflanadi.

Intellektual mulk huquqining mutlaq tavsifga ega bo‘lishi shunda ko‘rinadiki, u mulkdorning rozilgisiz o‘zgalarning intellektual mulk obyektlaridan foydalanishga yo‘l qo‘yib bergan har qanday shaxsning harakatlariga nisbatan qarshi chiqadi. Intellektual faoliyat natijalariga bo‘lgan intellektual huquqlar mutlaq (mulk) huquqi, shaxsiy nomulkiy huquqlar va boshqa huquqlarni o‘z ichiga qamrab oladi. Moddiy navf olish imkonini beruvchi mutlaq huquq:

- eng avval intellektual faoliyat natijalarining muallifida vujudga keladi;

- qonunga muvofiq shu huquqni qo‘lga kirituvchida paydo bo‘ladi;

- davlat ro‘yxatiga olingan taqdirda u himoyalanaadi;

- Fuqarolik Kodeksida ko‘zda tutilgan hollardan tashqari ma’lum bir muddat davomida amalda bo‘ladi;

- huquq egasiga intellektual faoliyat natijalaridan qonunga zid bo‘lmagan tarzda va o‘z xohishiga ko‘ra foydalanish, boshqa shaxslar tomonidan intellektual faoliyat natijalaridan foydalanilishiga ruxsat berish yoki foydalanishni taqiqlash imkoniyatini beradi;

- huquq egasiga litsenziya shartnomasi asosida intellektual faoliyat natijalaridan boshqa shaxsning foydalanishi uchun ruxsat berish huquqini beradi;

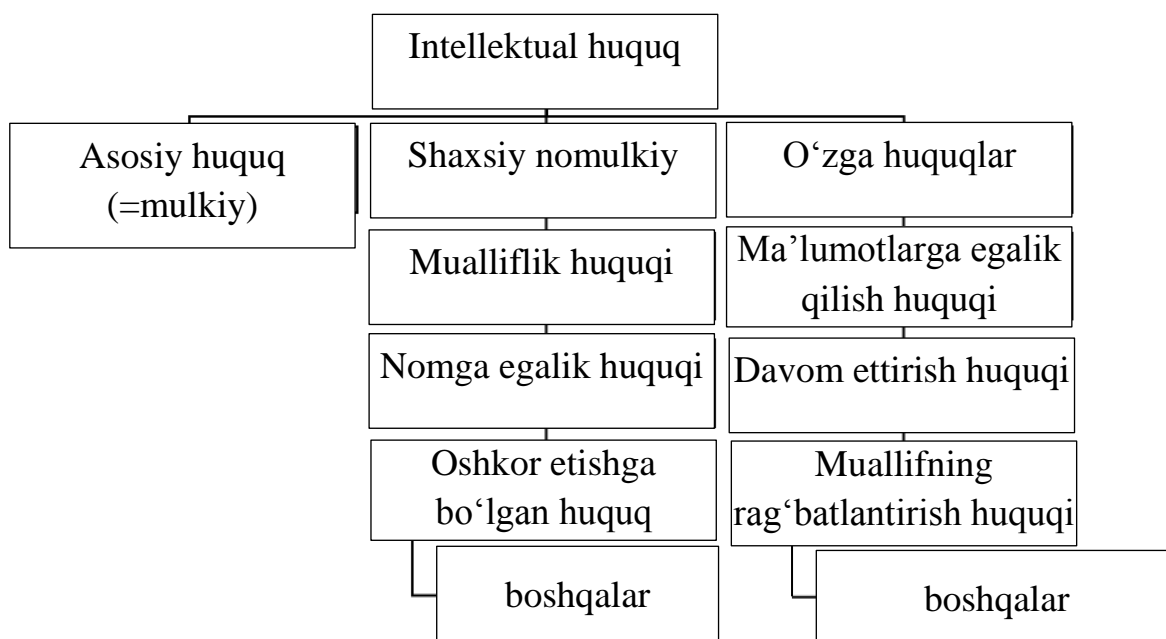
- intellektual faoliyat natijalari ifodalangan moddiy tashuvchilarga mulk huquqi bilan bog‘liq emas.

Shaxsiy nomulkiy huquqlar doimo muallif bilan qoladi, ular ko‘chirilmaydi, meros qoldirilmaydi va abadiy himoyalanaadi. Shaxsiy nomulkiy huquqlar qatoriga mualliflik huquqi, nomga mualliflik huquqi, asarning daxlsizlik huquqi va boshqalar kiradi. O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksining 99-moddasida shaxsiy nomulkiy huquqlar to‘g‘risida quyidagilar keltirib o‘tiladi: “Shaxsning hayoti va sog‘lig‘i, sha’ni va qadr-qimmatini, shaxsiy

daxlsizligi, ishchanlik obro‘si, shaxsiy hayotining daxlsizligi, xususiy va oilaviy siri, nomga bo‘lgan huquqi, tasvirga bo‘lgan huquqi, mualliflik huquqi, boshqa shaxsiy nomulkiy huquqlar hamda tug‘ilganidan boshlab yoki qonunga muvofiq fuqaroga tegishli bo‘lgan boshqa nomoddiy ne‘matlar tartib olinmaydi va o‘zga usul bilan boshqa shaxsga berilmaydi. Vafot etgan kishiga tegishli bo‘lgan shaxsiy nomulkiy huquqlar va boshqa nomoddiy ne‘matlar qonunda nazarda tutilgan hollarda va tartibda boshqa shaxslar, shu jumladan huquq egasining vorislari tomonidan amalga oshirilishi va himoya etilishi mumkin.”⁴

Intellektual mulk to‘g‘risida gapirar ekanmiz, muallif va huquq egasi institutlarini farqlab olishimiz talab etiladi. Oliy Majlis Qonunchilik palatasi tomonidan 2006-yil 23-martda qabul qilingan va Senat tomonidan 2006-yil 9-iyunda ma’qullangan “Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonunining 3-moddasida muallifga – ijodiy mehnati bilan asar yaratgan shaxs, deb ta’rif berilgan. Huquq egasiga esa mualliflik huquqiga nisbatan muallif yoki uning merosxo‘rlari, turdosh huquqlarga nisbatan ijrochi yoki uning merosxo‘rlari, fonogrammani tayyorlovchi, efir yoki kabel orqali ko‘rsatuv yoxud eshittirish beruvchi tashqilot, shuningdek, shartnomada yoki ushbu Qonunda nazarda tutilgan boshqa asos bo‘yicha asarlardan yoxud turdosh huquqlar obyektlaridan foydalanish huquqini olgan boshqa yuridik yoki jismoniy shaxslar sifatida tushuntirish berilgan.

⁴O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi. www.lex.uz



8.1-rasm. Intellectual huquqlar.

Hammualiflarning har biri, agar ular o'rtasidagi kelishuvda boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, asarning o'zi yaratgan, mustaqil mazmunga ega bo'lgan qismidan o'z xohishiga ko'ra foydalanishga haqlidir. Hammualiflar o'rtasidagi munosabatlar, qoida tariqasida, kelishuv asosida belgilanadi. Bunday kelishuv bo'lmagan taqdirda, asarga bo'lgan mualliflik huquqi barcha mualliflar tomonidan birgalikda amalga oshiriladi, mualliflik haqi esa ular o'rtasida teng taqsimlanadi. Agar hammualiflarning asari bo'linmas bir butunni tashqil etsa, asardan foydalanishni yetarli asoslar bo'lmay turib taqiqlab qo'yishga hammualiflardan hech biri haqli emas.

Amaldagi qonunchilik hujjatlariga ko'ra, mutlaq mualliflik huquqlari egasi o'z huquqlaridan xabardor qilish uchun mualliflik huquqining muhofaza belgisidan foydalanishi mumkin bo'lib, bu belgi asarning har bir nusxasida aks ettiriladi va quyidagi uch unsurdan iborat bo'ladi:

- aylana ichidagi lotincha «S» harfi;
- mutlaq mualliflik huquqlari egasining ismi-sharifi (nomi);
- asar birinchi marta chop etilgan-yil.

Mualliflik huquqining muhofaza belgisida ko'rsatilgan shaxs, agar boshqacha hol isbotlangan bo'lmasa, mutlaq mualliflik huquqlari egasi hisoblanadi. Mamlakatimizda intellektual mulk sohasida davlat siyosatini amalga oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi intellektual mulk agentligi tashqil etilgan bo'lib, mazkur agentlikning nizomi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016-yil 24 noyabrdagi 394-sonli qarori bilan tasdiqlangan. Mazkur nizomga ko'ra quyidagilar Agentlikning asosiy vazifalari hisoblanadi:

- intellektual mulk sohasida yagona davlat siyosati amalga oshirilishini ta'minlash, ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari, tovar belgilari va boshqa intellektual mulk obyektlarini huquqiy muhofaza qilish;

- ixtirolar, sanoat namunalari, foydali modellar, tovar belgilari va boshqa intellektual mulk obyektlarini ekspertizadan, ro'yxatdan o'tkazish hamda hisobga olishni tashqil etish va amalga oshirish;

- Davlat patent fondini va intellektual mulkning rasmiy ro'yxatdan o'tkazilgan obyektlari to'g'risidagi ma'lumotlar bazasini shakllantirish va yuritish, ularning saqlanishini hamda iqtisodiyot real sektorining xo'jalik yurituvchi subyektlari, ilmiy tashqilotlar, olimlar va mutaxassislar tomonidan samarali foydalanilishi uchun qulayligini ta'minlash;

- intellektual mulk sohasida zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish, tadbirkorlik subyektlariga va aholiga «yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat interaktiv xizmatlari ko'rsatish;

- korxonalar va tashqilotlarga chet eldagi milliy intellektual mulk obyektlarini huquqiy himoya qilishni ta'minlash bo'yicha konsultativ va amaliy ko'maklashish, shuningdek, intellektual mulk sohasida xalqaro hamkorlikni kengaytirish;

- intellektual mulk sohasida mutaxassislarni qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish.

- Agentlik o'ziga yuklangan vazifalarni bajarish uchun quyidagi funksiyalarni amalga oshiradi:

- intellektual mulk sohasida davlat siyosati va qonunchilikni takomillashtirish masalalari bo'yicha takliflar ishlab chiqadi hamda

ularni ko‘rib chiqish uchun belgilangan tartibda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga taqdim etadi;

- ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari, seleksiya yutuqlari, tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari, tovarlarning kelib chiqish joylari nomi, elektron hisoblash mashinalari (keyingi o‘rinlarda EHM deb ataladi), ma‘lumotlar bazalari va integral mikrosxemalar topologiyasi uchun muhofaza qilish hujjatlari berish yuzasidan buyurtmanomalarni ko‘rib chiqishga qabul qiladi;

- ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari, tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari, tovarlarning kelib chiqish joylari nomlarini davlat ekspertizasidan o‘tkazadi, ko‘rsatilgan obyektlarning ustuvorligini belgilaydi, seleksiya yutuqlari, EHM uchun dasturlar, ma‘lumotlar bazalari va integral mikrosxemalar topologiyalarining rasmiy ekspertizasini o‘tkazadi;

- ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari davlat ro‘yxatidan o‘tkazishni, seleksiya yutuqlari, tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari, tovarlarning kelib chiqish joylari nomlarini ro‘yxatdan o‘tkazishni, EHM uchun dasturlarni, ma‘lumotlar bazalarini rasmiy ro‘yxatdan o‘tkazishni hamda integral mikrosxemalar topologiyalarini ro‘yxatdan o‘tkazishni amalga oshiradi, muhofaza qilish hujjatlarini beradi, O‘zbekiston Respublikasida umumiy ma‘lum bo‘lgan tovar belgilarining tegishli reestrlarini va ro‘yxatini yuritadi;

- ixtiro, foydali model, sanoat namunasi, tovar belgisi, xizmat ko‘rsatish belgisi, tovarlarning kelib chiqish joylari nomi, EHM uchun dasturlar, ma‘lumotlar bazalari va integral mikrosxemalar topologiyalariga, berilgan buyurtmanomalarning belgilangan tovarlarga muvofiqligini tekshirish natijalari bo‘yicha, muhofaza qilish hujjatlarini berish yoki berishni rad etish to‘g‘risida qaror qabul qiladi;

- ko‘rsatilgan seleksiya yutuqlarining patentga loyqlik shartlariga muvofiqligini belgilash natijalari bo‘yicha, O‘zbekiston Respublikasi Qishloq va suv xo‘jaligi vazirligining ixtisoslashtirilgan tashqilotlari xulosalari asosida muhofaza qilish hujjatlarini berish yoki berishni rad etish to‘g‘risida qaror qabul qiladi;

- Muhofaza qilish hujjatlarining va boshqa zarur hujjatlarning yagona shakllarini belgilaydi v.h;
- O‘zbekiston Respublikasining tegishli xalqaro shartnomalaridan kelib chiqadigan majburiyatlarning bajarilishini o‘z vakolatlari doirasida ta’minlaydi.

3. Intellektual mulk va kapitalni muhofaza qilishning ahamiyati

Intellektual faoliyatning natijasi-ilmiy-texnologik mahsulotning- yuqori iste’mol xususiyatlariga ega bo‘lgan bozorbop tovarga aylanishi amalga oshadigan innovatsion soha yangi bilimlar va texnologiyalarga asoslangan zamonaviy iqtisodiyotning taraqqiy etishida hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Aynan, intellektual mulk obyektlari yangi tovarlar va yangi texnologiyalarning asosini tashqil etadi. Innovatsion iqtisodiyotda intellektual mulkning o‘rni va ahamiyati uning ko‘p funktsionalligi bilan belgilanadi.

Intellektual mulk:

- qiymat yaratishning hal qiluvchi omillaridan biri sanaladi;
- egalariga va foydalanuvchilariga sezilarli iqtisodiy foyda keltiradi;
- kompaniyaning uzoq muddatli raqobat afzalliklarini shakllantiradi;
- kompaniya kapitallashuv darajasining oshishiga xizmat qiladi;
- biznesni raqiblardan himoya qiladi;
- litsenzion daromad olish imkoniyatini beradi;
- ishlab chiqarish va sotishni nazorat qilish imkonini beradi;
- standartlarni yaratishga yordam beradi.

Ushbu funksiyalar, agar intellektual mulk samarali himoya qilingan bo‘lsagina, o‘z natijasini ko‘rsatishi mumkin. Tadbirkorlarning intellektual mulkka bo‘lgan qiziqishi asosan yangi texnik yechimlardan foydalanish yoki patentlar va litsenziyalarni sotishdan daromad olish imkoniyatlari bilan ko‘p jihatdan bog‘liq. Odatiy mahsulotlardan farqli o‘laroq, intellektual faoliyat mahsulotlari, davlat tomonidan maxsus huquqiy himoya bilan ta’minlanmagan bo‘lsa, ularning egalariga kafolatli daromad keltira olmaydi. Intellektual mulkni himoya qilishning ishonchli mexanizmlarining mavjudligi:

- raqobat ustunligini saqlab qolishni ta'min etadi;
- investitsion iqlimni sezilarli darajada yaxshilash imkonini beradi;
- qaroqchilik va kontrafakt mahsulotlarga qarshi kurashishda samarali vosita hisoblanadi;
- texnologiyalar transferi jarayonlarini jadallashtirishadi;
- korxonaning nomoddiy aktivlaridan ruxsatsiz foydalanishning oldini oladi.

Raqobat ustunligini saqlab qolish. Tashkilot innovatsion faoliyatni amalga oshirish natijasida innovatsiyalarni intellektual mulk obyektlari sifatida himoya qilish jarayonida belgilab qo'yilgan raqobat ustunligiga ega bo'ladi.

Investitsion iqlimning sezilarli darajada yaxshilanishi. Innovatsion iqtisodiyot uchun zarur bo'lgan investitsiyalar oqimi ko'p jihatdan intellektual mulkning samarali huquqiy himoyasi mavjudligiga bog'liq. Investorlar xatarlilik darajasi yuqori bo'lgan korxonalarga sarmoya kiritmaydilar. Zero, bunday korxonalarining menejerlari hali uzoq muddat raqobatchilar kirib bora olmaydigan bozorda korxonalar ulushining barqaror bo'lishini ta'minlash uchun zarur darajada himoyalani lozim bo'lgan intellektual mehnat natijalarini himoya qila olmaydilar.

Asosiy maqsadi u yoki bu masalalarni hal etish uchun yangi bilimlarning uzatilishi bo'lgan texnologiyalar transferiga intellektual mulkni himoya qilish mexanizmining samaradorligi to'g'ridan - to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. Intellektual mulk huquqlarini himoya qilish, innovatsiyalarni himoya qilish innovatsion jarayonlarni boshqarishning muhim vazifasidir. Ushbu muammoning hal etilishi texnologiyalarni uzatish jarayoni, innovatsiyalar diffuziyasi, xuddi boshqa tovar va xizmatlar kabi ularning sotilishi va sotib olinishi jarayonlarini jadallashtirish imkonini beradi. Intellektual faoliyat mahsulotlarini almashish natijasida yaratilgan texnologiyalar bozorining ahamiyati bugungi kunda har qachongidan ham o'sib borayotganligini kuza-tishimiz qiyin emas. Intellektual mulk – bu katta foyda keltirishi mumkin bo'lgan tashkilotning muhim nomoddiy aktivi hisoblanishi bois, tegishli himoya'ni ta'min etish asosida raqobatchilar tomonidan ruxsatsiz foydalanishning oldini olish juda muhimdir.

4. Intellektual mulkni va kapital obyektlarini himoya qilish usullari

Huquq tizimi o'z ichiga turli huquq sohaslarini qamrab oladi, ular o'z navbatida kichik soha va institutlarga bo'linadi. Huquqiy tartibga solish predmeti bo'yicha birlashtirilgan huquqiy me'yorlarning alohida guruhi huquq sohasidir. Huquqning har bir sohasiga uni tartibga solish predmetining xususiyatlaridan kelib chiqadigan huquqiy tartibga solishning o'ziga mos uslubi xosdir.

Intellektual mulk huquqi yoki intellektual mulk fuqarolik huquqining kichik sohasidir. Patent huquqi va fuqaro munosabatlari ishtirokchiliklarini individuallashtirish vositalarini muhofazalash, shuningdek, noan'anaviy obyektlarni muhofazalashdan iborat bo'lgan mualliflik huquqi va sanoat mulki shu kichik sohaning institutlaridir.

Mualliflik huquqi va mualliflik huquqi obyektlari

“Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to'g'risida”gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga muvofiq mualliflik huquqining obyektlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi: mualliflik huquqi ijodiy faoliyat natijasi bo'lmish fan, adabiyot va san'at asarlariga nisbatan, ularning maqsadi va qadr-qimmati, shuningdek, ifodalanish usulidan qat'i nazar, tatbiq etiladi.

Mualliflik huquqi fan, adabiyot va san'at asariga mualliflik huquqi uni yaratish fakti bo'yicha yuzaga keladi. Mualliflik huquqining yuzaga kelishi va amalga oshirilishi uchun asarni ro'yxatdan o'tkazish yoki biron-bir boshqa rasmiyatchilikka rioya etish talab qilinmaydi. Asarning asl nusxasida yoki nusxasida muallif sifatida ko'rsatilgan shaxs, agar boshqacha hol isbotlanmagan bo'lsa, asar muallifi hisoblanadi. Asar imzosiz yoki taxallus ostida chop etilgan taqdirda (muallifning taxallusi uning kim ekanligiga shubha qoldirmaydigan hollar bundan mustasno), asarni chop etgan, asarda ismi-sharifi yoki nomi ko'rsatilgan noshir, agar boshqa dalillar bo'lmasa, muallifning vakili hisoblanadi hamda muallifning huquqlarini himoya qilish va ularning amalga oshirilishini ta'minlash huquqiga egadir. Bu qoida bunday asar muallifi o'z shaxsini oshkor etguniga va o'zining muallif ekanligini ma'lum qilguniga qadar amalda bo'ladi.

Amaldagi qonunchilik hujjatlariga ko‘ra, quyidagilar mualliflik huquqining buzilishi deb, e’tirof etiladi :

- mualliflarning shaxsiy nomulkiy huquqlarini buzish;
- ijrochining ismi-sharifga bo‘lgan va ijroni har qanday tarzda buzib ko‘rsatilishidan yoki har qanday boshqacha tarzda tajovuz qilinishidan himoya qilish huquqlarini buzish;
- huquq egasi yoki mulkiy huquqlarni jamoaviy asosda boshqaruvchi tashqilot bilan shartnoma tuzmasdan asarlar yoki turdosh huquqlar obyektini takrorlash, tarqatish yoki undan boshqacha tarzda foydalanish;
- haq to‘lash to‘g‘risidagi talablarni buzish;
- asarlardan yoki turdosh huquqlar obyektlaridan huquq egasi yoki mulkiy huquqlarni jamoaviy asosda boshqaruvchi tashqilot bilan tuzilgan shartnoma bo‘yicha olingan huquqlarni oshirib yuborgan holda foydalanish;
- huquq egalari mulkiy huquqlarini boshqacha tarzda buzish mualliflik huquqi va turdosh huquqlarni buzishdir.

Asarlarning va turdosh huquqlar obyektlarining takrorlanishi yoki tarqatilishi mualliflik huquqi va turdosh huquqlarni buzgan holda amalga oshiriladigan nusxalari kontrafakt nusxalardir.

Nazorat va o‘z-o‘zini tekshirish uchun savollar

1. Intellektual mulk deganda nimani tushunasiz. O‘z fikrlaringizni misollar yordamida tushuntirib bering?
2. Intellektual huquq nima? Uning asosiy xususiyatlarini sanab bering?
3. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi va “Mualliflik va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonunida intellektual mulk huquqining qanday obyektlari ko‘rsatib o‘tilgan.
4. O‘zbekiston Respublikasi Intellektual mulk agentligining asosiy vazifalari nimalardan iborat?
5. Innovatsion iqtisodiyotda intellektual mulkning o‘rni va ahamiyati nimalardan iborat?

6. Интеллектуал мулк obyekti qiymatini hisoblashning qanday usullari mavjud?

7. Innovatsion kompaniyaning intellektual mulkini boshqarish deyilganda nima tushuniladi?

8. Litsenziyalash va patentlash to'g'risida batafsil tushuncha bering?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, "O'zbekiston" NMIU, 2017-yil.

2. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.

3. O'zbekiston Respublikasining "Mualliflik va turdosh huquqlar to'g'risida"gi Qonuni. 2006-yil.

4. O'zbekiston Respublikasining "Tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to'g'risida"gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.

5. O'zbekiston Respublikasining «Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to'g'risida»gi Qonuni. –T.: 2002, 117 b.

6. O'zbekiston Respublikasining O'RQ-312-son 2011-yil 26-dekabrda qabul qilingan "Intellektual muлк to'g'risidagi qonun hujjatlari takomillashtirilishi munosabati bilan O'zbekiston Respublikasining ayrim qonunlariga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida"gi Qonuni. –T.: 2011, 94 b.

7. Абрамян А.А. Интеллектуальная собственность на всех этапах жизненного цикла: монография. – М.: Магистр-Пресс, 2007.

8. Дашян М. С. Интеллектуальная собственность в бизнесе. Изобретение, товарный знак, ноу-хау, фирменный бренд. – М.: Эксмо, 2010 г.

9. Зинов В.Б., Лебедева Т.Я., Цыганов С.А. Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами : учеб. пособие – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.

10. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2005.

11. Румянцев А.А. Менеджмент инноваций. Учебное пособие.- С-Пб., 2007.

12. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности. – Проспект, 2011.

13. Экономика инноваций. Курс лекций. Москва., МАКС Пресс, 2014.

14. <http://www.intuit.ru/department/history/law> - учебный курс «Основы прав интеллектуальной собственности» на портале INTUIT.ru

9-MAVZU. O‘ZBEKISTONNING MILIY INNOVATSION TIZIMI

Ilm va izlanish bo‘lmagan joyda hech qanday rivojlanish, yuksalish va, umuman, biror-bir sohaning kelajagi bo‘lmaydi.

**Sh.Mirziyoyev,
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti**

Reja:

1. Innovatsion muhit tushunchasi va uning tuzilmasi.
2. Milliy innovatsion tizimni shakllantirishning konseptual qoidalari, o‘ziga xos jihatlari va tendensiyalari.
3. O‘zbekiston Respublikasining milliy innovatsion tizimining subyektli funksional sxemasi.
4. Milliy iqtisodiyotda innovatsion infratuzilmasining shakllanishi va rivojlanishi.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion rivojlanish, innovatsion muhit, milliy innovatsion tizim, innovatsion salohiyat, intellektual resurslar, innovatsion infratuzilma, ishlab chiqarish-texnologik infratuzilma, texnoparklar, biznes-inkubatorlar, klaster, moliyaviy infratuzilma, texnologiyalar transferi.

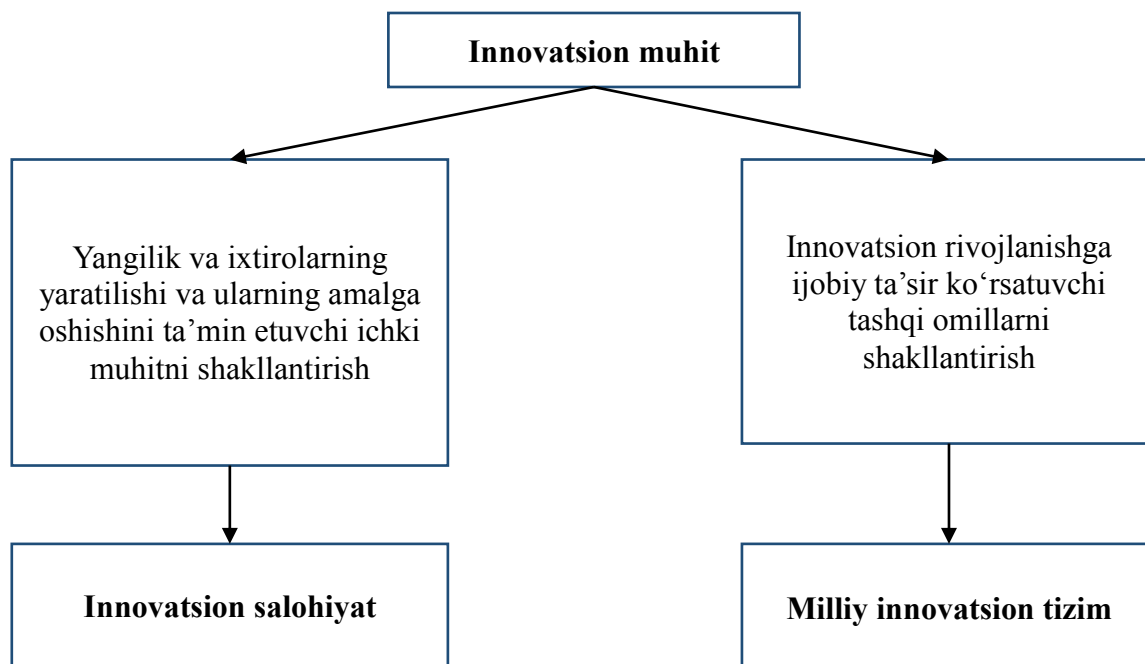
1. Innovatsion muhit tushunchasi va uning tuzilmasi

O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasida aholi farovonligini tubdan oshirish va turmush sifatini yaxshilash, jamiyat va davlatni har tomonlama hamda jadal rivojlantirish, mamlakatni modernizatsiya qilish va hayotning barcha sohalarini liberallashtirish bo‘yicha aniq maqsadlar belgilab olindi. Boshqacha qilib aytganda, biz O‘zbekistonni ishlab chiqarishda innovatsiya va intellektual hissaning yuqori ulushi bo‘lgan barqaror bozor iqtisodiyotiga, zamonaviy va global bozorda raqobatbardosh sanoatga, shuningdek, qulay investitsiyaviy va ishchanlik muhitiga

ega jadal rivojlanayotgan mamlakatga aylantirishimiz lozim. Qo‘yilgan maqsadlarga O‘zbekistonni rivojlanishning innovatsion modeliga to‘liq o‘tkazmasdan turib erishish mumkin emas, bu mamlakatda innovatsion faoliyatni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning hamda davlat boshqaruvi, iqtisodiyot ustuvor tarmoqlari va ijtimoiy sohaga innovatsion g‘oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni amalda joriy qilishni rag‘batlantirishning samarali tizimini yaratish zaruratini taqozo etadi.

Mamlakatimizda innovatsion g‘oyalarning tug‘ilishiga va ularni tijoratlashtirishga yordam beruvchi to‘laqonli innovatsion muhit mavjud emas. Bu innovatsion rivojlanish sohasida mustahkam qonunchilik bazasining yaratilmaganligi bilan bog‘liq. Yuqorida tilga olib o‘tilgan muammolarning yechimi bizning fikrimizcha, quyidagi ikkita holat bilan bog‘liq. Bu, birinchidan, bugungi kunda dunyoning barcha taraqqiy etgan mamlakatlarida shakllanib ulgurgan milliy innovatsion tizimlarning tarkibiga kiruvchi institutlar va tashqilotlarning umumiyliги sifatida innovatsion taraqqiyotga ijobiy ta’sir ko‘rsatuvchi tashqi shart-sharoitlarni yaratish zaruriyati bilan belgilansa, ikkinchidan esa, xo‘jalik yurituvchi subyektlarda butun bir innovatsion sikl davomida g‘oyalarning tug‘ilishi va ularning tijoratlashuviga imkon beruvchi innovatsion salohiyat – ichki muhitning mavjudligi bilan belgilanadi. Innovatsion muhit sifatida baholanuvchi ichki muhit va tashqi shart-sharoitlarning o‘zaro uyg‘unligi samarali innovatsion faoliyatni amalga oshirishning asosiy sharti hisoblanadi.

Innovatsion jarayon barcha bo‘g‘inlarining samarali faoliyat ko‘rsatishini ta’min etuvchi zaruriy innovatsion muhitni yaratish uchun innovatsiyalarni amalga oshirishning barcha ichki va tashqi omillarini o‘zaro hamohanglikda rivojlantirish talab etiladi. Yangiliklar (biznes g‘oyalar, innovatsion loyihalar)ni yaratish va ularni amalga oshirishning eng muhim sharti innovatsion faoliyat subyektlari (tadbirkorlar, innovatsion jamoa, faoliyat ko‘rsatuvchi kompaniyalar)da quyidagi turli-tuman resurslarning umumiyliги bilan tavsiflanuvchi innovatsion salohiyatning mavjudligi bilan belgilanadi:



9.1-rasm. Innovatsion muhitni shakllantirish

1) Intellektual resurslar (texnologik hujjatlar, patentlar, litsenziyalar, yangiliklarni o'zlashtirish bo'yicha biznes-rejalar, korxonaning innovatsion dasturi);

2) Moddiy resurslar (eksperimental va asbob-uskunalar bazasi, zamonaviy ishlab chiqarish va axborot texnologiyalari uskunalari, maydonlar);

3) Moliyaviy resurslar (o'z mablag'lari, qarz mablag'lari va grantlar);

4) Kadrlar (innovatsiyalarni amalga oshirishdan manfaatdor lider – novatorlar, personal; ilmiy tadqiqot institutlari va oliy o'quv yurtlari bilan xodimlarning hamkorlik va shaxsiy aloqalari; ITTKI larini amalga oshirish borasida to'plangan tajriba; loyihalarni boshqarish tajribasi);

5) Infratuzilma resurslari (korxonalarining ITTKI bo'limlari, yangi mahsulot bo'yicha marketingi bo'limi, patentlashtirish va huquqiy bo'lim, axborot texnologiyalari bo'limi) shuningdek, innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan boshqa resurslar.

Tadbirkorlar innovatsion kompaniyani tashqil etish bosqichida yuqorida sanab o'tilgan resurslarning barchasiga ham egalik qila olmasliklari mumkin, shunday bo'lsada innovatsion faoliyatni

amalga oshirish chog'ida ularga egalik qilishga intilish va ularning zarur ekanligini anglab yetish eng muhim shart hisoblanadi. Faoliyat ko'rsatuvchi kompaniyada innovatsion strategiya va innovatsion loyihalarni amalga oshirish ham, o'z navbatida innovatsion salohiyatning asosiy komponentlari mavjud bo'lishini taqozo etadi. Ushbu vaziyatda, sanab o'tilgan resurslar: ilmiy-texnik salohiyat, ishlab chiqarish-texnologik salohiyat, moliyaviy-iqtisodiy salohiyat va kadrlar salohiyati kabilar kompaniyaning umumiy resurs salohiyatining ajralmas bir bo'lagi hisoblanadi. Shu bois, innovatsion potensial haqida gapirganda, innovatsiya uchun zarur bo'lgan resurslar mavjudligini emas, balki ulardan samarali foydalanish imkoniyatlarini ham yodda tutish kerak.

Ushbu imkoniyatlar, birinchi navbatda, ko'zlangan innovatsion maqsadga erishilishiga ijobiy yoki salbiy ta'sir ko'rsatuvchi tashqi muhitga ko'p jihatdan bog'liq bo'lgan o'ziga xos innovatsion muhitning shakllantirilishi bilan bog'liq. Shunday qilib, mavjud va yangidan tashqil etilayotgan kompaniyalarning innovatsion rivojlanishi ko'p jihatdan innovatsiya salohiyat darajasi va kompaniyaning innovatsiyalarni yaratish (tijoratlashtirish) borasidagi imkoniyatlarini tavsiflovchi innovatsion muhit bilan belgilanadi. Shu bilan birga, ichki innovatsion muhit sifatida innovatsion salohiyatning mavjud ekanligi zarur omil hisoblansada, ilmiy-texnik faoliyat natijalarini samarali tarzda tijoratlashtirish va innovatsion strategiyalarni amalga oshirish uchun yetarli emas. Innovatsion jarayonda barcha yo'nalishlarning samarali ishlashi va ilmiy ishlanmalarning tijoratlashuvini amalga oshirish uchun, yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, innovatsion rivojlanishga imkon beruvchi tashqi sharoitlarni yaratish zarur. Tashqi muhit omillari yangi institutsional tuzilmalarni yaratish va mavjudlarini yangilash, ularning funksiyalari, faoliyat ko'rsatish modellari va boshqa institutsional tuzilmalar bilan o'zaro hamkorlik mexanizmlarini o'zgartirish bilan bog'liq. Har bir mamlakatning innovatsion iqtisodiyotini rivojlantirishga hissa qo'shadigan institutsional bozor tuzilmalarining yaxlitligi milliy innovatsion tizim (MIT)ni ifoda etadi. XX asrning 80-yillaridan buyon innovatsion tizimlarni yaratish dunyoning barcha rivojlangan mamlakatlari davlat siyosatining asosiy ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lib kelmoqda.

2. Milliy innovatsion tizimni shakllantirishning asosiy qoidalari, o‘ziga xos jihatlari va tendensiyalari

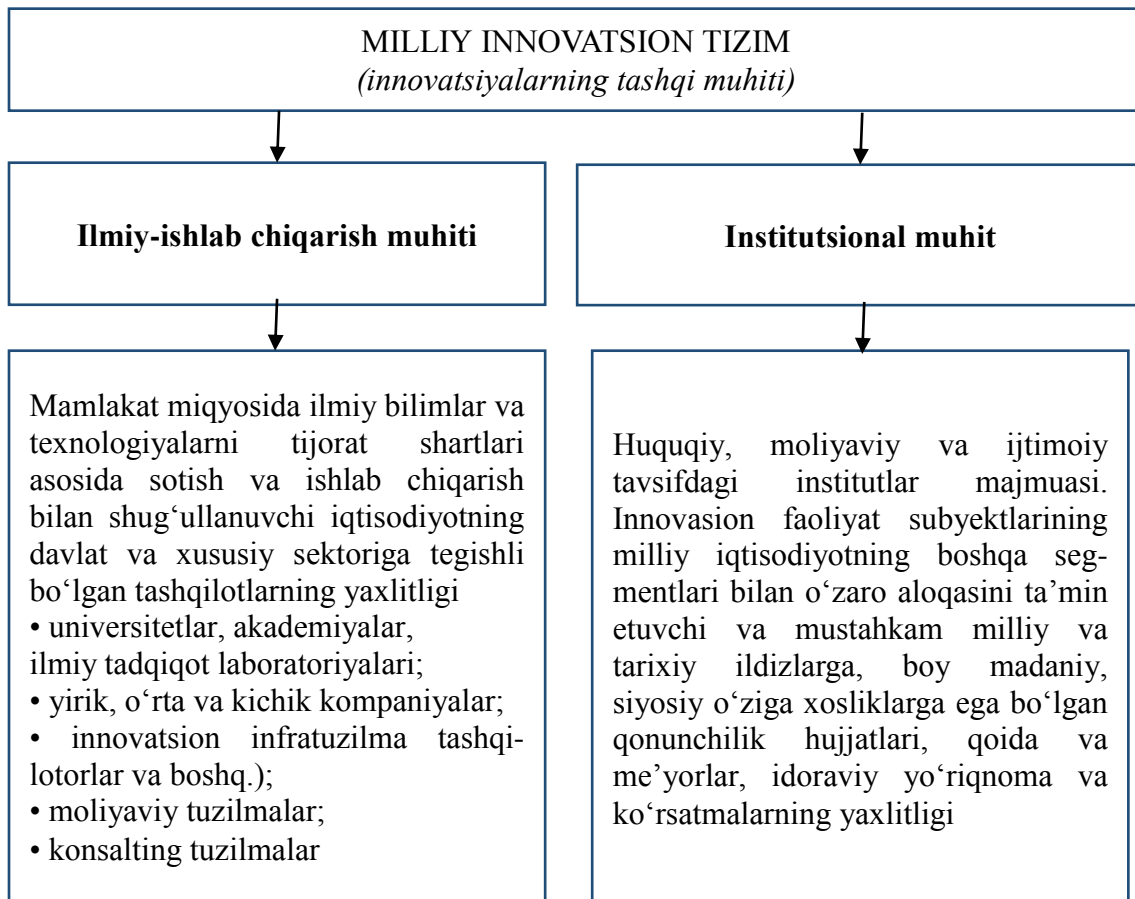
Milliy innovatsion tizimlar konsepsiyasini ishlab chiqishda quyidagi uslubiy tamoyillarga asoslanadi: Innovatsiyalar va ilmiy ishlanmalar-korporatsiyalar raqobatbardoshligining asosi; novator-tadbirkorning ilmiy ishlanmalarning tijoratlashuvidagi o‘rni. Iqtisodiy rivojlanish sohasidagi bilimlarning alohida o‘rni (“bilim iqtisodiyoti”, “kreativ” korporatsiya). Institutsional muhitning o‘rni – keng tarmoqli bozor munosabatlari va mexanizmlarini yaratish bozorlar samaradorligini ta’minlaydi.

MITlar konsepsiyasining keyingi davrlardagi taraqqiyoti 1980-yilning o‘rtalarida ayniqsa avj oldi. Ushbu davrda ko‘plab olimlar o‘z ilmiy izlanishlari bilan milliy innovatsion tizimlarning rivojiga katta hissa qo‘shdilar. B.Lundvall tadqiqotlari F. Listning “milliy ishlab chiqarish tizimlari” konsepsiyasi va firmalar o‘rtasidagi texnologik hamkorlikni yo‘lga qo‘yish bo‘yicha amalga oshirilgan ilmiy ishlarga tayanadi. B.Lundvall bir davlat ichida yangi bilim va texnologiyalar ishlab chiqaruvchilarning o‘zaro munosabatlarini o‘rganib chiqdi. Muallifning fikriga ko‘ra, firmalarning texnologik hamkorligi ko‘pincha mamlakat miqyosida amalga oshadi va uning institutsional tuzilishining o‘ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadi. Globallashuv sharoitida xorijiy kompaniyalar bilan faol hamkorlik qilinishiga qaramay, innovatsion jarayonlar milliy tizimlar bilan uzviy aloqada bo‘ladi.

MIT ni iqtisodiyotning davlat va xususiy sektoridagi institutsional tuzilmalarning o‘ziga xos tarmog‘i bo‘lib uning faolligi va o‘zaro hamkorlik darajasi yangi texnologiyalarning tarqalishiga yordam berishga xizmat qiladi. Ushbu muassasalar, nafaqat tadqiqot o‘tkazish uchun mas’ul bo‘lgan tashqilotlarni, balki mavjud darajadagi resurslarni korxonada darajasida va milliy iqtisodiyot darajada boshqarishni o‘z ichiga oluvchi harakatlarni tavsiflaydi.

Shuni ta’kidlash kerakki, turli mamlakatlar uchun davlat tomonidan tartibga solishning turli mexanizmlari xos bo‘lsada, qo‘yilgan maqsadlarga erishish uchun umumiy qoidalar mavjuddir.

Konsepsiya mualliflari bunday umumiy qoidalarga milliy innovatsion tizimni shakllantirish va uning samarali ishlashi uchun shart-sharoitlarni yaratib berishni ta'kidlab o'tishadi. Milliy innovatsion tizimni tadqiq etishda tadqiqotchilar turli yondashuvlar va yo'nalishlarga taya'nib ish ko'rsalarda, konsepsiya asoschilari milliy innovatsion tizim borasida quyidagi umumiy ta'rifga to'xtaladilar:



9.3-rasm. Milliy innovatsion tizimning umumiy tuzilmasi.

Milliy innovatsion tizim – bu milliy chegaralar doirasida ilmiy bilim va texnologiyalarni ishlab chiqarish va tijoratlashtirish bilan shug'ullanuvchi kichik va yirik kompaniyalar, universitetlar, davlat laboratoriyalari, texnoparklar va inkubatorlar kabi o'zaro bog'liq bo'lgan tashqilot (tuzilma)lardan iborat. Ularning o'zaro aloqasi mustahkam milliy ildizlarga, an'analarga, o'ziga xos siyosiy va madaniy xususiyatlarga ega bo'lgan huquqiy, moliyaviy va ijtimoiy institutlar majmuasi tomonidan ta'minlanadi. Eng kuchli tahlil

instrumentlaridan biri sifatida MIT konsepsiyasining ahamiyati quyidagi uch omilga asoslanadi:

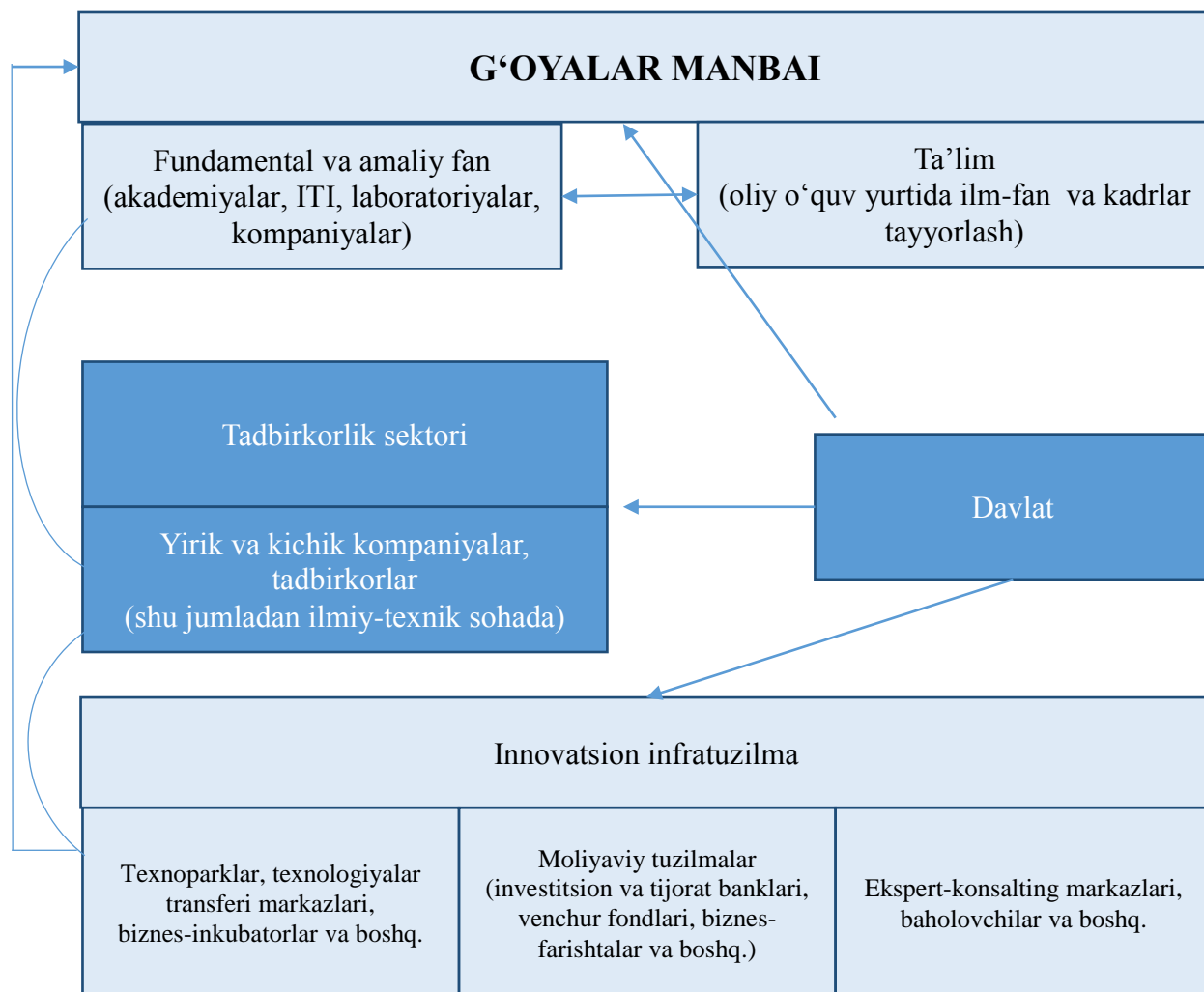
- 1) bilimlarning iqtisodiy jihatdan muhimligini anglab etish;
- 2) tizimli yondashuvga e'tiborning kuchayishi;
- 3) bilimlar yaratish jarayonida ishtirok etuvchi muassasalar sonining ortishi.

Shunday qilib, milliy innovatsion tizim ikkita: ilmiy-ishlab chiqarish va institutsional bloklarni qamrab oladi.

O'z navbatida, ilmiy-ishlab chiqarish muhitini quyidagicha tartiblashtirishimiz mumkin:

- 1) fan va ta'lim (g'oyalarning manbai);
- 2) tadbirkorlik sektori;
- 3) innovatsion infratuzilma.

Institutsional muhit hukumatning ilmiy-texnik va innovatsion siyosatini shakllantirish borasida davlatning faoliyat yuritishi orqali ta'minlanadi. Mazkur holatlardan kelib chiqqan holda, quyidagi 9.4-rasmda milliy innovatsion tizimni barpo etishning konseptual sxemasi keltirib o'tilgan.



9.4-rasm. Milliy innovatsion tizimlarni yaratishning konseptual

Ta'lim, fan (innovatsion g'oyalar manbai), tadbirkorlik sektori va ilmiy ishlanmalarning tijorlashuviga ko'mak beruvchi innovatsion infratuzilmaning turli elementlari milliy innovatsion tizimning eng muhim tarkibiy elementlari hisoblanadi. Har qanday samarali milliy innovatsion tizimining asosiy ishtirokchisi, ya'ni innovatsiyalarni amalga oshishi uchun uning barcha tarkibiy elementlarining faoliyatini muvofiqlashtiruvchi davlat qulay muhit yaratilishini ta'min etadi. Milliy innovatsion tizimning tub mohiyatini tushunib olish uchun dunyoning barcha rivojlangan mamlakatlarida shakllangan milliy innovatsion tizimni yaratishning quyidagi asosiy tamoyil va qoidalarini ta'kidlab o'tish mumkin:

1. Fan (yangiliklarning asosiy manbai) yopiq, izolatsiya qilingan tizim hisoblanmaydi (universitetlar va ilmiy tadqiqot markazlari) va aksincha har bir yirik segment (davlat ilmiy tadqiqot markazlari, yirik korporatsiyalarning ilmiy markazlari, kichik fan sig'imli biznes)ning asosiy bo'g'ini hisoblanadi.

2. Tadbirkor, firma, davlat innovatsion jarayonning alohida elementlari sifatida emas, balki murakkab tizimning o'zaro bog'liq bo'g'inlari sifatida qaraladi.

3. Innovatsion faoliyat samarali innovatsion infratuzilma va institutsional omillarning ma'lum bir to'plamining mavjudligi evaziga ta'min etiladi.

Bugungi kunda ko'pgina tadqiqotchilar MITni texnologiyalarni ishlab chiqish, tarqatish va ulardan foydalanish bilan shug'ullanuvchi muassasalar tarmog'i va shuningdek, innovatsion jarayonlarni tartibga solish borasida hukumat tomonidan ishlab chiqiluvchi va amalga oshiriluvchi institutsional chegaralar doirasida shakllantiruvchi sifatida tushuntirishga harakat qiladilar. Ammo MIT ga oddiygina institutsional tuzilmalarning majmuasi sifatida baho berish mumkin emas. MIT yangi bozorlar chegarasi va milliy biznesning raqobatbardoshlik darajasini belgilab beruvchi, bilim va tajribalarni yaratish, tarqatish hamda amaliyotga izchil joriy etish

borasidagi o‘zaro bog‘liq va o‘zaro ta’sirlashuvchi institutlar tizimidir.

Shunday qilib, milliy innovatsion tizimning muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatishi nafaqat kuchli fan va ta’limning mavjudligini, balki innovatsion maydonda asosiy o‘yinchilar sifatida davlat va xususiy sektorning o‘zaro samarali hamkorligini ham talab qiladi. Ushbu tizimlarning mohiyati davlat-xususiy innovatsion hamkorlikni yaratishdir, unda davlat hokimiyati va biznes teng huquqli sheriklar bo‘lib, bir-birini o‘zaro to‘ldiradi. Davlat innovatsiyalarning manbai bo‘lgan ilmiy-texnikaviy soha va ta’lim tizimini qo‘llab-quvvatlaydi, davlat sektorida ilmiy tadqiqotlar natijalaridan erkin foydalanishni ta’minlaydi, ulardan tijorat maqsadlarida foydalanish uchun shart-sharoitlar yaratadi, zarur innovatsion infratuzilmani, malakali kadrlar tayyorlash tizimini va samarali rivojlanish uchun zarur bo‘lgan huquqiy-me’yoriy bazani yaratish borasida tegishli shart-sharoitlar yaratib beradi. Tadbirkorlar qo‘shimcha foyda olish maqsadida innovatsion mahsulot bozorida ishlashning barcha tijoriy tavakkalchiliklarini o‘z zimmasiga oladigan bir paytda, davlat soliqlardan o‘z dividendlarini oladi, ijtimoiy muammolarni hal qiladi va jahon miqyosida boshqa davlatlarga nisbatan o‘z o‘rnini mustahkamlaydi.

Me’yoriy-huquqiy bazani yaxshilash, uni yangicha shart-sharoitlarga moslashtirish, moliyaviy mexanizmlarni takomillash-tirish, institutsional o‘zgarishlarni amalga oshirish innovatsion jarayonlarni davlat tomonidan tartibga solishning asosiy yo‘nalishlari hisoblanadi.

3.O‘zbekiston Respublikasining milliy innovatsion tizimining subyekтли funksional sxemasi

Milliy innovatsiya tizimlari (MIT) aksariyat hollarda texnologik ukladlar almashinadigan davrlarda shakllanadi. MIT shakllanayotgan boshlang‘ich davrda investitsion faoliyat subyektlari o‘rtasidagi aloqalarning yaxlit tizimi mavjud bo‘lmaydi. Ushbu aloqalarni yo‘lga qo‘yish va umumiy investitsion strategiya’ni rivojlantirishda davlat alohida o‘rin tutadi. Keyinchalik aksariyat sanoat jihatdan taraqqiy etgan mamlakatlarda bo‘lganidek,

ushbu sohada biznes yetakchi mavqega ega bo'lib boradi. Ammo aynan qaysi model u yoki bu MITi uchun samarali bo'lishi noma'lum.

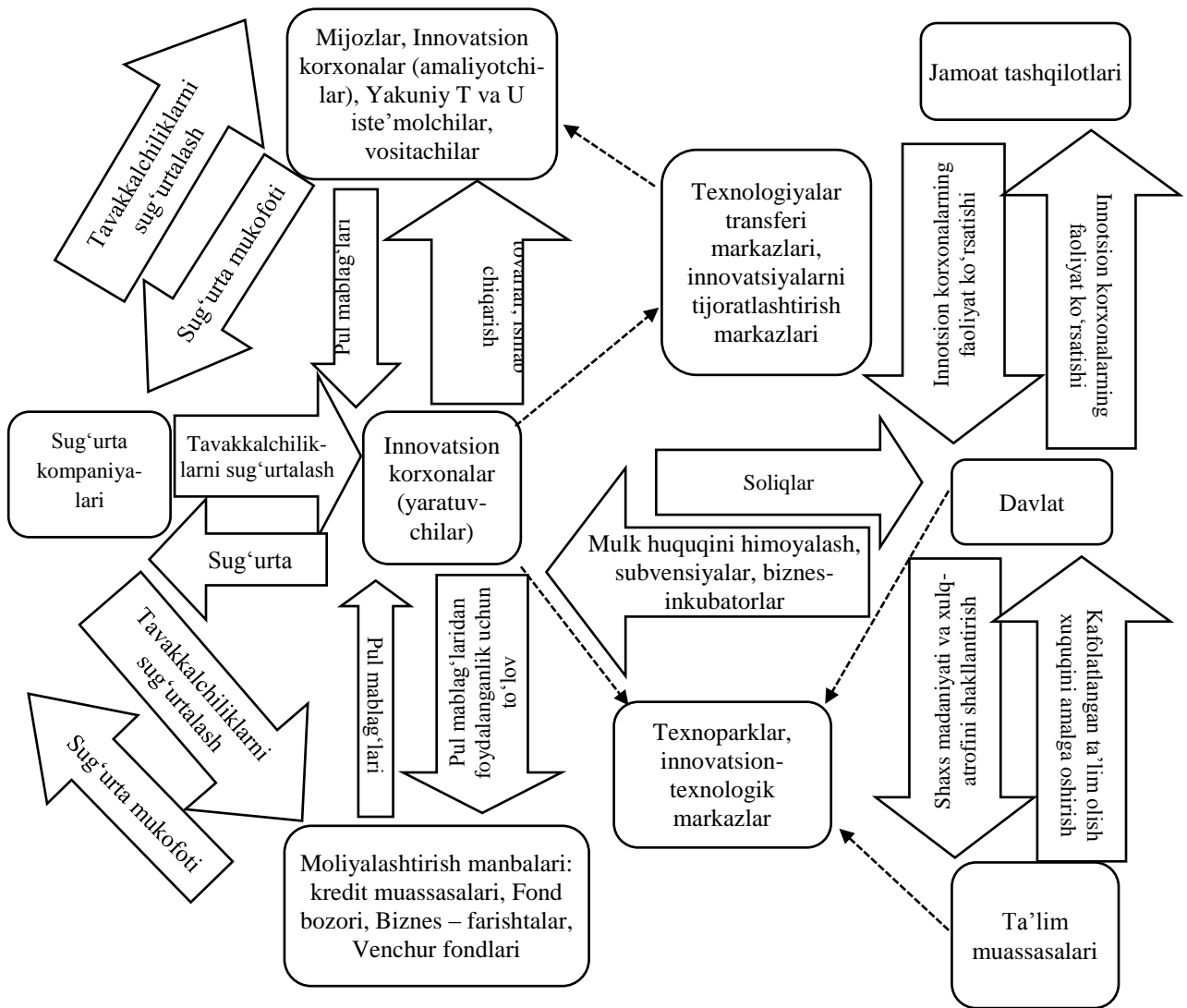
Milliy innovatsion tizim innovatsion jarayonlarga ta'sir ko'rsatuvchi, hukumat tomonidan siyosatni shakllantirish va amalga oshirish uchun asos yaratuvchi va yangi texnologiyalarning yaratilishi va tarqatilishiga birgalikda yoki alohida ulush qo'shuvchi turli xil institutlarning umumiyligi bo'lib hisoblanadi. Uning fikricha bu – yangi texnologiyalar rivojlanishini belgilab beruvchi vositalar, ko'nikmalar va bilimlarni yaratish, saqlash va transfert qilish uchun zarur bo'lgan o'zaro bog'liq institutlar tizimidir.

Innovatsiyalar tizimi yangi va iqtisodiy nafliligi yuqori bo'lgan bilimlarni shakllantirish, tarqatish va ulardan foydalanishda o'zaro hamkorlik qiluvchi unsurlar va munosabatlardan tashqil topadi va bunday milliy tizim milliy davlatchilik chegaralarida joylashgan yoki shu hudud ichidan boshlanuvchi unsur va munosabatlarni o'z ichiga qamrab oladi. MIT – bu milliy chegaralar doirasida yangi ilmiy bilimlar va texnologiyalarni ishlab chiqarish va ularni tijoratlash tirish bilan band bo'lgan o'zaro bog'liq tashqilotlarning umumiyligidir. Ayni chog'da, MIT – mustahkam milliy ildizlar, an'analar, siyosiy va madaniy o'ziga xosliklarga ega bo'lgan innovatsion investitsion jarayonlarning amalga oshishini ta'min etuvchi huquqiy, moliyaviy va ijtimoiy tavsifdagi institutlar majmuidir.

Milliy innovatsion tizim (MIT) – milliy hudud doirasida ilmiy bilim va texnologiyalarni yaratish, ro'yobga chiqarish va tijoratlash tirishga xizmat qiluvchi o'zaro bog'liq bo'lgan tuzilmalar majmuasidir. MIT o'ziga ikki tarkibiy bo'linmani qamrab oladi: ilmiy-ishlab chiqarish va institutsional. Institutsional muhit davlatning fan-texnika sohasidagi faoliyatini va innovatsion siyosatini ta'minlaydi.

Innovatsion tizimning markaziy elementi sifatida innovatsion korxonalar hamda ularning faoliyat ko'rsatishining asosiy bosqichlarini ifoda etuvchi (moliyalashtirish manbalarini izlab topish, innovatsiyalarni ishlab chiqish, sotish bozorlarini izlash) infratuzilmaga mansub bo'lgan davlat, ilm-fan va biznesning kooperatsiyasiga imkon beruvchi tashqilotlarni ham o'z ichiga

oladi. Innovatsion investitsion jarayonlarning doimiy siklini qo‘llab-quvvatlaydigan shunday institutsional tuzilmani vujudga keltirish - milliy innovatsion tizimni shakllanish bosqichida muhim vazifa hisoblanadi. Faqatgina milliy innovatsion tizimning institutsional karkasini qurib olib, bilimlar, texnologiyalarni uzluksiz yaratish, undan foydalanish va ayirboshlash mumkin bo‘ladi.



9.5-rasm. O‘zbekiston Respublikasining milliy innovatsion tizimining subyektli-funksional sxemasi.

Mamlakat innovatsion tizimida innovatsion faoliyat subyekti sifatida davlatning o‘rnini anglab olish o‘ziga xos alohida e’tiborni talab etadi. Mamlakat innovatsion tizimining markazida innovatsion korxonalar turadi. Tizimning qolgan barcha elementlari u yoki bu darajada innovatsion korxonalariga bog‘liq bo‘lib, bir-birlariga nisbatan ikkiyoqlama aloqadorlikda bo‘ladi. Keltirilgan MIT sxemasida innovatsion korxonalar innovatsiyalarni yaratuvchi va bu ishlanmalardan o‘z faoliyatlarida foydalanuvchi innovatsion investsion korxonalariga ajratilgan. Ikkinchi tur korxonalarini amaliyotchilar deb, ataladi. Chunki korxonalar innovatsion tizimda innovatsiyalarning hayotiylik siklining barcha bosqichlarida vujudga kelish va tarqatishni ifoda etuvchi turli vazifalarni bajaradi.

Amaliyotchi korxonalar, agar yaratuvchi korxonalariga o'zlari uchun zarur bo'lgan innovatsion mahsulot va xizmatlarni buyurtma qilsalar, u holda ularni mijozlar toifasiga kiritish mumkin bo'ladi. Ushbu holatda yaratuvchi korxonalar va mijozlar o'rtasidagi aloqalar ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik ishlarini moliyalashtirish uchun bitimlar tuzilishini ko'zda tutadi.

Amaliyotchi korxonalar yaratuvchi korxonalarining mijozlari bo'lmagan holatlarda, ular ham mijozlar kabi ixtiro qilingan innovatsiyalardan foydalanish va ularning tarqatilishiga birdek mas'ul bo'ladi. Innovatsiyalarning tarqatilishi deyilganda, innovatsion tovarni bozor tomon harakati emas, balki innovatsion investitsion korxonalar yaratuvchilar mehnati natijasidan qancha ko'p korxonalar foydalanayotganliklarini nazarda tutadi, tabiiyki, ushbu vaziyatda innovatsiyalarning tarqalish maydoni shuncha katta bo'ladi.

Har qanday innovatsion korxonalar uchun kun tartibidagi eng dolzarb masalalardan biri, bu albatta moliyalashtirish manbalarini izlab topish bilan bog'liqdir. Moliyalashtirish manbalari sifatida kredit muassasalari, fond bozorlari, venchur fondlari va biznes-farishtalar (business angel) ishtirok etishlari mumkin. Innovatsion korxonalar moliyalashtirish manbalariga pul mablag'laridan foydalanganlik uchun o'ziga xos haq-to'lov to'laydilar. Moliyalashtirish manbai bank bo'lgan holatlarda esa, bunday to'lov foiz stavkasi hisoblanadi.

Bir qator holatlarda, misol uchun biznes-farishtalar (business angel) tomonidan pul mablag'lari innovatsion korxonalariga beg'araz-beminnat ko'rinishda berilishi ham mumkin. Ushbu holatlarda to'lov pul ko'rinishida emas, balki biror bir nomoddiy ko'rinishda, yangi korxonalar yaratilishidan, yordam ko'rsatganlikdan, shuningdek, muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining kelgusidagi daromadlari oqimidan qoniqish shaklida bo'lishi mumkin.

Innovatsion investitsion korxonalarining o'zlari ham o'z mablag'lari hisobiga ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik ishlarini moliyalashtirishlari va mustaqil ravishda ularni bozorga joriy etishlari mumkin. Ushbu holatda mijoz sifatida buyurtmachilar emas, balki tovar va xizmatlarning yakuniy iste'molchilari

tushuniladi, chunki korxonalar faoliyatining natijasi boʻlib, boshqa biror bir mahsulotning tarkibiy qismi sifatida foydalanishni nazarda tutmaydigan tugallangan pirovard mahsulot hisoblanadi. Agar innovatsion korxonalar tomonidan mustaqil amalga oshirilayotgan va hali joriy etish bosqichiga oʻtmagan ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga eʼtibor qaratadigan boʻlsak, u holda ularga nisbatan xatti-harakatlar huquqini himoyalovchi hujjatlar patent, litsenziyalar berish orqali mulk huquqini himoyalash bilan cheklanadi.

Kredit muassasalari taqdim etilgan pul mablagʻlaridan foydalanganlik uchun oladigan toʻlovlarini pasaytirish evaziga innovatsion korxonalar faoliyatini ragʻbatlantirishlari va pirovardida ular faolligini oshirishlari mumkin.

Innovatsion loyihalarni kreditlash borasida fond bozorini kredit muassasalarining muqobili sifatida koʻrsatishimiz mumkin. Tadqiqot doirasida amalga oshirilgan izlanishlar natijasida shunday muhim xulosaga kelish mumkinki, innovatsion loyihalarni kreditlash borasida yuqorida sanab oʻtilgan ikki muqobil oʻrtasidagi farq shundan iboratki, innovatsion loyihalarni moliyalashtirish uchun fond bozori yetarlicha rivojlangan boʻlishi lozim, zero, fond bozori uchun doimo yuqori xatar va tavakkalchilik darajasi xosdir. Fond bozorining rivojlanganligi esa, milliy xoʻjalikning xalqaro raqobat mexanizmiga qoʻshilishi bilan bevosita bogʻliqdir.

Innovatsion tizim rivojlanishida moliya bozorlarining oʻrni katta boʻlsada, aytish lozimki, innovatsion tizimning intensiv rivojlanishining zarur va eng muhim shartlaridan biri, bu xususiy mulk tamoyillarini amalda roʻyobga chiqarishdir. Oʻzbekistonning MITni faoliyat koʻrsatish modelida xususiy mulk tamoyillarini roʻyobga chiqarish, mulk huquqini himoyalashni ifoda etuvchi davlat va innovatsion investitsion korxonalarining oʻzaro bogʻliqligi sifatida aks ettirilgan. Bunda davlatning asosiy iqtisodiy vazifasi bu – mulk huquqini alohidalashtirish, uning qonuniy kafolatlarini va shuningdek, tovarlar bozori agentlari oʻrtasida qonuniy bitimlarni amalga oshirishda vujudga keladigan mulk huquqi borasidagi oʻzgarishlarni himoya qilishdan iboratdir.

Oʻzbekiston Respublikasining milliy innovatsion tizimi chizmasida mahalliy va markaziy davlat boshqaruvi organlarining

barchasi davlat sifatida tushuniladi. Davlat o'zining asosiy iqtisodiy vazifalarini bajarayotganligi uchun, barcha korxonalarda bo'lgani kabi, innovatsion korxonalar ham soliqlar ko'rishida to'lovlar undiradi. Davlat subvensiyalar, grantlar ajratib, biznes-inkubatorlar xizmatini taklif eta borib, innovatsion korxonalar faoliyatiga ko'maklashadi. Davlat, shuningdek, yangi iqtisodiy xulq qoidalarini ishlab chiqishi yoki mavjudlarini o'zgartirishi ham mumkin.

MITda oliy ta'lim muassasalari innovatsion faoliyat bilan shug'ullanadigan bo'lsa, u holda, u innovatsion investitsion korxonaning faoliyat ko'rsatish shakllaridan biri sifatida mazkur sxemada innovatsion investitsion korxonalar elementida aks ettiriladi. Bu ta'lim muassasasining tashqiliy-huquqiy shakli o'zgarishini anglatmaydi, balki aksincha, ta'lim muassasasi innovatsion tizimda qanday vazifani bajarayotganligini ko'rsatib beradi. Mazkur muassasalarning asosiy funksiyasi bo'lib, bu ta'lim-tarbiya faoliyati hisoblanadi.

Mazkur modelda innovatsion investitsion korxonalar bilan bir qatorda innovatsion tizimning tashqil etuvchilari bo'lgan boshqa elementlar bilan davlat o'rtasida avvaldan mavjud transfertlar, subsidiyalar, davlat xaridlari va qarzlari kabi klassik o'zaro aloqalarni inkor etmaydi. Ushbuga bog'liq ravishda aytish mumkinki, mazkur model barchaga yaxshi ma'lum bo'lgan davlat va iqtisodiyot (uy xo'jaliklari, firmalar, tovar va xizmatlar bozori)ning o'zaro ta'sirlashuv modelini to'ldiradi.

Agar davlat, davlat korxonalari yoki hokimiyat organlari sifatida davlat xaridlarini amalga oshiradigan bo'lsa, u holda chizma doirasida mijozlar unsuriga mansub bo'ladi, chunki davlat mazkur vaziyatda innovatsion korxonalar uchun aynan mijoz vazifasini bajaradi. Agar davlat innovatsion investitsion korxonalariga qarz mablag'lari taqdim etadigan bo'lsa, u holda u moliyalashtirish manbalari elementiga mansub bo'ladi. Bundan tashqari, innovatsion jarayonlarda davlat sug'urta kompaniyalari yoki davlat innovatsion investitsion korxonalari sifatida ham ishtirok etishi mumkin. Shu tariqa aytish mumkinki, ma'lum vaqt oralig'ida bajaradigan aniq funksiyalariga qarab, davlat innovatsion tizimning turli elementlari sifatida MITning rivojlanishida ishtirok etadi.

Innovatsion tizimni tahlil etar ekanmiz, ushbu faoliyatni amalga oshirish tavakkalchilik va xatarning yuqori darajasi bilan tavsiflanishini e'tiborga olib, infratuzilmaning alohida unsuri sifatida sug'urta kompaniyalarining o'rni beqiyosdir. Davlatning sug'urta bozorini rag'batlantirishi innovatsion korxonalar va ularning mijozlari faoliyatlari xatarlarini sug'urtalash miqdorini o'sishiga olib keladi. Bu innovatsion-investitsion korxonalar va ularning mijozlarining qarzdor sifatidagi mavqelari ko'tariladi, bank sektori esa bu xil iqtisodiy agentlarga kredit mablag'lari taqdim etishdan yuqori darajada manfaatdor bo'ladi. O'zbekiston Respublikasining milliy innovatsion tizimining faoliyat ko'rsatishi chizmasidagi jamoat tashqilotlari elementi innovatsion - investitsion korxonalarining manfaatlarini ifoda etadi. Ular o'rtasida birmuncha mashhurlari bo'lib, asosan kichik va o'rta biznes vakillari manfaatlarini himoya qiluvchi O'zbekiston Respublikasi Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksportini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi hisoblanadi.

Texnoparklar to'g'risida shuni aytish mumkinki, ular mahalliy hokimiyat va boshqaruv organlari, oliy o'quv yurtlari, innovatsion investitsion korxonalar bilan uzviy aloqada bo'lgan tashqilotlardir. Bu ularga ma'lum bir hududda qulay innovatsion muhitni shakllantirish va innovatsion tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash imkonini beradi. Innovatsion-texnologik markazlar kadrlar tayyorlash va o'qitishni amalga oshiradi, innovatsion korxonalar bilan birgalikda tadqiqotlar o'tkazadi va shuningdek, ularni dastlabki bosqichlarda moliyalashtiradi. Aytilganlardan ko'rinib turibdiki, innovatsion-texnologik markazlar innovatsion korxonalarini moliyalashtirish manbai ham bo'lishi mumkin. Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, chizmada moliyalashtirish manbalari va mijozlarning to'liq va mumkin bo'lgan barcha shakllari ham keltirilmagan. Misol uchun, moliyalashtirish manbai sifatida sug'urta kompaniyasi yoki pensiya fondi chiqishi mumkin, lekin bu amaliyotda juda kam uchrashi sababli, chizmada moliyalashtirishning birmuncha ishonchli manbalari aks ettirilgan. Ko'rsatib o'tilgan moliyalashtirish manbalari o'rtasidagi farq innovatsion faoliyat natijalariga egalik qilishda ifodalanadi. Dastlabki shaklda innovatsion korxonalar mustaqil ravishda investitsiyalarni amalga oshiradilar, moliyalashtirishning

mustaqil manbalari esa pul mablag'laridan foydalanganlik uchun asosan foiz ko'rinishida to'lov oladilar. Ikkinchi shaklda esa innovatsion faoliyat natijalariga egalik qilish huquqi yo birgina mijozning o'ziga, yoki mijoz va innovatsion korxonalar yaratuvchiga tegishli bo'ladi.

Chizmada sug'urtalashga alohida e'tibor qaratilishi, innovatsion faoliyatni amalga oshirishning yuqori xatarliligi va shu bois innovatsion faoliyatni amalga oshirishda sug'urtaning ahamiyati katta ekanligi bilan izohlanadi. Mamlakat innovatsion tizimining egiluvchan subyekti sifatida davlat o'rnining ochib berilishi taklif etilayotgan chizmaning o'ziga xosligi hisoblanadi. Davlat mazkur tizimda, tizimning qolgan barcha unsurlaridan teskari aloqani qabul qilib oluvchi unsur sifatida ishtirok etadi. Ushbu holatlardan davlat innovatsion tizimda bajarishi mumkin bo'lgan ko'plab vazifalar, xususan: mulk huquqini himoyalash, shaxs madaniyati va xulq-atvor qoidalarini shakllantirish, subvensiyalar berish va biznes-inkubator xizmatlarini ko'rsatish, jamoat tashqilotlari, texnoparklar va innovatsion-texnologik markazlar bilan hamkorlik qilish va shu kabilar kelib chiqadi. Shu tariqa, davlat yaxlit tarzda mamlakat innovatsion tizimini o'zgartirish va kerakli tomonga yo'naltira olish imkoniga ega bo'lgan tizim elementi sifatida maydonga chiqadi. Sxema subyektlar funksiyalari va subyektlar o'rtasidagi munosabatlarni aniqlashtirishdagi o'zining egiluvchanligi bilan ajralib turadi. Bu holat innovatsion tizimning biror bir subyekti tomonidan vaqtning ma'lum bir oralig'ida bajarilayotgan vazifalarga bog'liq ravishda, mazkur subyekt yoki elementning innovatsion tizimning turli unsurlariga mansub bo'lib borishida namoyon bo'ladi.

Tizimda davlat yaxlit holda mamlakat innovatsion tizimiga ta'sir ko'rsatadi. Tizimning innovatsion korxonalar, kredit muassasalari, sug'urta kompaniyalari, jamoat tashqilotlari, ta'lim muassasalari kabi unsurlaridan davlat teskari aloqa axborotlarini qabul qilib oladi, bu esa davlat tomonidan amalga oshirilayotgan chora - tadbirlar natijalarini, ularning qanchalik samarali bo'lganligini baholash bilan bir qatorda, qo'yilgan maqsadlarga erishish borasida yana qanday tadbirlar qo'llash lozimligini tushunib olish va tahlil qilish imkonini ham beradi.

Venchurli investitsiyalash innovatsiyalarni moliyalashtirish borasida kredit muassasalarining muqobili sifatida xizmat qilishi mumkinligini, bugungi kunda taraqqiy etgan mamlakatlarning tajribasi yaqqol isbotlab turibdi. Innovatsion investitsiyalashning mazkur turi ta'minot va garovsiz amalga oshiriladi va u ko'pincha o'zida aksiyalar paketi ulushiga ayriboshlash hisobiga aksiyadorlik kapitaliga uzoq muddatli investitsiyalarni ifoda etadi. Innovatsion korxonalar taraqqiyotining dastlabki bosqichlarida xavf-xatar darajasining yuqori darajada bo'lishini inobatga olgan holda, bunday korxonalarni moliyalashtirishda venchur fondlar hal qiluvchi o'rin tutishi mumkin, zero, bunday fondlar moliyalashtirilayotgan korxonalar muvaffaqiyatsizlikka uchragan taqdirda ham bunday yo'qotishlarga oldin tayyor turadilar. O'z-o'zidan ayonki, moliyalashtirilayotgan korxonalar muvaffaqiyatga erishgan taqdirda, moliyalashtirishning bu turi yuqori foyda me'yori bilan taqdirlanadi.

4. Milliy iqtisodiyotda innovatsion infratuzilmasining shakllanishi va rivojlanishi

Milliy innovatsion tizimning muhim tarkibiy qismi, ilmiy tadqiqot natijalarini tijorat nuqtayi nazaridan jozibador mahsulotlarga aylantirishga (ITTKI natijalarini tijoratlashtirish) yordam beradigan institut va tashqilotlardan iborat bo'lgan innovatsion infratuzilma hisoblanadi. Bunday infratuzilmaning mavjudligi dunyoning barcha rivojlangan mamlakatlarida milliy innovatsion tizimlarni shakllantirishning eng muhim tamoyillaridan biridir. Innovatsion infratuzilma – turli resurslarni qo'lga kiritish imkonini beruvchi va innovatsion jarayon ishtirokchilariga innovatsion mahsulotlarni yaratish, ularni bozorga olib chiqish bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi barcha quyi tizimlarning majmuidir. Innovatsion infratuzilmaning alohida vazifasi kichik innovatsion korxonalarni qo'llab-quvvatlashdan iboratdir. Innovatsion infratuzilmaning quyidagi quyi tizimlarini alohida ajratib ko'rsatishimiz mumkin:

1. Ishlab chiqarish-texnologik infratuzilma.
2. Moliyaviy infratuzilma.

3. Ekspert-maslahat infratuzilmasi.

Har bir quyi tizimning institut va tashqilotlari majmui quyida ifoda ettirilgan.

1. Ishlab chiqarish-texnologik infratuzilma

- Texnoparklar (ilmiy parklar);
- Innovatsion-texnologik markazlar (ITM);
- Biznes-inkubatorlar;
- Texnologiyalar transferi markazi (TTM);
- Innovatsion-sanoat komplekslari;
- Innovatsion-sanoat klasterlari;
- Alohida iqtisodiy hududlar.

2. Moliyaviy infratuzilma

- Turli fondlar (budjet, venchur, sug'urta, investitsion);
- Xususiy investorlar;
- Fond bozori.

3. Ekspert-maslahat va axborot infratuzilmasi

- Umumiy va ixtisoslashgan tavsifdagi konsalting markazlari (moliya, investitsiyalar, marketing, boshqaruv va hokazo);
- Xizmatlar ko'rsatuvchi tashqilotlar (standartlashtirish, sertifikatlash, intellektual mulkni muhofazalash);
- Axborot-tahlil markazlari, internet-resurslar.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, innovatsiyalarni ishlab chiqarish sohasida nafaqat yirik korporatsiyalar, balki kichik innovatsion firmalar ham faollik ko'rsatmoqda. Yirik kompaniyalarning bir tomondan, keng ko'lamli ilmiy tadqiqot ishlarini amalga oshirishga yetarlicha mablag'lari mavjud bo'lsa, ikkinchi tomondan ular jahon bozoridagi shiddatli raqobat kurashida yutqazib qo'ymaslik uchun ham ilmiy tadqiqot faoliyatini qo'llab-quvvatlashga majburdirlar. Odatda, kichik innovatsion firmalar tadqiqot markazlari va universitetlar atrofida shakllanadi va ular tijorat maqsadlarida yangi bilimlardan foydalanishadi. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, respublikamizda dunyoning taraqqiy etgan mamlakatlari bilan taqqoslaganda ITTKI natijalarini olish va ularni tijoratlashtirish masalalarida katta tafovut mavjud.

Bugun jahonning yetakchi universitetlari, ilmiy markazlari va fanlar akademiyalari bilan ilmiy hamkorlikni yanada mustahkamlashni zamonning o'zi talab qilmoqda. Mamlakatimiz va

jamiyatimizning zamon talablari darajasida rivojlanishini ilm-fansiz tasavvur qilish qiyin. Ilm-fan taraqqiyotida fundamental tadqiqotlar muhim ahamiyat kasb etadi. Aynan ular orqali yangi bilimlar o‘zlashtiriladi va nazariyalar shakllantiriladi. Kelgusi amaliy tadqiqotlar va innovatsion ishlanmalar uchun mustahkam asos yaratiladi. Mamlakatimizda innovatsion taraqqiyot yo‘lida to‘siq bo‘layotgan omillarga ITTKI mutaxassislarining bozor talablariga an’anaviy tarzda e’tiborsiz munosabatda bo‘lishlari, moliyalashtirish mexanizmlarining eskirganligi, ilmiy-muhandislik ishlarini tashqil qilishning hanuz eskicha qolipda ekanligi, eski tipdagi idoralarning ustun mavqega ega bo‘lib qolayotganligi kabilarni kiritishmiz mumkin. Shu bilan birga, ishlab chiqarish-texnologik va axborot infratuzilmalari yetarlicha rivojlanmagan, tijoratlashtirish uchun zarur bo‘lgan litsenziyalash, sertifikatlash va patentlash jarayonlari ortiqcha byurokratlashtirib yuborilgan. Shu munosabat bilan, O‘zbekistonda yuqori texnologiyali biznes va texnologiyalarni tijoratlashtirish sohasida ishlarimchi bo‘lgan xorijiy mutaxassislar birinchi navbatda quyidagi to‘siqlarga e’tibor berishadi:

- malakali menejerlarning yetishmasligi;
- mahalliy kompaniyalarda korrupsiya’ning mavjudligi va ularda shaffoflik darajasining pastligi;
- yuqori texnologiyali mahsulotlarni import va eksport qilishga to‘siq bo‘luvchi bojxona tartibi;
- infratuzilma tarmoqlari rivojlanish darajasining talab darajasida emasligi.

Bularning barchasi, bugungi kunda innovatsion iqtisodiyotga o‘tish yo‘lidan borayotgan respublikamiz uchun xos bo‘lgan eski ma’muriy-buyruqbozlik tizimining va bozor iqtisodiyotiga xos bo‘lgan yangi innovatsion tizimning elementlarini o‘zida mujassam etgan o‘tish tipidagi innovatsion tizimning amalda ekanligidan dalolat beradi. Mamlakatimizda milliy innovatsion tizimni shakllantirish, innovatsion jarayonlarning to‘la-to‘kis amalga oshirishini ta’minlash uchun zaruriy shart-sharoitlarni yaratish borasida so‘nggi-yillarda tizimli islohotlar amalga oshirilmoqda. Ammo amalga oshirilayotgan islohotlarning ijobiy samarasi haqida gapirishga hali erta. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-mayda qabul qilingan “Faol tadbirkorlik

va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi Qarorida mamlakatda faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yanada yaxshilashga to'sqinlik qiluvchi, quyidagi qator tizimli muammolar mavjudligi ta'kidlab o'tiladi:

birinchidan, hududlarning mavjud resurs bazasi va salohiyatini hisobga olgan holda ilg'or va zamonaviy innovatsion ishlanmalar, texnologik loyihalar-startaplar va innovatsiyalar bozorini tizimli tahlil qilish yo'lga qo'yilmagan;

ikkinchidan, innovatsion loyihalar-startaplarga investitsiyalarni jalb etish, ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish sohasiga innovatsiyalarni faol joriy qiluvchi iqtidorli tadbirkorlar faoliyatiga ko'maklashish va muvofiqlashtirish ishlari lozim darajada amalga oshirilmayapti;

uchinchidan, innovatsion rivojlanish sohasida, ayniqsa, joylarda ishbilarmonlik muhiti past darajada, shuningdek, innovatsion va muvaffaqiyatli texnologik loyihalar-startaplarni ishlab chiqish va ilgari surish bo'yicha zarur ko'nikmalarga ega tadbirkorlarning yetishmovchiligi saqlanib qolmoqda;

to'rtinchidan, innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarning ma'lumotlar bazasi mavjud emas, yangi resurslarni yaratish va tajribani biznes-tuzilmalarga o'tkazish amaliyoti rivojlanmasdan qolmoqda;

beshinchidan, innovatsion ishlanmalar bozorini qo'llab-quvvatlash mexanizmlari sust darajada ishlab chiqilgan, innovatsion g'oyalardan samarali foydalanishni muvofiqlashtirish yo'lga qo'yilmagan, innovatsion ishlanmalarning sifati esa bozor talablariga javob bermaydi;

oltinchidan, innovatsion ishlanmalar, texnologik loyihalar-startaplar sohasiga texnika oliy ta'lim muassasalari bitiruvchilari va iqtidorli yoshlarni jalb etishga, shuningdek, biznes-inkubatorlarni yaratishga lozim darajada e'tibor qaratilmayapti;

ettinchidan, aholi o'rtasida innovatsion tadbirkorlikni ommalash-tirish ishlari samarali olib borilmayapti, innovatsion

mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqishga va ilgari surishga jalb qilishda texnik va psixologik to‘siqlar saqlanib qolmoqda⁵.

Innovatsion siklning qator bosqichlari bugungi kunda moliyaviy, axborot va infratuzilmaviy jihatdan zarur darajada qo‘llab-quvvatlanayotgani yo‘q. Bu eng avvalo, tadqiqot va ishlanmalarning natijalarini tijoriylashtirishga kirishayotgan boshlang‘ich kompaniyalarga tegishli. Bundan tashqari, innovatsion jarayonning asosiy ishtirokchilari va ularning tijoratlashuvi o‘rtasidagi aloqalarni rivojlantirish yetarli darajada rag‘batlantirilmagan qolmoqda. Buning natijasida, mavjud salohiyatdan samarali darajada foydalanilgani yo‘q, mamlakatning texnologik rivojlanish ko‘rsatkichlari asta-sekin o‘sib borayotgan bo‘lsada, uning darajasi pastligicha qolmoqda. Innovatsion infratuzilmaning barcha elementlari o‘z vazifalari va maqsadlariga ko‘ra, bir-biriga o‘zaro yaqin bo‘lishlariga qaramasdan, ularning o‘rtasida sezilarli farqlar ham mavjud. Quyida innovatsion infratuzilmaning asosiy elementlarini batafsil ko‘rib chiqishga harakat qilamiz.

Texnopark

Texnopark (ilmiy park) – O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko‘ra bitta yoki bir nechta Oliy ta’lim muassasi (OTM) bilan yoki ilmiy markazlar, korxonalar, mahalliy boshqaruv organlari bilan yaqin hamkorlik aloqalariga ega bo‘lgan yuridik maqomdagi tashqilot hisoblanadi. Texnopark ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash, yuqori texnologiyali biznesni jadal taraqqiy ettirish, kichik va o‘rta biznesni rivojlantirish hisobiga Respublikamiz va mahalliy budjetlarning daromad qismining o‘shishiga olib keladi. Texnoparklar faoliyatini yo‘lga qo‘yish va ularni rivojlantirish mahalliy hokimiyat organlarining doimiy qo‘llab-quvvatlashisiz amalga oshishi qiyin kechadi.

Ushbu tuzilmalarni yaratishdan ko‘zlangan asosiy maqsad innovatsion sohada o‘z biznesini boshlovchilarni qo‘llab-quvvatlash

⁵O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-mayda qabul qilingan “Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori. www.lex.uz

borasida innovatsion muhitni shakllantirishdan iboratdir. Mazkur tuzilmalar faoliyatining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- innovatsion texnologiyalarni yaratish va ularni tijorat asosida o‘zlashtirish uchun kompaniyalar va tadbirkorlarni rag‘batlantirish;
- kichik va o‘rta innovatsion kompaniyalarning mustaqil tarzda faoliyat yuritishlari va rivojlanishlarini qo‘llab-quvvatlash;
- mamlakat va mintaqalarni ushbu mahsulotga bo‘lgan ehtiyojlarini to‘laqonli qondirish maqsadida, bozorlarga ilmiy-texnik mahsulotlarni chiqarish.

Bugungi kunda mamlakatimizda texnoparklar faoliyatini tashqil etish masalalari O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrda Farmoni bilan “Toshkent shahrining Yashnobod va Olmazor tumanlarida texnoparklar tashqil etilgan.

Biznes-inkubatorlar

Biznes inkubator – bu kichik korxonalarini boshlang‘ich faoliyatini yanada rivojlantirish uchun barcha qulay shart-sharoitlar yaratib beruvchi va unga qator majmual xizmatlar va resurslar tavsiya etuvchi tashqilot hisoblanadi. Texnopolislarning ko‘p tarmoqli faoliyati davlat ishtirokida fundamental va amaliy loyihalarni shakllantirish va amalga oshirishga asoslanadi. Bunday majmual xizmatlarga korxonalariga bino va inshootlarni imtiyozli shartlar asosida berish, aloqa vositalari, ofis uskunalari, orgtexnika va shu kabi zarur jihozlar bilan ta‘minlash kabilarni ajratib ko‘rsatishimiz mumkin. Qo‘llab-quvvatlashning muhim tarkibiy qismlaridan biri – bu kichik biznesni rivojlantirish uchun katta ahamiyatga ega bo‘lgan referentlik, buxgalterlik, huquqiy, ta‘lim va konsalting xizmatlarini ko‘rsatishdan borat. Bugungi kunda mamlakatimiz iqtisodiyotini innovatsion taraqqiyotga yo‘naltirishda biznes-inkubatorlarning ahamiyati har qachongidan ham oshib bormoqda.

Ba‘zi hollarda, biznes-inkubatorlar mahalliy bozorlarga chiqish uchun tadbirkorlarga lizingga asbob-uskunalar olishga, ish faoliyatini yo‘lga qo‘yish uchun kredit mablag‘lari olishga yordam beradi. Shunday qilib, tadbirkorning asosiy vazifasi – mahsulot yoki xizmatlar ishlab chiqarishni boshlash va bozorga kirib borishdan

iboratdir, bu borada mavjud muammolarni hal etishga biznes-inkubator jamoasi (ma'muriyat, ekspertlar, maslahatchilar) yordam beradi.

Shu bois, biznes-inkubator bir necha muhim xususiyatlarga ega bo'lishi talab etiladi:

1) hududda yangidan tashqil etilayotgan korxonalarining talablariga javob beruvchi, har qanday biznesni qo'llab-quvvatlash uchun keng qamrovli dasturlarga ega bo'lish;

2) biznes-inkubator rahbariyati yangidan tashqil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlash ko'nikma va tajribalarga ega bo'lishi lozim;

3) yordamga muhtoj va qo'llab-quvvatlash dasturlarida ishtirok etish orqali maksimal foyda olish istagiga ega bo'lgan kompaniyalarni tanlab olish talab etiladi.

Keyinchalik, kompaniya inkubatorni tark etar ekan, inkubatorning bino va inshootlarini, asbob-uskunalarini inkubatorga qaytaradi va o'zi mustaqil korxonalar sifatida faoliyat ko'rsata boshlaydi. Bu vaqtga kelib, ular mustaqil faoliyat ko'rsatish, maslahatchilarni yollash, moliyaviy manbalarni izlab topish yoki o'z ehtiyojlari uchun bino va inshootlarni ijaraga olish uchun yetarli bo'lgan ichki resurslarni shakllantira olishi lozim. Odatda, biznes-inkubatorlarda tadbirkorlik loyihalarini amalga oshirish uchun 10-20 tagacha turli tarmoq va sohalarda faoliyat ko'rsatuvchi kichik korxonalar birlashadi. Biznes-inkubatorlar tadbirkorlarga turli xizmatlar bilan bir qatorda, biznes yuritishning turli masalalari bo'yicha maslahat beradilar va hududdagi iqtisodiy vaziyat bo'yicha tahliliy axborotlar taqdim etadilar va konsalting xizmatlari ko'rsatadilar. Biznes-inkubatorlar tadbirkorlarning ijara to'lovlari, inkubatoridan mustaqil ajralib chiqqan va bugungi kunda muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar foydasi (sotish hajmi) dan ajratilayotgan ulushlardan, o'quv yurtlari, sanoat korxonalarining mablag'lari va venchur kapital hisobiga faoliyat ko'rsatadi. Shunday qilib, inkubator byurokratik to'siqlarni bartaraf etishga, firmalarni tegishli vositalar va uskunalar bilan ta'minlashga yordam beradi. Shu sababli, loyihani ishlab chiqishga sarflanadigan vaqt sarfi va dastlabki xarajatlar kamayadi. Eng muhimi, biznes-inkubator konsalting, ta'lim, axborot xizmatlari ko'rsatish,

menejment va marketing jihatdan tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab-quvvatlash orqali tadbirkorlarning ilmiy tadqiqot faoliyati natijalaridan keng foydalanishlariga imkon yaratadi, bu esa o‘z navbatida endi faoliyat boshlovchi tadbirkorlar muvaffaqiyat garovi hisoblanadi. Inkubatorlar iqtisodiyot, ilm-fan va texnologiyalar rivojida tutgan o‘rni jihatidan texnoparklardan farq qiladi. Birinchidan, biznes – inkubatorlar faqatgina yangidan tashqil etilayotgan dastlabki rivojlanish bosqichida bo‘lgan kompaniyalar yoki firmalarni qo‘llab-quvvatlaydilar. Ikkinchidan, ular nafaqat, yuqori texnologiyalar sohasidagi firmalarni, balki turli tarmoq va sohalarga mansub kichik biznes subyektlarini ham qo‘llab-quvvatlaydilar. Uchinchidan, inkubatorlar odatda, ofis va boshqa binolarni qurish uchun yer maydonlarini ijaraga berish imkoniga ega emaslar. To‘rtinchidan, biznes-inkubatorlar firmalarning inkubatsiya davri tugagan firmalarning doimiy yangilab borish siyosatini amalga oshiradilar. Ko‘rinib turibdiki, biznes-inkubatorlar birinchi navbatda, kichik biznesni qo‘llab-quvvatlovchi infratuzilmaning tarkibiy qismi hisoblanadi. Ular avtonom tuzilma sifatida ham faoliyat yuritishlari va shuningdek, kichik innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishning dastlabki bosqichlarida tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlagan holda texnopark yoki ilmiy parklarning tarkibida ham faoliyat ko‘rsatishi mumkin. Avtonom inkubatorlar asosan texnologik bo‘lmagan tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan. Texnopark tarkibiga kiruvchi, shuningdek, universitet yoki ilmiy tashqilotlarning yaqinida joylashgan inkubatorlar innovatsion kichik korxonalarni qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan bo‘lib, ular odatda texnologik inkubatorlar ham deb, ataladi. Texnologik biznes-inkubatorlar fan sig‘imli va yuqori texnologiyali biznes sohaslarida band bo‘lgan kichik innovatsion korxonalarni “o‘stirish”, “ulg‘aytirish” hisobiga yuqori texnologiyali tarmoqlarni qo‘llab-quvvatlashdan iborat. Texnologik biznes-inkubatorlar, odatda, universitetlar va ilmiy markazlarda yaratilgani sababli bilimlarni uzatishga, ularning tijoratlashuviga yordam beradi. Bundan tashqari, ular yuqori malakali kadrlar uchun ish joylari yaratilishini ta‘min etgan holda, MIT kadrlarining mobillik darajasining oshishiga xizmat qiladi.

O‘zbekiston Respublikasida mustaqillik-yillarida biznes-inkubatorlar rivojlanib shakllanganligini kuzatish mumkin. Respublikamizda inkubatorlardan iqtisodiyotni mintaqaviy darajada qayta qurish va diversifikatsiya qilish, shuningdek, hududlarda yangi ish o‘rinlari yaratish va ijtimoiy barqarorlikni ta’minlash maqsadida foydalanila boshlandi. Bu biznes inkubatorlar yaratishdan ko‘zlangan asosiy maqsadlardan biri edi.

Bugungi kunda mamlakatimizni Harakatlar strategiyasi asosida ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan taraqqiy ettirishda, iqtisodiyotda davlatning o‘rnini qisqartirish, xususiy mulk daxlsizligini ta’minlash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mavqeini mustahkamlashda biznes-inkubatorlar alohida ahamiyat kasb etadi. Ammo bugungi kunda mamlakatimizda biznes-inkubatorlarning samarali rivojlanishiga to‘sqinlik qiluvchi bir qator omillar mavjudligini e’tibordan chetda qoldirmasligimiz lozim. Bunday muammolar sirasiga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- institutsional tuzilmalarni tartibga solish uchun zarur bo‘lgan me’yoriy-huquqiy bazaning mavjud emasligi, inkubatorlarga huquqiy maqomining belgilab berilmaganligi;
- biznes inkubatorlarni moliyaviy jihatdan yetarlicha qo‘llab-quvvatlanmasligi;
- turli yo‘nalishlar bo‘yicha inkubatorlar uchun kichik korxonalarni tanlash mezonlarini shakllantirish va tegishli xizmatlar majmui yaratilmaganligi;
- menejerlarning yetarlicha malakaga ega emasliklari va ularni o‘qitish va malakasini oshirish uchun tuzilmalarning mavjud emasligi va boshqalar.

Innovatsion-texnologik markazlar

Innovatsion-texnologik markazlarni ham biznes-inkubatorlar oilasiga kiritishimiz mumkin, chunki ular ham xuddi biznes-inkubatorlar kabi faoliyat ko‘rsatadi va fan sig‘imli korxonalarni qo‘llab-quvvatlaydilar.

Innovatsion-texnologik markazlarning eng muhim jihati shundan iboratki, ular o‘z mohiyatiga ko‘ra shakllangan va bugungi kunda faoliyat ko‘rsatayotgan kichik innovatsion korxonalarni qo‘llab-

quvvatlovchi tuzilma hisoblanadi. Ularning asosiy faoliyat yoʻnalishlari quyidagilar hisoblanadi:

- firmalarning tashqil etilishi, oʻsishi va rivojlanishiga koʻmaklashish;
- hududda innovatsion faoliyatning taraqqiyotiga koʻmaklashish;
- sanoat va tadqiqotchilar oʻrtasida hamkorlik va kooperatsiyani yoʻlga qoʻyish;
- axborot taʼminoti sohasida fan sigʻimi yuqori boʻlgan firmalarga xizmat koʻrsatish;
- menejment sohasida xodimlarni tayyorlash va oʻqitish;
- firmalar oʻrtasida hamkorlik va axborot almashinuvini yoʻlga qoʻyish uchun mintaqaviy va xalqaro tarmoqlarni yaratish asosida real iqtisodiy oʻsishni jadallashtirish.

Aslida, ITM lar bir tomondan kichik korxonalar va ilmiy-taʼlim muassasalari oʻrtasida boshqa bir tomondan esa, sanoat bilan ilmiy muassasalarni bogʻlovchi boʻgʻin boʻlib xizmat qiladi, chunki innovatsion-texnologik markazlar odatda, korxonalar yoki ilmiy-ishlab chiqarish komplekslari qoshida tashqil etiladi.

Oʻzbekistonda innovatsion-texnologik markazlarni yaratish masalalariga soʻnggi-yillarda katta eʼtibor qaratilmoqda. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-maydagi “Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi Qarori⁶ bilan Oʻzbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligining davlat-xususiy sheriklik shartlarida Qoraqalpogʻiston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahrida innovatsion loyihalar-startaplarni ishlab chiqish, sinovdan oʻtkazish va oʻzlash-tirish, innovatsion faoliyat natijalarini transfer qilish va tijoratlashtirishni amalga oshiruvchi innovatsion gʻoyalar, ishlanmalar va texnologiyalar markazlarini tashqil etish toʻgʻrisidagi taklifi maʼqullandi. Mazkur qaror bilan innovatsion gʻoyalar, ishlanmalar va texnologiyalar markazlari oʻz faoliyatini tijorat asosida amalga oshirishlari va tashqil etilgan paytdan boshlab besh-yil muddatga barcha turdagi soliqlarni toʻlashdan ozod etilishlari belgilab

⁶ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-maydagi “Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi Qarori. www.lex.uz

qo'yildi. Yuqorida tilga olib o'tilgan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori asosida quyidagilar markazlarning asosiy vazifalari etib belgilab berildi:

- ishlab chiqarish va xizmatlarning yangi va zamonaviy turlarini yaratish maqsadida hududlarning salohiyati va resurs bazalarini chuqur tadqiq qilish;

- innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash maqsadida innovatsion menejmentni rivojlantirish;

- yangi va talab yuqori bo'lgan mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqish bo'yicha innovatsion loyihalar-startaplarni, jumladan, xorijda qo'llaniladigan ilg'or uslub va texnologiyalardan foydalangan holda ishlab chiqish, sinovdan o'tkazish va o'zlashtirish;

- innovatsiyalar bozorining marketing tadqiqotlarini o'tkazish, ishlab chiqarilgan innovatsion mahsulot (ish, xizmat)lar bozorlarini shakllantirish, ularning bozor talablariga yo'naltirilishi va moslashishi uchun tavsiyalar ishlab chiqish;

- investorlar va innovatsion mahsulot (ish, xizmat)lar iste'molchilarini qidirib topish ishlarini, jumladan, innovatsion infratuzilma subyektlari o'rtasida kooperatsiyani rivojlantirish orqali tashqil etish;

- innovatsion faoliyatni amalga oshirish masalalari bo'yicha manfaatdor shaxslarning keng doirasiga maslahat berish, aholi va tadbirkorlik subyektlari o'rtasida innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni ommalashtirishga qaratilgan reklama va ko'rgazma tadbirlarini tashqil etish;

- qo'shma innovatsion loyihalarni amalga oshirish maqsadida ishlab chiqarish korxonalarini, ilmiy tadqiqot va ta'lim muassasalari, startaplar hamda sanoat va qishloq xo'jaligining ustuvor tarmoqlaridagi boshqa sheriklar bilan innovatsion hamkorlikni rivojlantirish;

- innovatsion faoliyatning ishlab chiqilgan va muvaffaqiyatli sinovdan o'tkazilgan natijalarini ilgari surish va tijratlashtirish.

Mamlakatimizda innovatsion-texnologik markazlar faoliyati samaradorligini amalga oshirish borasida amalga oshirilayotgan tizimli chora-tadbirlar mamlakatimizni yaqin istiqbolda innovatsion salohiyati yuksak davlatlar qatoridan o'rin olishiga zamin yaratadi.

Texnologiyalar transferi markazlari

Bugungi kunda mamlakatimizda eksperimental texnologiyalar transferi markazlari shakllantirilib, ularning misolida ilmiy-texnik faoliyat natijalari va texnologiyalarni tijoratlashtirishning tashqiliy-moliyaviy mexanizmlari ishlab chiqilmoqda. Texnologiyalar transferi markazlari, odatda oliy o'quv yurtlarida joylashtiriladi va ITTKIlari natijalarining tijoriy qiymatini baholaydilar, tijoratlashtirish strategiyasini ishlab chiqadilar, patent olish uchun arizalar beradilar, loyiha ishtirokchilarining mulk huquqlarini himoya qiladilar, oldindan belgilangan sxemaga asosan loyiha ishtirokchilari o'rtasida royaltini taqsimlaydilar, intellektual mulk, kichik korxonalarni tashqil etish, investitsiyalar jalb qilish bo'yicha universitet xodimlariga maslahat xizmatlarini ko'rsatadilar. Texnologiyalar transferi markazlari foyda keltiruvchi va o'zini-o'zi qoplovchi markaz sifatida tashqil etilmagan bo'lsa-da, AQSH tajribasi, bunday markazlar tashqil etilganidan boshlab, 8-10-yil ichida o'zini-o'zi qoplash imkoniga ega bo'lgan markazga aylana olishi mumkinligini ko'rsatadi. Texnologiyalar transferi markazlarining tashqiliy-huquqiy shakli bo'lib, universitetning tarkibiy bo'linmasi yoki notijorat shaklidagi hamkorlik hisoblanadi.

Texnologiyalar transferi markazlarini yaratishning konseptual g'oyasi va maqsadi-mintaqalarning iqtisodiy rivojlanishini rag'batlantirishdan iborat. Texnologiyalar transferi markazlarining samarali faoliyat ko'rsatishi, ularning atrofida biznes-inkubatorlarning shakllanishiga olib keladi va buning natijasida kompaniyalar tanlov asosida "boshlang'ich" moliyalashtirish huquqini qo'lga kiritishlari mumkin. Rivojlangan davlatlar amaliyoti shuni ko'rsatadiki, fundamental tadqiqotlardan ularning natjalarini tijoratlashtirishga o'tishning aniq bir tizimi yaratilmas ekan, oliy ta'lim muassasalarida amalga oshirilayotgan ilmiy tadqiqot ishlarining yuqori samaradorligiga erishib bo'lmaydi. Bu vazifalarni amalga oshirishni bevosita universitetlarning o'zlari uddalay olmaydilar, chunki ITTKI larini amalga oshirish juda katta xarajatlarni talab etadi, texnologiyalar transferi zanjirini bog'lovchi davlat mexanizmlarining mavjud emasligi innovatsion jarayonlarning samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Texnologiyalar transferining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

1. Intellektual faoliyat natijalarini himoya qilish strategiyasini ishlab chiqish va innovatsion faoliyatning ilk bosqichlaridayoq, intellektual faoliyat natijalaridan foydalanishning rejalashtirilayotgan tartibiga muvofiq, intellektual faoliyat natijalarini himoya qilishning maqbul shakllarini belgilab olish.

2. Davlat standartlari (GOST 15.011-96) asosida patent tadqiqotlarini o‘tkazish (xo‘jalik faoliyati obyektlarining rivojlanish tendensiyalari va texnik darajasini, ularning patentga layoqatliligini, raqobatbardoshligini va patent sofligini tadqiq qilish).

3. O‘z ichiga quyidagi amaliyotlarni qamrab olgan intellektual faoliyat natijalarini huquqiy himoya qilishni amalga oshirish:

- ixtironing mohiyatini aniqlashtirish va shakllantirish borasida intellektual faoliyat natijalari mualliflari bilan maslahatlashish va hamkorlikda ishlash;

- mualliflik huquqini himoya qiluvchi tashqilotlar va milliy patent idoralari, zarur bo‘lganda xalqaro patent idoralari talablariga muvofiq ariza va kerakli hujjatlarni tayyorlash;

- intellektual faoliyat natijalari to‘g‘risidagi tijorat sirini va axborotning maxfiyligini ta‘minlash;

- patent va boshqa to‘lovlar, shuningdek, mualliflik gonorarlari o‘z vaqtida to‘lanishini ta‘minlash;

- intellektual faoliyat natijalarini nomoddiy aktiv sifatida (agar kerak bo‘lsa, kichik innovatsion korxonalar ustav kapitaliga intellektual faoliyat natijalaridan foydalanish huquqini kiritish) budjet hisobini yuritish uchun tahliliy va axborot materiallarini tayyorlash.

4. Intellektual mulkni himoya qilish masalalari bo‘yicha barcha axborot-tahliliy va konsalting ishlarini olib borish. Bu vazifa turli treninglar, seminarlar, mentorlik dasturlarini tashqil etish, axborot materiallarini nashr etish, tarqatish va boshqalar orqali amalga oshiriladi. Shunday qilib, bugungi kunda mamlakatimizda ilmiy yutuqlarni to‘siqsiz tijoratlashtirish imkonini beruvchi innovatsion infratuzilmaning to‘liq tizimi shakllanganicha yo‘q.. Shu bois, milliy innovatsion tizimning muhim elementi sifatida innovatsion

infratuzilmani rivojlantirishning yangi shakllarini izlab topish va amaliyotga joriy etish bugungi kunning eng muhim vazifalaridan biri sanaladi.

Nazorat va o‘z-o‘zini tekshirish uchun savollar

1. Innovatsion muhitning mohiyati nimadan iborat?
2. Innovatsion salohiyat tushunchasiga oydinlik kiriting, uning tarkibiy qismlarining xususiyatlarini ochib bering?
3. Milliy innovatsion tizimni tushuntiring, uning asosiy tashqil etuvchilarini sanab bering?
4. Texnoparkni ta’riflang. Texnopark o‘z rezidentlariga qanday xizmatlarni taqdim etadi?
5. Biznes-inkubatorni tavsiflang. Innovatsion kompaniyalar taraqqiyotining qaysi bosqichida u kompaniyalarni qo‘llab-quvvatlaydi. Biznes inkubator faoliyatining samaradorligini ko‘rsatuvchi asosiy ko‘rsatkichlar nimalardan iborat?
6. Texnologiyalar transferi markazlarining asosiy vazifalari nimalardan iborat?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O‘zbekiston 2017, 40 b.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-4947-son 2017-yil 7-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 08.02.2017 y.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3899-son 2018-yil 6-avgustdagi “Ilmiy va innovatsion faoliyatni integratsiya qilish tizimi samaradorligini oshirishga doir chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 07.08.2018 y.

5. Rahmatov M.A., Zaripov B.Z. Klaster – integratsiya, innovatsiya va iqtisodiy o‘shish. // Risola. –T.: 2018. “Zamin nashr”. 110 b.

6. Бунчук М. «Национальные инновационные системы: основные понятия и приложения» (по материалам зарубежных авторов), <http://www.geocities.com/CollegePark/Lab/5590/nis.htm>.

7. Гапоненко В.Ф. Бизнес-инкубаторы в национальной инновационной системе. - М.: Современная экономика и право, 2006.

8. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы. – М.: Наука, 2002.

9. Келле В.Ж. Инновационная система России: формирование и функционирование. –М.: Едиториал УРСС, 2003.

10. Бизнес-инкубаторы в Национальной инновационной системе. – М.: Современная экономика и право, 2006.

11. Голиченко О.Г. Национальная инновационная система России: состояние и пути развития. – М.: Наука, 2006.

12. Друкер Питер Ф. Бизнес и инновации. – М.: издательский дом «Вильямс», 2007.

13. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы. – М.: Наука, 2002.

14. Grossman G., Helpman E., 1991. Innovation and Growth in the Global Economy. MIT Press, Cambridge, MA

10 MAVZU. ILMIY KASHFIYOTLAR, IXTIROLAR VA ULARNI LISENZIYALASH

Fuqarolik qonun hujjatlari xizmat yoki tijorat siri bo'lgan axborotni, basharti bu axborot uchinchi shaxslarga noma'lumligi sababli haqiqiy yoki nisbiy tijorat qimmatiga ega bo'lgan, qonun yo'li bilan undan erkin bahramand bo'lish mumkin bo'lmagan hamda axborot egasi uning maxfiyligini saqlashga doir choralar ko'rgan hollarda himoya etadi.

O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi

Reja:

1. Ilmiy kashfiyotlar, ixtiro, patentlarning mohiyati va asosiy turlari.
2. Ixtiro, patent va litsenziyalash.
3. Intellektual mulkni boshqarish.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion g'oya, texnik muammo, texnik yechim, ixtiro, innovatsiya, patent, biznes-muhit, foydali modellar, sanoat namunalari, biznes-reja, patentni sotish, litsenziya, litsenziya shartnomasi, marketing, intellektual mulk, raqobatchilar, startap loyihalar.

1. Ilmiy kashfiyotlar, ixtiro, patentlarning mohiyati va asosiy turlari

Patent leksikasidan foydalangan holda, odatda, ixtiroga texnik muammoning yangi va innovatsion yechimi deya ta'rif beriladi. Ixtiro yangi mahsulot yoki usulni yaratishga oid bo'lishi yoki ma'lum bo'lgan mahsulot yoki usulni yanada takomillashtirishdan iborat bo'lishi mumkin.

Tabiatda mavjud bo'lgan narsani shunchaki kashf qilish odatda ixtiro deb hisoblanmaydi, chunki ixtiro yaratilishi uchun insonning idroki va topqirligi, ijodiy qobiliyati va ixtirochiligi bag'ishlangan

bo'lishi kerak. O'zbekiston Respublikasi «Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to'g'risida»gi qonunining 6-moddasiga muvofiq har qanday sohada mahsulotga (xususan, qurilma, modda, mikroorganizm shtampi, o'simliklar yoki hayvonlar hujayralarining turlariga) yoki usulga (moddiy vositalar yordamida moddiy obyekt ustida xatti-harakatlarni amalga oshirish jarayoniga) taalluqli bo'lgan texnik yechim ixtiro sifatida e'tirof etiladi.

Zamonaviy ixtirolarning ko'p qismi yirik ishlarning va ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga (ITTKI) kiritilgan uzoq muddatli investitsiyalarning natijasi bo'lgan holda ham, boshqa ko'pchilik ixtirolar oddiy va arzon bo'lib, lekin katta foyda keltiradigan texnik takomillashtirishlardan iborat bo'lsa ham ixtirochilarga yoki kompaniyalarga katta daromad va foyda olib keladi.

“Ixtiro” va “innovatsiya” orasidagi farqni tushunish muhim ahamiyatga ega. Ixtiro ma'lum bir texnika sohasidagi muammoning texnik yechimiga oid bo'ladi. U innovatsion g'oya bo'lishi mumkin, va shuningdek, ishlaydigan model yoki tajribaviy namunadan iborat bo'lishi mumkin. Innovatsiya esa ixtironi sotish uchun yaraydigan mahsulot yoki usul darajasiga yetkazishdir. Kompaniyalarning innovatsion faoliyat bilan shug'ullanishlarining asosiy sabablari quyidagilardir:

- sarf-xarajatlarni kamaytirish va mehnat unumdorligini oshirish maqsadida ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish;
- xaridorlarning talabini qanoatlantiradigan yangi mahsulotni chiqarish;
- raqobatchilardan o'zib ketish va yoki o'zining bozordagi segmentini kengaytirish;
- yaratilayotgan texnologiyalarning mavjud bo'lgan va korxonada hamda buyurtmachilarning iqtisodiy faoliyatida yuzaga keladigan talablarga muvofiqlashtirishni ta'minlash;
- texnologik jihatdan boshqa kompaniyalarga qaramligini oldini olish.

O'zining innovatsion va ijodiy potensialidan foydalanib maksimal foyda olish, boshqa patent egalari bilan foydali sheriklik munosabatlarini o'rnatish va o'zga shaxslarga tegishli bo'lgan texnologiyalardan noqonuniy foydalanish holatlaridan ehtiyot

bo'lish uchun zamonaviy iqtisodiyotda kompaniyaning innovatsion faoliyatini boshqarish patent tizimini yaxshi bilishni talab qiladi. O'tgan-yillardan farqli o'laroq, ko'p zamonaviy innovatsiyalar turli patent egalariga tegishli bo'lgan qator patentlangan ixtirolarga asoslangan murakkab obyektlardan iborat bo'lishi mumkin.

Mahsulotning qisqa hayotiy sikli va raqobatchilikning kuchayib borishi kompaniyalarga juda katta ta'sir o'tkazmoqda, ularni taraqqiyotning innovatsion yo'liga o'tishga hamda ichki va tashqi bozorda raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun boshqa korxonalarining innovatsiyalaridan foydalanishga intilishga majbur qilmokda. Patent tomonidan taqdim etiladigan mutlaq huquqlar innovatsion kompaniyalarning katta kuch talab qiladigan, xavfli va doimo rivojlanishda bo'lgan biznes-muhitda gullab-yashnashi uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi «Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to'g'risida»gi qonunining 36 - moddasiga muvofiq davlat sirlarini o'z ichiga olmaydigan ixtirolar va foydali modellarni boshqa davlatlarda patentlash tegishli talabnoma Patent idorasiga topshirilgan kundan e'tiboran uch oy o'tganidan keyin amalga oshirilishi mumkin.

Bu holda O'zbekiston Respublikasi Davlat patent idorasiga ixtiroga talabnoma topshirilgan sanasi ustuvorlik sanasi deyiladi va uning asosida 12 oy ichida (ya'ni ustuvorlik davri mobaynida) boshqa mamlakatlarga topshirilgan har qanday keyingi talabnomalar xuddi shunday ixtiroga o'zga shaxslar tomonidan ustuvorlik sanasidan keyin topshirilgan talabnomalarga nisbatan ustuvorlikdan foydalanadilar. Xorijiy mamlakatlarda patentga talabnomalarni ko'rsatib o'tilgan ustuvorlik davri davomida topshirish qat'iy tavsia qilinadi.

Ustuvorlik muddati tugagandan keyin talabnoma (patent) haqidagi ma'lumotlar patent idorasi tomonidan birinchi marta chop etilguncha (odatda, ustuvorlik sanasidan 18 oy ichida), siz boshqa mamlakatlarda ixtiro muhofazasini olishga harakat qilib ko'rishingiz mumkin, lekin, bu holda avvalgi topshirilgan talabnoma bo'yicha ustuvorlikdan foydalana olmaysiz. Shunday qilib, ixtiro mohiyati ochilgan yoki chop etilgan bo'lsa, siz yangilik yo'qotilgani tufayli xorijiy mamlakatlarda patent muhofazasini ola olmaysiz.

Patentning mavjudligi tijorat jihatidan muvaffaqiyatga erishishni kafolatlamaydi. Patent kompaniya uchun faqat ixtirolardan daromad olish imkoniyatini beradigan vositadir. Kompaniyaga yaxshigina foyda keltirishi uchun patentdan samarali foydalanish kerak. Odatda, patent mavjudligi bilan mustahkamlangan mahsulot bozorda muvaffaqiyat qozonganda, kompaniyaning obro'sini yoki shartnomalar tuzishda xaridorlarni o'ziga jalb qilishini oshishiga yordam berganda u foyda keltiradi. Patentlangan ixtironi bozorga chiqarishda kompaniya oldida quyidagi alternativ yo'llar bo'ladi:

- patentlangan ixtironi mustaqil kommersializatsiya qilish;
- patentni o'zga shaxslarga sotish;
- o'zga shaxslarga litsenziya berish;
- shaxsiy aktivlariga ega bo'lgan boshqa kompaniyalar bilan qo'shma korxonalar yoki strategik ittifoq tuzish.

Yangi mahsulotning bozordagi muvaffaqiyati faqatgina uning texnik xarakteristikalariga bog'liq emas. Texnika nuqtayi nazaridan misli ko'rilmagan ixtiro, agar uning asosidagi mahsulotga kuchli talab bo'lmasa, xaridorlarni o'ziga jalb qila olmaydi. Shu bilan birga tijorat muvaffaqiyati mahsulotning tashqi ko'rinishi, moliyaviy mablag'larning mavjudligi, samarali marketing strategiyasini va raqobatlashuvchi yoki o'rnini bosuvchi mahsulotlarning narxi kabi qator omillar bog'liq bo'ladi.

Innovatsion mahsulotni bozorga chiqarish uchun biznes-reja ishlab chiqish foydalidir. Biznes-reja patentlangan yangi mahsulotni bozorga chiqarishga yordam beradigan investitsiyalarni jalb qilish uchun muhim ahamiyatga ega. Biznes-rejaga kompaniyaning patentlari va patent strategiyasi haqidagi axborotni kiritish juda muhim, chunki bu axborot kompaniya mahsulotining yangiligini va uning moliyaviy ahvolini ishonchli isboti bo'ladi va shuningdek, o'zga shaxslarning patentlariga bo'lgan huquqlarni buzish ehtimolini kamaytiradi.

Patentni sotish bu ixtiro patentiga bo'lgan huquqlarni o'zga shaxsga o'tkazish (ixtiyoriga o'tkazish) deb ataladi, ya'ni patentga bo'lgan mutlaq huquq to'liq o'zga shaxsga o'tkaziladi.

Agar siz huquqlarni o'zga shaxsga o'tkazish o'rniga patentingizga litsenziya bersangiz, patent amal qilish muddati oxirigacha royalti olib turishga umid qilish mumkin. Shu sababli,

litsenziyalash moliyaviy nuqtayi nazardan juda qiziqtiradigan strategiya bo'lishi mumkin. Boshqa tomondan patentga huquqini o'zga shaxsga o'tkazish shuni bildiradiki, siz litsenziya bo'yicha patentdan foydalanish qanchalik daromadli bo'lishidan qat'i nazar, kelajakda royalti ko'rinishida keladigan ajratmalarsiz belgilangan bir marta to'lanadigan mukofotni olasiz.

Shunday holatlar ham bo'lishi mumkinki, aynan patentga mutlaq huquqni o'zga shaxslarga o'tkazish foydali bo'ladi. Agar patent o'zga shaxslarga (bir martalik) mukofot evaziga o'tkazilsa, siz mukofotning hamma summasini sekin-asta olib borish uchun 20-yilni (eng ko'pi bilan) kutmasdan kelishilgan summani darhol olasiz. Siz shuningdek, patent boshqa texnologiya tomonidan siqib chiqarilishi kabi xavfdan qutilib qolasiz. Bundan tashqari, yangi tashqil etilayotgan kompaniya patentini o'zga shaxsga o'tkazish, agar patent kompaniyaga tegishli bo'lmasa, moliyalashtirish ochilishi uchun dastlabki shart bo'lishi mumkin.

Har holda, qanday qaror qabul qilish individual xarakterga ega bo'lib sizning ehtiyojlaringiz va qo'yilgan vazifalarga asoslanadi. Shunga qaramasdan, odatda patentni o'zga shaxslarga o'tkazish tavsiya qilinmaydi va patent egalari ixtirolariga huquqni o'zlarida saqlab qolishni va litsenziyalar berishni afzal ko'radilar.

Patentlangan ixtironi litsenziya shartnomasi orqali kommersializatsiyalashga o'zga shaxslarga ruxsat berish kompaniyaga qo'shimcha kirim manbaiga ega bo'lish imkoniyatini beradi va ixtiroga mutlaq huquq mavjudligidan foyda olishning keng tarqalgan vositasidir. Litsenziyalash ayniqsa, agar ixtiroga mutlaq huquqqa ega bo'lgan kompaniya mahsulotni umuman ishlab chiqarish yoki aniq bozorning talabini qondirish uchun yetarli miqdorda tayyorlash yoxud ma'lum geografik hududni mahsulot bilan ta'minlash imkoniyatiga ega bo'lmagan holda foydalidir.

Litsenziya shartnomasini tuzish yuqori malakali muzokaralar olib borish, kelishuv loyihasini tuzishni talab qilgani uchun bunday ishlarni bajarishda tajribaga ega bo'lgan litsenziya shartnomasi shartlarini muhokama qilish va uning loyihasini tuzishda qatnashishga jalb qilib malakali huquqshunosning xizmatlaridan foydalanish tavsiya etiladi. Ba'zi mamlakatlarda litsenziya shartnomalarini davlat organida ro'yxatdan o'tkazish talab etiladi.

Shuni nazarda tutish kerakki, O‘zbekiston Respublikasi «Ixtirolar, foydali modellar va sanoat namunalari to‘g‘risida»gi qonunining 11 - moddasiga muvofiq litsenziya shartnomasi O‘zbekiston Respublikasi Davlat patent idorasida ro‘yxatdan o‘tkazilishi kerak.

2.Ixtiro, patent va litsenziyalash

Innovatsion rivojlanish sharoitida faol xo‘jalik faoliyatini amalga oshirish ko‘p jihatdan kompaniyada ishlab chiqilayotgan va amalda qo‘llanilayotgan ilg‘or texnik yechimlarni himoya qilish zarurati bilan bog‘liq. Innovatsiyalarni muhofaza qilishning eng samarali vositasi – bu patentlash hisoblanadi. Patent – bu intellektual faoliyat natijalaridan foydalanishda ustunlik beruvchi, mualliflik huquqi va uning egasini mutlaq huquqini tasdiqlovchi hujjatdir.

Patentning qiymati shundan iboratki, u o‘z egasiga patent berilgan mamlakat chegarasida uning amal qilish muddati tugagunga qadar intellektual faoliyat natijalaridan yakka o‘zi foydalanishi borasida mutlaq huquq beradi va patent egasining rozilgisiz o‘zgalarning intellektual faoliyat natijalaridan foydalanishini taqiqlaydi. Patent o‘z egasiga qonuniy monopoliya va bozorda katta hokimiyatga ega bo‘lish imkonini beradi. Patent quyidagi funksiyalarni bajaradi:

- huquq egasining intellektual mulkini nusxa olish va o‘g‘irlashdan himoya qiladi;
- marketing vositasi sifatida raqobatchilarga nisbatan huquq egasining mahsulotlarini qonuniyligini tasdiqlaydi;
- muayyan bozor ulushini nazorat qilishni ta’minlaydi;
- huquq egasiga huquqbuzar shaxsdan patent buzilishiga chek qo‘yishni, yetkazilgan zararni qoplashni, obro‘ni himoya qilish maqsadida chiqarilgan sud qarorini omma ixtiyoriga havola etishni talab qilish huquqini beradi. Mamlakatimiz qonunchiligiga muvofiq, ilmiy-texnik sohasidagi va badiiy-konstruktorlik sohasidagi intellektual faoliyat natijalari patent huquqining obyektlari hisoblanadi

Ilmiy-texnika sohasidagi intellektual faoliyat natijalariga quyidagilar kiradi:

- ixtiro - mahsulotga (qurilma, modda, hujayraga) yoki uslubga (moddiy vositalar bilan moddiy obyektlar ustida xatti-harakatlarni

amalga oshirish jarayoni) tegishli bo'lgan texnik yechim muhofazalanadi;

- foydali model - qurilmaga tegishli texnik yechim himoyalani (qurilma deyilganda detal, uzal yoki ularning o'zaro bog'liq bo'lgan yaxlit qismi tushuniladi). Foydali model odatda, kichik ixtiro ham deb nomlanadi.

Badiiy-konstruktorlik sohasidagi intellektual faoliyat natijalari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- sanoat namunasi – buyumning tashqi ko'rinishini belgilab beruvchi badiiy-konstruktorlik yechimi muhofaza qilinadi.

“Sanoat namunasi” texnik dizayn (mahsulotning ergonometrik tavsifi) va estetik dizayn (tashqi ko'rinish, rang, mahsulot shakli)ni o'z ichiga qamrab oladi.

Ilmiy-texnik yoki badiiy-konstruktorlik yechimlariga patent olish uchun ular ma'lum bir talablarga va patentga layoqatlilik mezonlariga javob berishi lozim.

Ixtirolar uchun quyidagi talab va mezonlar ilgari suriladi:

- yangilikning jahonda mutlaq yangilik sifatida tan olinishi;
- ixtirochilik darajasi;
- sanoatda qo'llanilish darajasi.

Foydali modellar uchun quyidagi talab va mezonlar muhim hisoblanadi:

- yangilik;
- sanoatda qo'llanilish darajasi.

Sanoat namunasi uchun quyidagilar muhim sanaladi:

- yangilik;
- originallik.

Patent huquqi obyektlari uchun yangilik mezonlari asosiy hisoblanadi. Yangilik ixtiro avvaldan ma'lum bo'lmasligi, mazkur ixtiro elon qilingunga qadar dunyoning hech bir joyida u yoki bu tarzda ochilmagan bo'lishi lozimligini anglatadi. Innovatsion faoliyatni boshqarishda xizmat asarlaridan foydalanishni huquqiy jihatdan tartibga solish katta ahamiyat kasb etadi. Mamlakatimiz qonunchiligida mazkur holatga ham alohida to'xtalib o'tilgan. Xususan, O'zbekiston Respublikasining “Mualliflik va turdosh huquqlar to'g'risida”gi Qonunining 34-moddasida Xizmat asariga

bo'lgan mualliflik huquqi borasida to'xtalib o'tilgan. Unga ko'ra xizmat vazifalarini yoki xizmat topshirig'ini bajarish tartibida yaratilgan asarga (xizmat asariga) bo'lgan muallifning shaxsiy nomulkiy huquqlari asar muallifida saqlanib qoladi.

Intellectual mulk obyektlariga mulkiy huquqlar fuqaro yoki yuridik shaxsning shu obyektga alohida huquqlaridir. Faqat alohida huquqlar egasi intellektual mulk obyektidan boshqa shaxslar foydalanishiga ruxsat berishi yoki man qilishi mumkin. Alohida huquqlar faqat qonunda ko'zda tutilgan hollarda va faqat intellektual mulk obyektlaridan me'yorida foydalanishga hamda uning egasining qonuniy manfaatlariga zarar yetkazilmagan taqdirdagina cheklanishi mumkin.

Alohida huquqlar quyidagi hollarda cheklanishi mumkin:

- O'zbekistonda muhofaza qilinadigan ixtiro, foydali modellar, sanoat namunalari tarkibidagi qurilmalarni boshqa davlat, Parij konvensiyasi ishtirokchisining transport vositasida, bu transport vositasi vaqtincha yoki tasodifan O'zbekiston Respublikasi hududida bo'lganda qo'llanish, bunda bu qurilmalar faqat shu vosita ehtiyojlari uchungina foydalanilishi shart;

- tarkibida patentlangan obyektlar bo'lgan vositalar ustida ilmiy tadqiqot yoki tajribalar o'tkazish;

- tabiiy ofatlar, halokatlar, epidemiyalar va boshqa favqulodda hollarda tarkibida patentlangan obyektlar bo'lgan vositalarni qo'llanish. Vazirlar Mahkamasi milliy xavfsizlik manfaatlarini yo'lida patentlangan obyektlardan foydalanish to'g'risida patent egasining roziligini olmasdan turib qaror qabul qiladi, lekin bunday hollarda obyektidan foydalanilgani uchun unga tegishli tovon to'lanadi;

- tarkibida patentlangan obyektlar bo'lgan vositalarni, agar bu vositalar qonuniy yo'l bilan xo'jalik aylanmasiga kiritilgan bo'lsa, qo'llanish (masalan, patent egasining o'zi yoki uning litsenziyasi bo'yicha);

- vositalarni hech qanday daromad olmasdan shaxsiy maqsadlarda qo'llanish;

- dorixonalarda shifokor retsepi bo'yicha dorilarni bir marta tayyorlash.

Agar obyekt patentga layoqatlilik mezonlariga mos bo'lsa, u tegishlicha ixtiro, foydali model, sanoat namunasi deb tan olinadi. Qonunga muvofiq ko'rsatilgan obyektlar uchun quyidagi mezonlar belgilangan:

- ixtirolar uchun – uning yangiligi, ixtiro darajasi va sanoatda qo'llanishi;
- foydali model uchun – uning yangiligi va sanoatda qo'llanilishi;
- sanoat namunasi uchun – uning yangiligi, o'ziga xosligi va sanoatda qo'llanilishi.

Patent ekspertizasini o'tkazish vaqtida foydalaniladigan eng muhim tushuncha texnika darajasi tushunchasidir. Texnika darajasi o'z ichiga ixtironing ustuvorlik sanasigacha jahonda barcha uchun ma'lum bo'lgan va barcha foydalanadigan ma'lumotlarni oladi.

Dastlabki ekspertizaning mohiyat jihatidan ekspertizadan farqi eng avvalo shundaki, dastlabki ekspertiza vaqtida talabnoma berilgan obyektning (ixtiro, foydali model) mahalliy yangilik talablariga muvofiqligi tekshiriladi, ya'ni patent ekspertlari faqat O'zbekistondagi mavjud patent hujjatlarini tekshiradilar, mohiyat jihatidan ekspertizada esa obyektning jahon texnika darajasiga muvofiqligi tekshiriladi. Patent idorasi ma'lumotlar rasmiy ravishda chop etilgandan so'ng uch oy o'tgach patent egasiga (yoki tovar belgisi egasiga) muhofaza hujjati, tegishlicha patent, dastlabki patent yoki guvohnoma beradi. Patent, dastlabki patent yoki guvohnoma O'zbekiston Respublikasi nomidan beriladi va Patent idorasi rahbari tomonidan imzolanadi. Shuni qayd etib o'tish kerakki, hamma vaqt bitta obyektga faqat bitta muhofaza hujjati (patent, dastlabki patent yoki guvohnoma) beriladi. Agar patent egasi bir nechta bo'lsa (masalan, ikki firma yoki ikki hammuallif) ular bitta patent oladilar.

Patent egasi patent yoki dastlabki patentni kuchda saqlab turish uchun muntazam ravishda boj to'lab turishlari shart, boj to'lamaslik muhofaza hujjatining amal qilishi to'xtashiga olib kelishi mumkin. Patent, dastlabki patent quyidagi hollarda ham amal qilishdan to'xtatilishi mumkin:

- patentning amal qilish muddati tugagach;

- patent, dastlabki patent yoki tovar belgisining haqiqiy emasligi uchinchi tomonning davo arizasi bilan sud orqali tasdiqlanganda;
- patent egasining Patent idorasiga bergan arizasi asosida.

Innovatsion faoliyatning barcha natijalari ham patent huquqi yoki mualliflik huquqi obyektini sifatida himoya qilinishi mumkin emas va baʼzan bu maqsadga mos ham kelavermaydi. Ushbu holatdan innovatsion faoliyat subyektlari bu boradagi oʻz faoliyatlarini Oʻzbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi talablaridan kelib chiqqan holda tashqil etadilar. Xususan, Oʻzbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksining 98-moddasi xizmat va tijorat siri deb atalib unda quyidagilar haqida toʻxtalib oʻtiladi:

Fuqarolik qonun hujjatlari xizmat yoki tijorat siri boʻlgan axborotni, bosharti bu axborot uchinchi shaxslarga nomaʼlumligi sababli haqiqiy yoki nisbiy tijorat qimmatiga ega boʻlgan, qonun yoʻli bilan undan erkin bahramand boʻlish mumkin boʻlmagan hamda axborot egasi uning maxfiylikini saqlashga doir choralar koʻrgan hollarda himoya etadi.⁷

Litsenziyalash

Litsenziya (lotincha “licentia”- ruxsat, huquq) – bu intellektual mulk obyektiga mutlaq huquqqa (ixtiro, foydali model yoki sanoat namunasi uchun patent) ega boʻlgan biror bir yuridik yoki jismoniy shaxs (litsenziar) ning qonun yoʻli bilan muhofaza qilinuvchi intellektual mulk obyektini boshqa bir shaxs (litsenziat)ga maʼlum bir shartlar asosida foydalanish huquqini beruvchi huquqiy hujjatdir.

Yozma tartibda litsenziya shartnomasida litsenziya shartlari tomonlar oʻrtasida kelishiladi va albatta davlat roʻyxatidan oʻtkaziladi. Odatda, litsenziya shartnomasi asosida u amal qiladigan hudud, muddat, litsenziatga berilayotgan huquqlardan foydalanish tartibi va boshqa shartlar kelishib olinadi, bu shartlashuvchi ikkala tomonga ham intellektual mulk obyektlaridan eng samarali tarzda foydalanish borasida oʻz strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi.

⁷Oʻzbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi. www.lex.uz

Amaliyotda bir nechta litsenziya turlari mavjud. Mutlaq bo'lmagan (oddiy) litsenziya litsenziatga intellektual mulk obyektidan shartnomada nazarda tutilgan chegaralar doirasida foydalanish huquqini beradi (masalan, belgilangan muddatda, belgilangan hududda); bunda litsenziar litsenziya shartnomasi obyektidan foydalanish huquqini va uni uchinchi shaxslarga litsenziyaga berish huquqini o'zida saqlab qoladi.

Mutlaq litsenziyada litsenziat (xaridor) shartnomada ko'zda tutilgan shartlar doirasida (masalan, ma'lum hudud doirasida, ma'lum bir kelishilgan vaqt mobaynida) shartnoma obyektidan mutlaq foydalanish huquqini qo'lga kiritadi. Bu esa litsenziar (mulkdor) litsenziyani yana bir boshqa shaxsga berish huquqidan mahrum bo'lishini, balki uning o'zi ham mutlaq litsenziya berilgan patent huquqi obyektidan foydalana olmasligini ham anglatadi. Shunday bo'lsada, litsenziar shartnomada ko'zda tutilmagan shartnoma obyektining ma'lum bir qismidan foydalanish huquqini o'zida saqlab qoladi. Shuning uchun, bitta intellektual mulk huquqi asosida bir nechta mutlaq litsenziyalar berilishi mumkin bo'lgan holatlar ham mavjud. Jahon amaliyotida, intellektual mulkdan litsenziya asosida foydalanganlik uchun haq to'lash quyidagi uch ko'rinishdan birida amalga oshiriladi: royalti, bir martalik to'lov va kombinatsiyalashgan to'lov shakllari. Haq to'lash shakli litsenziar va litsenziat o'rtasida litsenziya shartnomasi shartlarini kelishib olish chog'ida aniqlashtirib olinadi.

Royalti-litsenziya obyektidan foydalanishning iqtisodiy natijalariga (litsenziat tomonidan olingan daromadning ulushi yoki innovatsion mahsulot sotish hajmi va boshqalar) qarab, litsenziya shartnomasining amal qilish muddati davomida xaridor (litsenziat)ning daromadidan davriy ajratmalar hisoblanadi. Royaltining iqtisodiy ma'nosi huquq egasining foydasiga ishlab chiqarilgan va sotilgan mahsulot bahosining ma'lum bir foizini belgilab, litsenziat va litsenziar o'rtasida kelishilgan nisbatlarda litsenziyadan foydalanishdan olingan daromadni taqsimlashdan iboratdir. Shu bois, litsenziyaning narxi- bu kelgusidagi sotuvlar funksiyasi deyishimiz ham mumkin. Intellektual mulk egasi uchun royalti shaklida haq to'lash litsenziat tomonidan innovatsiyalardan foydalanish natijalariga ko'p jihatdan bog'liqdir. Lisenzion

bitimlarning 80-90 foizida litsenziar bilan hisob-kitob qilishda royaltidan foydalaniladi. Bir martalik to'lov – bu bir martalik amalga oshiriladigan to'lov, ya'ni qat'iy, oldindan hisoblab chiqilgan summaning birdaniga yaxlit to'lab berilishidir. Bunday holda, huquq egasiga beriladigan haq miqdori litsenziat tomonidan intellektual mulkdan foydalanish natijalariga mutlaqo bog'liq bo'lmaydi. Amaliyotda to'lovning kombinatsiyalashgan shakli, ya'ni royalti va bir martalik to'lov shakllarni o'z ichiga olgan to'lov shaklidan ham foydalaniladi.

Intellektual mulk obyekti qiymatini hisoblash:

– royaltidan ozod qilish usuli bo'yicha

$$V = \sum_{i=10}^n \frac{Ri}{(1+d)^i}$$

Bu yerda,

V – intellektual mulk qiymati;

Ri – i yildagi daromadlar (royalti) ($p \cdot q \cdot r$);

d – tavakkalchilikni hisobga olgan holda foiz stavkasi;

n – daromadlar kelib turuvchi-yillar soni.

– foydadagi ustunlik usuli bo'yicha

$$V = \sum_{i=1}^n \frac{MRi - CRi}{(1+d)^i}$$

Bu yerda,

V – intellektual mulk qiymati;

MRi - i – yildagi monopoliya sharoitidagi daromad;

CRi - i – yildagi raqobat sharoitidagi daromad;

d – tavakkalchilikni hisobga olgan holda foiz stavkasi;

n – daromadlar kelib turuvchi-yillar soni.

– pul oqimlarini diskontlash usuli bo'yicha

$$Mn = \sum_{t=1}^n \frac{CFt}{(1+d)^t}$$

Bu yerda,

Cft – foydalanishning t-yilidagi pul oqimlari;
 Mn – noldan soʻng intellektual mulk obyektining qiymati;
 d – diskontlash stavkasi.

3. Intellektual mulkni boshqarish

Intellektual mulkni boshqarish – strategik biznes maqsadlariga erishish qobiliyatiga taʼsir koʻrsatadigan innovatsion kompaniya boshqaruvining muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy yuqori texnologiyali korxonani boshqarishning muvaffaqiyati – bilimlarga asoslangan nomoddiy aktivlarni yaratish, himoya qilish va ulardan samarali foydalanishda oʻz ifodasini topadi.

Kompaniyaning intellektual mulkini boshqarishning mohiyati uning obyektlarga boʻlgan huquqlarining portfelini boshqarishdan iboratdir. Bunday portfel korxonaning himoyalangan intellektual faoliyat natijalariga boʻlgan mutlaq huquqlarni va shuningdek, litsenziya shartnomalari asosida olingan natijalardan foydalanish borasidagi huquqlarni ham oʻz ichiga oladi. Huquqlar portfeli odatda patent huquqlari asosida tashqil topsada, uning tarkibiga mualliflik huquqi obyektlariga mutlaq huquqlarni, ishlab chiqarish sirlari (nou-xau), tovar belgilari va shu kabilarni ham kiritishimiz mumkin.

Intellektual mulkni boshqarish bir nechta sohalarga boʻlinuvchi funksiya va jarayonlarni oʻz ichiga oladi:

- intellektual faoliyat natijalarini yaratish;
- ularga boʻlgan huquqlarni rasmiylashtirish;
- IFNlarini joriy qilish va ulardan foydalanish;
- yuqorida sanab oʻtilgan jarayonlar bilan bogʻliq operatsiyalarni moliyalashtirish;
- intellektual mulkni boshqarish boʻyicha barcha tadbirlarni tashqiliy jihatdan va axborot bilan taʼminlash.

Yirik kompaniyalarda boshqaruv qarorlarini qabul qilish intellektual mulk obyektlarini korxonaga portfeliga kiritish yoki undan chiqarib tashlashga koʻp jihatdan bogʻliq. Yirik korxonalarining intellektual resurslarini boshqarish vazifasiga obyektlarni inventarizatsiyadan oʻtkazish orqali himoyaga layoqatli obyektlarni

aniqlashtirish, ularning tijorat jihatidan muhimligini baholash, intellektual mulk obyektlarini huquqiy himoyalashning maqbul bo'lgan shakllarini tanlash, nomoddiy aktivlar sifatida ularni hisobga olish, tijoratlashtirishning iqtisodiy jihatdan eng maqbul shakllarini aniqlashtirish, shartnomalar bo'yicha intellektual mulk obyektlariga bo'lgan huquqlarni boshqalarga berish, huquqlarni himoya qilish tartibini joriy etish, yangi bilimlarni yaratuvchilar va ulardan foydalanuvchilar (mualliflar, ish beruvchilar, investorlar, huquq egalari) o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solish, shaxsiylashtirish vositalari va intellektual faoliyat natijalaridan samarali foydalanish, boshqa korxonalarining ustav kapitaliga intellektual mulk bilan ulush qo'shish kabilar kiradi. Katta kompaniyalarda intellektual mulkni boshqarish quyidagi maqsadlarga erishishga qaratilgan:

- ma'lum bir bozorda yoki tarmoqda texnologik jihatdan yetakchilikni ta'minlash;
- intellektual mulk obyektlariga bo'lgan huquqlardan foydalanish evaziga qo'shimcha daromad olish;
- yetakchi raqobatdosh kompaniyalar bilan birgalikda texnologik hamkorlik shaklidagi strategik alyanslarda qatnashish;
- innovatsiyalardan foydalanish evaziga mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va ularning samaradorligini oshirish;
- muomaladan tashqari aktivlar tarkibida nomoddiy aktivlar ulushini oshirish hisobiga kapitallashuvning o'sishiga erishish;
- texnologik qaramlikning oldini olish va intellektual mulk natijalari, intellektual mulk huquqlarining buzilishiga barham berish orqali kompaniyaning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash;
- innovatsion yechimlarni yaratish va ularni amaliyotga joriy etish jarayonlariga xodilarni faol jalb qilish.

Ixtiro egasi va boshqaruvchisi ko'pincha bir shaxsda mujassamlashgan kichik innovatsion kompaniyalarda intellektual mulkni boshqarish o'ziga xos xususiyatlarga ega ekanligi bilan ajralib turadi. Odatda, bunday korxonalar muayyan innovatsion g'oyalarni amaliyotga joriy etish maqsadida yaratilgan bo'lib, ularni intellektual mulk obyektlarining portfelini boshqarish masalasi

emas, balki intellektual faoliyatning muayyan bir natijasidan samarali foydalanish, mos ravishda intellektual faoliyat natijasining huquqiy himoyasini tashqil etish borasidagi ishlarni to'g'ri tashqil etish qiziqtiradi. Innovatsion loyihaning ekish va ekishdan oldingi bosqichlarida yangi mahsulot konsepsiyasini shakllantirish asnosida potensial raqobatchilar va iste'molchilar aniqlashtiriladi, yangiliklarni potensial tijorlashtirish imkoniyatlari aniqlanadi. Ushbu bosqichda bunday kompaniyalarda o'z ishlanmalarini to'laqonli patentlash uchun odatda mablag'lar etishmaydi, bundan tashqari tadqiqotlar va ishlanmalar o'z poyoniga yetmaganligi bois, ishlab chiqilayotgan innovatsiyalarni himoya qilish maqsadida maxfiylikka amal qilish talab etiladi. Shu bilan birga bir vaqtning o'zida huquqiy himoya strategiyasi aniqlashtiriladi, bunda u quyidagilarga oydinlik kiritishi lozim bo'ladi:

- bo'lg'usi himoya tartibini tanlash (patent huquqi yoki ishlab chiqarishning tijorat siri);
- patentlash ma'qul ko'rilsa, ixtiro uchun patent va yoki foydali model uchun patentdan birini tanlash;
- agar ixtironi patentlash avfzal ko'rilsa, patentning qurilma uchun yoki usul uchun bo'lishini aniqlash;
- himoya hajmini, so'ralayotgan patentlar sonini aniqlash (patent yordamida mahsulotning o'zini uni ishlab chiqarish usulini, mahsulot yaratilayotgan materialni, uni tayyorlashda foydalanilayotgan texnik yechim va shu kabilarni himoyalash mumkin);
- asosiy raqobatchilar, kompaniyaning ishlab chiqarish hajmi, kompaniya mahsulotlarini sotish bozori, potensial litsenziat, potensial strategik investor kabilarni hisobga olgan holda patentlash amalga oshiriladigan mamlakatni tanlash;
- patentlash jarayonidagi amaliyotlarni aniqlashtirish (milliy patent idoralariga murojaat qilish, xalqaro patent agentliklariga so'rovnomalar yuborish).

Ekish bosqichida, ustunlikni ta'minlash maqsadida va shuningdek, yangi mahsulotga qiziqqan investorlarni jalb qilish maqsadida patent berish uchun ariza berish tavsiya etiladi. Startup bosqichida dastlabki sinov sotuvlari boshlanadi, ammo bozorga

to‘liq huquqiy muhofaza qilinmasdan yangi mahsulotlar bilan kirib bo‘lmaydi. Ayni paytda intellektual mulk allaqachon ishonchli himoyaga ega bo‘lishi kerak. Shu bilan birga, patentlash bilan texnologik sirlarni oshkor qilish xavfi ham mavjud, shuning uchun patentlarning tavsifida oshkor qilib bo‘lmaydigan narsalarni ajratish va tijorat sirini saqlab qolish zarur.

Nazorat va o‘z-o‘zini tekshirish uchun savollar

1. Intellektual mulk deganda nimani tushunasiz. O‘z fikrlaringizni misollar yordamida tushuntirib bering?

2. Intellektual huquq nima? Uning asosiy xususiyatlarini sanab bering?

3. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi va “Mualliflik va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonunida intellektual mulk huquqining qanday obyektlari ko‘rsatib o‘tilgan.

4. O‘zbekiston Respublikasi Intellektual mulk agentligining asosiy vazifalari nimalardan iborat?

5. Innovatsion iqtisodiyotda intellektual mulkning o‘rni va ahamiyati nimalardan iborat?

6. Intellektual mulk obyekti qiymatini hisoblashning qanday usullari mavjud?

7. Innovatsion kompaniyaning intellektual mulkini boshqarish deyilganda nima tushuniladi?

8. Litsenziyalash va patentlash to‘g‘risida batafsil tushuncha bering?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, Toshkent, “O‘zbekiston” NMIU, 2017-yil.

2. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.

3. O‘zbekiston Respublikasining “Mualliflik va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi Qonuni. 2006-yil.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasining intellektual mulk agentligi faoliyatini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» 2016-yil, 20-oktabrdagi PQ-2637-son Qarori.

5. Абрамян А.А. Интеллектуальная собственность на всех этапах жизненного цикла: монография. – М.: Магистр-Пресс, 2007.

6. Дашян М. С. Интеллектуальная собственность в бизнесе. Изобретение, товарный знак, ноу-хау, фирменный бренд. – М.: Эксмо, 2010 г.

7. Зинов В.Б., Лебедева Т.Я., Цыганов С.А. Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами: учеб. пособие – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.

8. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2005.

9. Румянцев А.А. Менеджмент инноваций. Учебное пособие.- С-Пб., 2007.

10. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности. – Проспект, 2011.

11. Экономика инноваций. Курс лекций. Москва., МАКС Пресс, 2014.

12. <http://www.intuit.ru/department/history/law> - учебный курс «Основы прав интеллектуальной собственности» на портале INTUIT.ru

11-MAVZU: INNOVATSION IQTISODIYOTDA MENEJMENT STRATEGIYALARI

Strategiya – bu qandaydir boshqa tarzda emas, aynan belgilangan tarzda harakat qilish majburiyatidir.

Sheron M.Oster

Reja:

1. Innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozori va innovatsion marketingning o‘ziga xos xususiyatlari.
2. Innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozorida iste’molchilari-ning asosiy guruhlari.
3. Innovatsion mahsulotlarni bozorga olib kirishda innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozorini tahlil qilish.
4. Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida muvaffaqiyatga erishish omillari.
5. Bozorda innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni pozitsiyalash va olib kirish strategiyalari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion biznes, innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozori, innovatsion mahsulot, innovatsion loyiha, innovatsion marketing, iste’molchilarning asosiy guruhlari, ortda qoluvchilar, raqobat, yaxlit mahsulot modeli.

1. Innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozori va innovatsion marketingning o‘ziga xos xususiyatlari

Mamlakatda innovatsion biznesni rivojlantirishning asosiy muammolari asosan ilmiy-texnikaviy va innovatsion korxonalarda marketingning rivojlanmaganligi bilan uzviy bog‘liq. Yangi mahsulotlar yaratish jarayonini marketing orqali qo‘llab-quvvatlashni tashqil etish innovatsion kompaniyaning eng muhim muammolaridan biri sanaladi. Bozorga yangi mahsulotlarni

kiritishning o'ziga xosligi, ayni paytda mahsulotlarning va shu bilan bir qatorda bozorning o'ziga xos jihatlari bilan bog'liq. Bozorga olib chiqish jarayonida muvaffaqiyatsizlikka uchraydi:

- sanoat mahsulotlarining 20-25%i;
- shaxsiy iste'mol tovarlarining 30-35%i;
- mavjud assortimentni kengaytirilishi natijasida yaratilgan mahsulot va xizmatlarning 27%i;
- savdo markalari innovatsiyalarining 31%;
- mutlaqo yangi mahsulotlarning 46 foizi muvaffaqiyatsizlikka uchraydi.

Innovatsion loyiha bosqichlarini ko'rib chiqish asnosida kompaniyada marketingning rivojlanish darajasi bilan innovatsion biznes uchun xos bo'lgan xavf-xatarlarning o'zaro bog'liqligini yaqqol tasavvur qilishimiz mumkin bo'ladi. Quyida sanab o'tilgan innovatsion loyiha bosqichlarining 14 tasidan 6 tasi to'g'ridan-to'g'ri innovator innovatsion kompaniya tomonidan amalga oshiriluvchi marketing faoliyatining samaradorligiga bog'liq:

- yangi g'oyalarni izlab topish;
- bozorni dastlabki baholash;
- "to'g'ri" g'oyalarni saralab olish;
- mahsulotni texnik jihatdan dastlabki ko'rikdan o'tkazish va baholash;
- bozorni qismlarga bo'lib tahlil qilish;
- iqtisodiy tahlil (moliyaviy tahlil);
- yangi mahsulot konsepsiyasini ishlab chiqish (mahsulot prototipini yaratish);
- mahsulotni texnik testdan o'tkazish;
- mahsulotni iste'molchilar tomonidan dastlabki testdan o'tkazish;
- tajriba tariqasida sotuvni yo'lga qo'yish;
- tajriba-sinov tariqasida ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish;
- iqtisodiy tahlil (moliyaviy ko'rsatkichlarga aniqlik kiritish);
- ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish;
- mahsulotni bozorga olib chiqish.

Boshqacha qilib aytganda, yangi mahsulotning muvaffaqiyatga erishish omillari quyidagilar hisoblanadi:

- mahsulotning raqobatdosh mahsulotlarga nisbatan ustunligi (iste'molchilar tomonidan yaxshi idrok etishga yordam beruvchi o'ziga xos xususiyatlar);

- kompaniyaning marketing nou-xausi (mijozlarning xatti-harakatlari, yangiliklarni qabul qilish tezligi va potensial bozor ko'lamlarini tushunish);

- patent yoki savdo sirini saqlash rejimida himoyalangan texnologik nou-xauning mavjudligi.

Ko'rib turganimizdek, texnologik afzallikning faqat bir o'zi tijoriy muvaffaqiyatlarni ta'minlay olmaydi. Shunday qilib, har qanday innovator yoki innovatsion kompaniya, ertami-kechmi marketing omillari haqida o'ylashlari kerak.

Innovatsion mahsulotlar ilm-fan va ilmiy-texnik mahsulotlarning o'ziga xos bozorini tashqil qiladi. An'anaviy tovarlar bozori bilan qiyoslanganda uning xususiyatlari turli xil sotuvchi va xaridor o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning barcha jihatlariga ta'sir qiladi va shuning uchun ham kompaniyaning marketing siyosatida o'z aksini topishi lozim. Ushbu bozorning o'ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- mahsulotning o'ziga xosligi (mahsulotni boshqa mahsulotlardan ajratib turuvchi ustunligi, ba'zi hollarda mahsulotning texnologik jihatdan murakkabligi, mahsulot ishlab chiqarishning dastlabki bosqichlarida ishlab chiqarish xarajatlarining yuqoriligi);

- kompaniya uchun (ayniqsa, start-up bosqichida bo'lgan kichik innovatsion kompaniyalar uchun) bozorning yangiligi;

- bozor uchun mahsulot, ba'zi hollarda esa ishlab chiqaruvchining mavhumligi;

- iste'molchilar xulqining o'zgaruvchanligi;

- talabning narx bo'yicha egiluvchanligining pastligi bois narx siyosatining savdo hajmiga cheklangan ta'siri;

- bozor ko'lamlarining kichikligi (ayniqsa ishlab chiqarish ahamiyatidagi yuqori texnologiyali mahsulotlar uchun);

- dastlabki bosqichda bevosita raqobatchilarning yo'qligi (intellektual mulkka monopoliya tufayli);

- kompaniya xodimlarining nazariy jihatdan yaxshi yo'lga qo'yilgan PR-siyosati bilan erishgan yutuqlari iste'molchilar o'rtasida kompaniya darajasini sezilarli darajada oshirishi mumkin;

- innovatsion mahsulotlarni sotishning iste'molchining innovatsion salohiyati darajasiga bog'liqligi: bir qator sotish bozorlarining umumiy texnologik qoloqligi bois, ko'pgina "pioner" innovatsiyalarning amaliyotga joriy etilishi qiyin kechadi.

Innovatsion, iste'molchi uchun hali noma'lum mahsulotlarni bozorga olib chiqish, birinchi navbatda, xaridorlar reaksiyasining oldindan aytib bo'lmasligi, noaniqligi kabi muammolar bilan bog'liq. Bu har qanday soha yoki tarmoqda faoliyat yuritadigan kompaniyalar uchun xos bo'lsada, lekin mahsulotlarning yangilanish darajasi yuqori bo'lgan yuksak texnologiyali mahsulotlar bozori uchun ayniqsa muhimdir. Iste'molchilarni avvaldan tayyorlamasdan, mazkur yangi mahsulotni bozorga olib chiqishning puxta o'ylangan strategiyasini ishlab chiqmasdan turib, yangi mahsulotning bozorda muvaffaqiyat qozonishi haqida gapirishimiz mushkul. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, innovatsiyalar bozorining o'ziga xos jihatlari innovatsiyalar marketingining o'ziga xos xususiyatlarini belgilab beradi. Bu o'ziga xosliklar quyidagilarda ifodalanadi:

- bir necha soha va tarmoqlarda potensial iste'molchilarni izlash va ularni o'rganish zarurati, chunki ko'pincha ilmiy-texnik ishlanmalarning natijalari tarmoqlararo tavsifga ega bo'ladi;

- innovatsion tovarlarni sotish uzoq muddatli va ketma-ketlikda amalga oshiriluvchi reklama kompaniyasining o'tkazilishini ko'zda tutadi, chunki bu davrda iste'molchi "pishib yetilishi" zarur: iste'molchiga innovatsiyalarning mohiyati va afzalliklarini batafsil tushuntirish talab etiladi, aks holda u o'zi tanish bo'lmagan tovarni sotib olishdan voz kechadi-qo'yadi.

- innovatsion mahsulotlar nafaqat sifat jihatdan yangi bo'lgan, yoki avvaldan mavjud ehtiyojlarni sifat jihatdan yangicha usul va uslublar yordamida qondirishi, balki shu bilan bir qatorda mavjud o'xshash mahsulotlar va substitutlarga nisbatan innovatsion mahsulotning afzalliklarini iste'molchilarga yetkaza bera olishi lozim.

- V2V bozorida murakkab ilmiy-texnik mahsulotlarni sotishda "ommaviy" iste'molchilar deb ataluvchi tajribali iste'molchilarga

taya'nib ish ko'rilishi lozim. Ommaviy iste'molchilar (xarid markazlari) tarkibiga xaridorlardan tortib ishlab chiqarish bo'linmalarining xodimlarigacha kiradilar.

- innovatsion mahsulotlarni sotish uzoq muddatli muzokaralar va kelishuvlarni talab etadi, zero, yuqori texnologiyali tovarlar ishlab chiqarish bozorlarida ham, iste'mol bozorlarida ham uzoq muddatli tanlovlar, qiyoslashlar va ekspertlar bilan muhokamalardan so'ng sotib olinadi.

- ko'pincha innovatsion mahsulotlarning texnik jihatdan murakkabligi sotishdan keyingi xizmatlarning yaxshi tashqil etilishini ko'zda tutadi, boshqacha aytganda servsis xizmati yaxshi yo'lga qo'yilmas ekan, yangi mahsulotning bozorda tijorat nuqtayi nazaridan muvaffaqiyatga erishishi murakkab hisoblanadi.

Ushbu kompaniyalarning aksariyati kichik va o'rta korxonalar guruhiga kiradi, shuning uchun ularning asosiy tavsiflari kompaniyaning kichik o'lchamlari (xodimlar soni) va cheklangan resurslar hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, marketing, yuqorida aytib o'tilganidek, o'ziga xos xususiyatlarga egaligi bilan ajralib turadi. Marketingning ko'plab ta'riflari mavjud, ammo innovatsion biznes uchun eng mos keladigan ta'rif, bu kichik biznes uchun marketing qo'llanmasida berilgan ta'rifdir.

Marketing iste'molchilar bilan to'g'ri yo'lga qo'yilgan aloqalar asnosida ishlab chiqaruvchilardan to'g'ri mahsulotni to'g'ri iste'molchilarga to'g'ri belgilangan narxlar asosida, to'g'ri vaqt va to'g'ri joyga yetkazib berish orqali iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishning barcha funksiyalarini o'z ichiga oladi. Boshqacha aytganda, yuqorida sanab o'tilgan oltita to'g'ri kombinatsiyasi iste'molchilarning ehtiyojlari qondirilishini va muvaffaqiyatli marketingning yo'lga qo'yilishini ta'min etadi.

Marketing quyidagi vaziflarni hal etishi lozim:

- real iste'molchilarining yangi tovar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini aniqlash;

- mahsulotlarni to'g'ri narxda, to'g'ri joyda va o'z vaqtida yetkazib berish orqali mazkur ehtiyojlarni qondirish;

- to'g'ri axborot kanallarini ishlatib, to'g'ri reklama kompaniyasidan foydalangan holda iste'molchilarni yangi mahsulotlar to'g'risida xabardor qilish.

Yuqorida sanab o‘tilgan vazifalarning bajarilishini ta‘minlash tadbirkordan marketing tenglamasi yechimlarining barcha shartlariga qat‘iy rioya qilish lozimligini talab qiladi.

- ❖ **Mahsulot** iste‘molchi ehtiyojlariga mos kelishi lozim.
- ❖ **Narx** iste‘molchi xohishi va mazkur xohishni qondira olish qobiliyatiga mos kelishi kerak.
- ❖ **Joy** iste‘molchining mahsulotni olishiga qulay bo‘lishi lozim.
- ❖ **Vaqt** iste‘molchi ushbu mahsulotga ehtiyoj sezgan davrga mos tushishi shart.
- ❖ **Kommunikatsiya kanallari** iste‘molchining axborotlarni ko‘rish, tushuna olish va qabul qila olish imkoniyatlariga mos kelishi zarur.

2. Innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozorida iste‘molchilarining asosiy guruhleri

Bozor haqida zarur ma‘lumotlarni olgandan so‘ng, innovatsion mahsulot uchun to‘g‘ri iste‘molchilarni aniqlashtirib olish kerak bo‘ladi. To‘g‘ri iste‘molchilarning boshqa iste‘molchilardan farqi shundaki, ular aynan ushbu mahsulotga ehtiyoj sezadilar va ularda mazkur mahsulotlarni sotib olishga yetarlicha pul mablag‘lari mavjud. Biznesning o‘shini ta‘minlash uchun bunday iste‘molchilar soni yetarlicha ko‘p bo‘lishi lozim. Marketing faoliyati odatda, firma o‘z faoliyatini yo‘lga qo‘yish asosida yuqori samaradorlikka erishishi mumkin bo‘lgan bozor segmentiga yoki aniq, muayyan bozor (maqsadli bozor)ga yo‘naltirilgan bo‘ladi.

Bozor segmenti – muayyan tovar bozorining bir bo‘lagi bo‘lib, unda xaridorlarning muayyan guruhi mahsulotning muayyan modifikatsiyasiga mo‘ljallanadilar. Bozorni segmentlash xaridorlar talabining qondirilish darajasi bilan bozordagi joriy taklifni taqqoslash asnosida bozor ulushini, ya‘ni bozordagi to‘ldirilmagan bo‘sh joylarni aniqlashga imkon beradi. Bozorga innovatsion mahsulot bilan kirishni rejalashtirganda, firma bir qator savollarga javob topishi lozim bo‘ladi. Shundan so‘nggina, bozor segmentini tanlash haqida qaror qabul qilish mumkin. Bozorni qismlarga ajratish jarayoni (maqsadli bozorni tanlash), ya‘ni segmentlash

ikkita yoʻnalishda amalga oshiriladi: a) isteʼmolchi guruhlarini boʻyicha segmentlash; b) mahsulot parametrlari boʻyicha segmentlash. Boshqacha aytganda, quyidagi savollarga javob topishimiz kerak boʻladi:

Birinchi, ushbu mahsulot qaysi isteʼmolchilar guruhi uchun moʻljallangan va u yana qaysi sohalarda hamda qanday maqsadlarda ishlatilishi mumkin.

Ikkinchi, mahsulotlarning qaysi funksional va texnik parametrlari uning raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi, muayyan isteʼmolchilarning talablarini eng yuqori darajada qondirish maqsadida mahsulotning texnik va funksional koʻrsatkichlarining yana qaysilari ustida ishlash talab etiladi. Ushbu oʻrinda bozordagi innovatsion mahsulotlarning oʻziga xos xususiyatlari marketing kompleksida toʻla aks etishiga eʼtibor qaratish lozim boʻladi. Yuqorida aytib oʻtilganidek, bozorga yangi innovatsion mahsulotni joriy qilishda isteʼmolchining xatti - harakatlarini bashorat qilish va uning xulqini modellashtirish qiyin vazifa hisoblanadi.

Innovatorlar (potensial isteʼmolchilar umumiy sonining 2,5%i)-tadbirkor, yaxshi maʼlumotga ega, axborot manbalariga ega boʻlishning koʻpgina kanallari mavjud va tavakkalchilikka moyilligi yuqori boʻlgan insonlar.

Ilk izdoshlar (13,5%) – ijtimoiy liderlar, mashhurlar, yaxshi maʼlumotga ega boʻlganlar, innovatsiyalarni oson qabul qiladilar / sinab koʻrishadi, ammo innovatorlarga qaraganda ehtiyotkorlik bilan yondashadilar.

Ilk koʻpchilik (34%) – keng fikrlovchi, ilk izdoshlarga qaraganda ancha ehtiyotkorroq, biroq oʻrtacha statistik davomchiga qaraganda innovatsiyani tez qabul qiluvchi va koʻplab norasmiy ijtimoiy aloqaga ega shaxslar.

Keyingi koʻpchilik (34%) – skeptiklar, yangiliklarni koʻpchilik qabul qilganidan soʻng qabul qiladilar.

Ortda qoluvchilar (16%) – anʼanalarga sodiq qoluvchilar, oʻzgarishlarni yoqtirmaydilar, yangiliklarni ular faqat umum qabul qilingan meʼyorga, anʼanalarga aylangandagina qabul qiladilar; ular uchun qoʻshnilar va doʻstlar axborotning asosiy manbalari hisoblanadi.

Ilk bozorlarda moliyalashtirish yetarlicha bo'lmaganda, innovatsion kompaniyalar mahsulotdan ko'p umid qiladilar, ushbu holatda ular: tovarni bozorga olib chiqish borasida yetarlicha tajribaning yo'qligi, fantom mahsulotlarni sotish, entuziastlar va oldindan ko'ra oluvchilar o'rtasidagi yoriqni yengib o'tish zaruriyati kabi muammolarga duch keladilar. Bozor rivojlanishining mazkur bosqichida mijozlarning ikki guruhi ajralib chiqadi: novatorlar (texnologik entuziastlar) va ilk davomchilar (oldindan ko'ra biluvchilar). Bu guruhlarning har biri o'ziga xos xususiyatlarga egaligi bilan ajralib turadi. Mahsulotni bozorda sotish iqtisodiy jihatdan ma'qul ko'rilmasa ham, novatorlar mahsulot ustida soatlab ishlaydilar. Ular ayni chog'da har qanday yangi texnologiyalar eshigida o'ziga xos "darvozabon" vazifasini o'taydilar. Novatorlarni odatda, istiqbolli texnologiyalar bo'limlarida uchratishimiz mumkin. Ularning ijobiy tomoni shundaki, novatorlar yaxshi tanqidchi hisoblanadilar va innovatsion mahsulotni maromiga yetkazishga ko'maklashadilar. Novatorlar vakolat doirasining torligi va shu bilan birgalikda bozor ko'lami bo'yicha bozor segmentining kichikligi ularning o'ziga xos kamchiligi sanaladi.

Ilk bozor iste'molchilarining ikkinchi guruhi, ya'ni ilk izdoshlar oldindan ko'ra oluvchilarda iste'molchilarning birinchi guruhi novatorlardan farqli o'laroq yangi texnologiyalarning strategik imkoniyatlarini ko'ra olish, texnologiya'ni tavakkalchilik darajasi yuqori bo'lgan samarali loyihaga aylantirish borasida tizimli yondashuv, o'z jamoadoshlarini mazkur loyihaga jalb qilishda etarlicha xarizm ham mavjud. Ular jamiyat a'zolarining e'tiborini yangi texnologiyalarga qaratadilar. Odatda, ular unchalik ham ko'p tajribaga ega bo'lmagan rahbarlar, kuchli motivatsiyaga ega bo'lgan insonlar hisoblanadi. Bunday insonlarni orzular boshqaradi. Ular o'z-o'zicha faqatgina texnologiya'ning o'zidan emas, balki bunday texnologiya evaziga erishish mumkin bo'lgan oldinga siljish yorib o'tishdan navf ko'radilar. Narxga nisbatan o'ta sezgir emasliklari, moliyalashtirish manbai kam yoki umuman mavjud bo'lmagan firmalar bilan ishlash imkoniyatlarining mavjudligi ularning ijobiy jihatlari hisoblanadi. Bundan ko'rinib turibdiki, ular venchur kapitalining yashirin manbai hisoblanadi. Ilk bozor va asosiy bozor o'rtasidagi jarlikni yengib o'tish uchun, innovatsion kompaniya

iste'molchilarning navbatdagi guruhi ko'pchilik (pragmatiklar)ka e'tiborini qaratishi lozim. Agar innovatsion kompaniya, pragmatiklarni (ilk ko'pchilikni) ishontira olsa, u bozorning uchdan ikki qismini berishi mumkin bo'lgan keyingi ko'pchilikni zabt etishga harakat qilishi mumkin. Ammo shuni qayd etishimiz lozimki, bejizga bu guruhni konservatorlar ham deb atashmaydi. Ular taraqqiyotga nisbatan ko'proq an'analarga ishonadilar va yorib chiquvchi innovatsiyalarni qabul qilishga tayyor emaslar. Ular hamma narsani bir qutida va past narxlarda sotib olishni yaxshi ko'radilar. Agar biz ushbu iste'molchilar guruhini ishontira olsak, eng qiyin va xulq-atvorini o'zgartirish mushkul bo'lgan iste'molchilar guruhi-skeptiklarni o'z mijozlarimiz safiga qo'shib olish uchun harakat qilsak bo'ladi. Ular sotuvchilarning va'dalariga hamisha ham uchavermaydilar, sotuvchilarning va'dalari va yetkazib berilayotgan mahsulotlar o'rtasidagi nomutanosibliklarni doimiy ravishda qayd etib boradilar. Biroq, ularning da'vo va talablariga quloq solish talab etiladi, zero, ular tugallangan yechim (yaxlit mahsulot)ni yetkazib berish borasida aynan nimalar yetishmayotganligini ko'rsatib beradilar. Innovatsion mahsulotlar bozorida bozor rivojlanishining bir bosqichidan ikkinchisiga, iste'molchilarning bir guruhidan ikkinchisiga – yoriqlar va jarliklarni bartaraf etish orqali silliqlik o'tish talab etiladi

3. Innovatsion mahsulotni bozorga olib kirishda innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozorini tahlil qilish

Bozor tadqiqotlari har qanday biznesning muhim elementi hisoblanadi, chunki kompaniya boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun zarur bo'lgan axborotlarni tashqi muhitdan (raqobatchilar, iste'molchilar va boshqalar) olish imkonini beradi. Innovatsion mahsulotni bozorga (mavjud yoki yangi bozorga) olib chiqish jarayonida vaziyat yangi mahsulot yoki bozorning o'ziga xos xususiyatlari evaziga murakkablashadi. Yangi mahsulotning iste'molchilari topilishini va ularning ushbu mahsulotlarga nisbatan xatti-harakatlari qanday bo'lishini oldindan bilish mushkuldir. Bunday holatda yirik kompaniyalar so'rovnomalar o'tkazish, fokus-guruhlar va shu kabi tahlil usullaridan keng foydalanuvchi

anchagina qimmat turuvchi marketing tadqiqotlaridan foydalanadilar. Bunday marketing tadqiqotlari kompaniyaning tegishli bo'limlari tomonidan yoki chetdan mutaxassislar jalb etgan holda amalga oshiriladi. Kichik kompaniyalarda bunday imkoniyatlar mavjud bo'lmasada, har bir kompaniya o'zining bozor tadqiqotlarini o'tkazishi lozimligini ta'kidlashimiz kerak. Xususan, loyihani ishlab chiqishning dastlabki bosqichlaridan tortib unga katta miqdorda kapital qo'yilmalar ajratiladigan davrlarda iste'molchi bilan aloqalar o'rnatish va mavjud farazlarni aniqlashtirish foydali bo'ladi. Loyihaning taraqqiy etib borishi jarayonida bozor tadqiqotining maqsadlari ham o'zgarib boradi. Umumlashtirilgan holda o'zgarishlar to'g'risidagi ma'lumotlar 11.1-jadvalda keltirib o'tilgan.

Loyihani amalga oshirishning dastlabki bosqichlaridayoq, bozor to'g'risida umumiy fikrlarga ega bo'lish uchun tezkor bozor tahlilini o'tkazishga zarurat tug'iladi. Ushbu holatda bozorda kuchlarning joylashuvi va bozorda kompaniyaning o'rni borasida tushuntirishlar beruvchi 5ta raqobat kuchi modeliga taya'nib ish ko'rishimiz mumkin. Ushbu model bozorning konseptual tahlilini o'tkazish, kompaniyaning asosiy bozor tahdidlarini va imkoniyatlarini aniqlash imkonini beradi, keyinchalik olingan ma'lumotlarni SWOT-tahlil matrisasida ifoda ettirishimiz ham mumkin. Bozor to'g'risida umumiy tasavvur hosil qilib bo'linganidan so'ng, tadqiqotchi bozor miqyosi va rivojlanish dinamikasi, raqobatchilar va iste'molchilar haqida aniq ma'lumot to'plashi kerak bo'ladi. Bozor hajmini baholash ma'lum bir vaqt mobaynida muayyan bir mintaqada mazkur mahsulotning eng yuqori sotilish hajmini baholashni o'z ichiga oladi. Odatda, bozor hajmi-yillik ko'rsatkich asosida hisoblanadi. Ushbu qiymatni pul ifodasida aniqlash afzalroqdir, chunki bu shaklda turli bozorlarni bir-biri bilan taqqoslash imkoniyatlari ortadi, bu esa investorlar uchun yetarlicha axborotlarga ega bo'lishi imkonini beradi.

Innovatsion mahsulotlar bozori uchun to'g'ridan-to'g'ri raqobatchilarning bo'lmaslik holati ham xos bo'lishi mumkin, biroq bu bozorning mavjud emasligini bildirmaydi. Ushbu holatda, bozor potensial iste'molchilar, ya'ni potensial talab orqali taqdim etiladi. Mahsulotlarga potensial talabni baholash potensial iste'molchi-

larning muammolarini tahlil qilishni hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak. Bu bizga mahsulot va mavjud yechimlar borasida batafsil ma'lumotga ega bo'lish imkonini beradi. Bundan tashqari, raqobatlashayotgan kompaniyalarning mavjudligi sharoitida ham, ishlab chiqarish darajasi korxonalar imkoniyatlari bilan chegaralanganligi bois o'xshash mahsulotlarni real ishlab chiqarishga nisbatan potensial iste'molchilarni baholash sezilarli darajada katta ahamiyat kasb etadi.

Loyihaning hayotiylik siklining turli bosqichlarida bozor tadqiqotlari

11.1-jadval

Loyiha-ning ha-yotiy-lik sikli bos-qichlari	Tadqiqot maqsadlari	Tahlilning asosiy elementlari	Axborot man-balari
G'oyalarni izlash	Bozorning ekspress-tahlili	Raqobat darajasi va bozordagi kuchlar nisbatini baholash	Ochiq axborot manbalari
G'oyani ekish bosqichi va startap bosqichi	Biznes-modelni shakllantirish, bozor nuqtayi nazaridan g'oyaning investor uchun jozibadorligini asoslash (biznes-rejaning marketing qismini yozish), iste'molchilar to'g'risidagi tasavvurlarni aniqlashtirish, 4Rga oydinlik kiritish (mahsulot tavsifi, narx, mahsulotni tarqatish, bozorga surish)	Maqsadli bozor segmentlarini aniqlashtirish. Bozor hajmi va dinamikasini baholash. Raqobatchilar tahlili (kompaniyaning mavjud o'z yechimlari bilan bozorda mavjud yechimlarni solishtirish). Iste'molchilar tahlili (iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalar o'rnatish)	Axborot manbalari-ni ochish, Buyurtma asosida tadqiqotlar o'tkazish
Kengaytirish	Bozor to'g'risidagi axborotlarning	Bozordagi holat va raqobatchilarning	Axborot manbalari-

bosqichi	dolzarblashuvi, loyihalar rivojini nazorat qilish	xatti-arakatlarini monitoring qilish, iste'molchilardan ma'lumotlar to'plash, sotish dinamikasini tahlil qilish	ni ochish, kompaniya ning ichki axborotlari
----------	---	--	--

Ko'pincha bozor hajmi haqida tayyor ma'lumotlarni topishimiz mumkin bo'lsa-da, topilgan barcha ma'lumotlar ham tadqiqotchining ehtiyojlariga mos kelavermaydi. Bunday holatlarda biz axborotlarni korrektirovkalash bilan bog'liq bozorni baholashning bilvosita usullaridan foydalanishimiz mumkin:

1) Ekstrapolyatsiya usuli. O'tgan davrlardagi bozor baholashlari to'g'risida ma'lumotlarga taya'nib, bozorning o'sish sur'atlari saqlanib qolishini ko'zda tutgan holda mazkur davrdagi bozor hajmini hisob-kitob qilishimiz mumkin.

2) O'xshashlik tamoyili bo'yicha. Global bozor segmentlarining tuzilishi haqida ma'lumotga ega bo'lgan holda mintaqaviy bozorlar ham xuddi shunday tuzilishga ega bo'ladi, deb tasavvur qilishimiz va shu tariqa bozor segmentlarining zarur hajmlarini hisoblashimiz mumkin.

Raqobatchilar tahlili

Raqobatchilar tahlili ayni vaqtdagi Respublikamiz va xorijiy raqobatchilar faoliyatini (kompaniyalar ro'yxati, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar tavsifi, yetkazib berish shartlari, kompanilarning katta-kichikligi, mahsulotlarining raqobat ustunliklari) o'rganishni ko'zda tutadi. Raqobatchilarni o'rganishda maqsadli iste'molchilar guruhi uchun siz ishlab chiqarayotgan mahsulotlarning boshqa mahsulotlarga nisbatan afzalliklariga alohida e'tibor qaratish talab etiladi, bu narxlarni o'zaro taqqoslash qiyin bo'lgan va yangi bozor tomonidan bildirilayotgan talablarning hali mavhum ekanligi sharoitida yuqori texnologiyali mahsulotlar uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Raqobatchilar to'g'risida ma'lumotlar olish uchun birinchi navbatda, mazkur bozorda faoliyat ko'rsatayotgan kompaniyalar ro'yxatini topish mumkin bo'lgan tarmoq hisobotlarini qarab chiqish talab etiladi. Raqobatni tahlil qilar

ekanmiz, nafaqat bozorda ayni paytda mavjud raqobatchilarni hisobga olishimiz, balki kelgusida raqobatchiga aylanishi mumkin bo'lgan potensial raqobatchilarni (ularning bozorga kirib kelishini oldini olish) va shuningdek, bilvosita raqobatchilarni (o'rinbosar tovar ishlab chiqaruvchilar) ham e'tibordan chetda qoldirmaslik lozim.

Iste'molchilar tahlili

Innovatsion mahsulotning bozorga dastlab olib kirilishi chog'ida tadbirkor ko'pincha bozorda mavhum vaziyatga duch keladi. Bunday holat ilgari xarid jarayonlarini tashqil etish borasida amaliyotning yo'qligi, iste'molchilarning segmentlari va iste'molchilar nimani afzal ko'rishlari jhaqida etarlicha ma'lumotlarning mavjud emasligi bilan izohlanadi. Bunday holatda, tadbirkor faqatgina mahsulot bozorga kirganda vaziyat qanday o'zgarishi mumkinligini taxmin qilishi mumkin. Bizning mahsulotimizga talab bo'ladimi va u bo'lsa qay darajada bo'ladi?-aynan mana shu savolga yangi bozorga kirib borayotgan har qanday innovatsion kompaniya javob topa bilishi lozim. Bugungi kunda bunday savollarga internet-texnologiyalaridan foydalangan holda qisman javob topish mumkin.

4. Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida muvaffaqiyatga erishish omillari

Yuqorida biz o'zimizning to'g'ri iste'molchimizni qanday topishimiz mumkinligi haqida so'z yuritdik. Bizning galdagi vazifamiz qolgan yana 5 ta "to'g'ri": to'g'ri mahsulot, to'g'ri narx, to'g'ri joy, to'g'ri vaqt va iste'molchi bilan to'g'ri aloqani aniqlashtirishdan iborat.

Xaridor mahsulotga shunchaki emas, balki unga o'z muammosini hal qilish imkoniyati sifatida qiziqadi. Biz yuqorida innovatsion mahsulotga bo'lgan munosabati: xaridlarni rag'batlantirish va yangi mahsulotdan kutilmalar borasida bir-biridan farqlanuvchi iste'molchilarning besh guruhini ko'rib chiqdik. Agar dastlabki ikki guruh (ilk bozor)ni texnologiyalar ko'proq darajada qiziqтира, keyingi

guruhlarni masalaning tijoriy jihatlari, iqtisodiy navf qiziqtiradi. Aynan asosiy bozor bosqichida kompaniya o'zining ijobiy xulq-atvorini va mijozlarning ehtiyojlarini to'laqonli qondirish borasida o'zining g'amxo'rlikini namoyon etishi lozim. Shu sababli ham, ayni shu davr oralig'ida yaxlit mahsulotni shakllantirish zarurati paydo bo'ladi. Tovarning uch darajasi modeli ancha vaqtdan beri ma'lum. So'nggi yillarda yangi konsepsiya-yaxlit mahsulot konsepsiyasi vujudga keldi. Shunday qilib, xaridorga va'da qilingan narsa (xaridor uchun tovarning qimmati) bilan ushbu tovarning berilgan va'daga mosligi borasida juda katta farq mavjudligi bois, mahsulot yaxlit mahsulotga aylanishi uchun rang-barang xizmatlar va yo'ldosh tovarlar evaziga mahsulotni kengaytirish talab etiladi. Yaxlit mahsulot o'zining to'rt bosqichiga ega.

“O‘zak mahsulot” – xaridorning shartnoma bo'yicha olishi ko'zda tutilgan muayyan tip, tur va sinfga tegishli bo'lgan mahsulot; masalan-shaxsiy kompyuter.

Kutilayotgan mahsulot – xaridor sotib olayotganda tasavvur qiladigan mahsulot; xaridorning sotib olish maqsadlariga erishishi uchun zarur bo'lgan mahsulot va xizmatlarning minimal konfiguratsiyasi; masalan, monitor bilan shaxsiy kompyuter.

Kengaytirilgan mahsulot – sotib olish maqsadiga erishishning maksimal ehtimolligini ta'minlash uchun komplektatsiyalangan mahsulot; misol uchun - qo'shimcha mahsulotlar: dasturiy ta'minot, printer, sotishdan keyingi servis xizmatlari, ishonch telefoni.

Potensial mahsulot – bozorga ushbu mahsulotga o'xshash tovarlarning kirib kelishi asnosida mahsulotni takomillashtirish potentsiali, foydalanuvchilarning iltimoslariga ko'ra mahsulotga sezilarli o'zgartirishlar kiritib boriladi.

Yaxlit mahsulot – bu bozor talablariga to'la javob beruvchi va o'zida to'liq mujassamlashgan o'ziga xos yechimdir. Har qanday innovatsion mahsulotni bozorga olib chiqishda innovator ilk bozor uchun yetarli bo'lgan “o'zak mahsulot”ni taklif etadi. Biroq asosiy bozorning rivojlanishi va bozorga raqobatlashuvchi “o'zak mahsulot”larning kirib kelishi natijasida mahsulotlar bir-birlariga tobora o'xshab boradi va raqobatchilar o'rtasida marketing kurashi tobora shiddatli tus ola boshlaydi. Pragmatiklar yaxlit mahsulotni istaydilar.

Pragmatiklar bozorda kuchli yetakchi nomzodni koʻrmaganlaricha, hech bir qoʻllab-quvvatlashlarni amalga oshirmaydilar.

Toʻgʻri mahsulot – bu isteʼmolchining ehtiyojlarini qondira oladigan, raqobatlashayotgan mahsulotga nisbatan yaxshilangan qadr-qiyamatga ega boʻlgan, joriy xarajatlarni qoplash uchun daromadlarga ega boʻlish va etarlicha foyda olish imkonini beruvchi mahsulotdir. Boshqacha aytganda, tovar – bu maqsadli isteʼmolchilar guruhining ehtiyojlarini toʻloqonli ravishda qondiruvchi foydali xususiyatlar jamlanmasidir. Shuning uchun, innovatsion mahsulot uchun maqsadli isteʼmolchilarni tanlash va uning ehtiyojlarini oʻrganish juda muhimdir. Toʻgʻri isteʼmolchi va toʻgʻri mahsulotni aniqlashtirgan holda, toʻgʻri narxni qanday aniqlashtirishni ham bilib olishimiz zarur boʻladi. Bu narx va ehtiyojlarni qondirish darajasi oʻrtasida toʻgʻri nisbatni oʻrnatish maqsadida bozorda shiddatli kurash olib borishni talab etuvchi, murakkab vazifa hisoblanadi. Bularning barchasi narxning mahsulot xususiyatlariga va isteʼmolchining talablariga mos kelishini taʼminlashdan iboratdir. Ideal isteʼmol narxini hisoblashning yagona formulasi yoʻq. Yetkazib berish, talab, raqobatbardosh narx, mahsulot imidji, xaridorlarning ruhiy holati, mahsulot samaradorligi, oʻrnini bosadigan mahsulotlar va iqtisodiy shart-sharoit masalalari narxga taʼsir koʻrsatadigan omillarning bir qismi hisoblanadi xolos.

Baʼzi kompaniyalar bozorda oʻz pozitsiyalarini mustahkamlash uchun yuqori narxdan foydalanishga harakat qiladilar, yaʼni qaymogʻini olish strategiyasini amaliyotda qoʻllaydilar. “Qaymogʻini olish” strategiyasining amaliyotda qoʻllanilishiga DuPont. Kompaniyasining faoliyatini misol tariqasida keltirib oʻtishimiz mumkin. Bozorga navabatdagi yangi mahsulotlar (sellofan, neylon, teflon)ni taqdim etishni rejalashtirar ekan, kompaniya yangi mahsulotlarning tovar-substitutlarga nisbatan afzalliklariga urgʻu bergani holda, oʻz mahsulotlariga eng yuqori narxlarni belgilaydi. Sotish hajmlari barqarorlashgandan soʻng, DuPont xaridorlarning navbatdagi segmentini jalb etish maqsadida pasaytirilgan yangi narxlarni belgilaydi. Shu tariqa, DuPont turli bozor segmentlaridan oʻzi uchun zarur boʻlgan moliyaviy “qaymoq” qatlamini yigʻib oladi.

Aynan ushbu yondashuv innovatsion mahsulotlar bozori uchun mos keladi. “Qaymog‘ini olish” usulini amalda qo‘llash quyidagi shartlarning bajarilishini talab qiladi:

- potensial xaridorlar tomonidan bildirilayotgan yuqori darajadagi talab, masalan, agarda innovatsiyalar bozor talablariga to‘liq javob bersa (iPad);

- mahsulot ishlab chiqarishning kichik hajmlarida mahsulot birligiga ishlab chiqarish xarajatlari, agar yangi mahsulot asosini texnologik innovatsiyalar tashqil etsa, foyda olinishini kafolatlovchi narxlar belgilash imkonini beradi;

- yuqori narx belgilanishiga qaramay boshqa ishlab chiqaruvchilar ba’zi bir holatlarda, masalan, mahsulot patent bilan himoyalangan bo‘lsa raqobatlasha olmaydilar;

- yuqori narx, ayniqsa mahsulotlar butunlay yangi tavsifga ega bo‘lsa, yuqori sifatli mahsulotlar obro‘-e’tiborini qo‘llab-quvvatlaydi.

Biroq kompaniyalar narx belgilash jarayonida talabning narxga nisbatan sezgirligi yoki egiluvchanligi darajasini hisobga olishlari kerak. Agar narxning uncha katta bo‘lmagan o‘zgarishi ta’sirida talab deyarli o‘zgarmasa, talab ushbu holatda noegiluvchan hisoblanadi. Agar narxning ozgina o‘zgarishlari talabning katta o‘zgarishiga olib kelsa, u holda talab egiluvchan hisoblanadi. Quyidagi holatlarda talab egiluvchanligi birmuncha pastroq bo‘ladi:

- mazkur mahsulotning o‘rinbosari yo‘q bo‘lsa yoki raqobatchilar umuman mavjud bo‘lmasa;

- xaridorlar narxlarning oshishini darhol ilg‘amaydilar;

- xaridorlar asta-sekin o‘z odatlarini o‘zgartiradilar va arzonroq tovarlarni qidirishni boshlashga shoshilmaydilar;

- xaridorlar tovarlar narxining o‘shishini asosli hisoblaydilar va narxning o‘shishini tabiiy inflatsiya, tovar sifatining yaxshilanishi kabilar bilan bog‘laydilar.

Bu shartlarning barchasini innovatsion mahsulotlarga taalluqli deb qabul qilish mumkin, shu sababli ham innovatsion tovarlarga talabning narx bo‘yicha egiluvchanligi birmuncha past bo‘ladi, deb ta’kidlashga barcha asoslarimiz mavjud. Agar uch omil (iste’mol talabining darajasi, o‘z xarajatlarining hajmi va raqobatchilar narxi) ma’lum bo‘lsa, kompaniya tovar narxini tanlashi mumkin. Uning narxi foyda olish imkonini bermaydigan o‘ta past darajadagi narx

bilan talabni cheklovchi eng yuqori narx o'rtasida bo'ladi. Yuqorida aytib o'tilganidek, eng past narx darajasi ishlab chiqarish xarajatlari bilan belgilanadi. Raqobatchilar narxi va o'rinbosar tovarlarning narxi innovatsion mahsulotga narx belgilashda mo'ljal olish mumkin bo'lgan taxminiy narxlar darajasini ko'rsatib beradi. Ko'rib chiqilayotgan mahsulotning noyob xususiyatlari borasidagi iste'molchilarning fikrlari narx belgilashning eng yuqori darajasini belgilab beradi. Agar yuqorida ko'rib chiqilgan innovatsion mahsulotlarning iste'molchilar guruhlariga e'tibor qaratadigan bo'lsak, u holda, oldindan ko'ra biluvchilar uchun u his qilinuvchi qadr qimmatlilik asosida narxni shakllantirish hisoblanadi, pragmatiklar uchun-raqobat asosida narxni shakllantirish; konservatorlar uchun esa - tannarx asosida narxni shakllantirish hisoblanadi.

Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida muvaffaqiyatga erishishning navbatdagi omili – to'g'ri joy yoki sotuvchining tilida samarali savdo kanallarini tanlashdan iboratdir. Hozirgi kunda Internet an'anaviy tarqatish kanallariga tahdid solmoqda. Bu uning mahsulot sotish borasida mutlaqo yangi muqobil kanallar yaratishi bilan bog'liqdir. O'zbekiston Respublikasi Axborot va kommunikatsion texnologiyalarni rivojlantirish vazirligining ma'lumotlariga ko'ra, bugungi kunda mamlakatimizda internetdan foydalanuvchilar soni 20 million kishidan ortiqni tashqil etadi. Mamlakatimizda internet tezligini 2020-yilgacha bo'lgan muddatda 4 marotabaga oshirish ko'zda tutilgan. Ta'kidlash lozimki, bugungi kunda MDH mamlakatlarida inernetga ulanish tezligi mamlakatimizda internetga ulanish tezligiga nisbatan 10 barobar yuqori. To'g'ri joy iste'molchi mahsulotni bevosita qo'lga kiritish imkoniyati mavjud bo'lgan joydir. Samarali savdo kanallarini tanlash mezonlari quyidagilarni kiritishimiz mumkin: maqsadli mijozga to'g'ridan-to'g'ri chiqish; talabni yaratish va talabni maksimal darajada qondirish; yaxlit mahsulotni taqdim etish imkoniyati, ommaviy yetkazib berish salohiyati.

To'g'ri vaqtni iste'molchi mahsulotni sotib olish yoki undan foydalanish uchun sarflaydigan vaqt sifatida qabul qilishimiz mumkin. To'g'ri vaqt – bu mahsulotni bozorga chiqarishning bir qismidir. Noto'g'ri joyda va noto'g'ri vaqtda taqdim etilgan taqdirda eng yaxshi mahsulot ham muvaffaqiyatsizlikka uchrashi

mumkin. To'g'ri vaqt va to'g'ri joy iste'molchi tomonidan belgilanadi. Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida muvaffaqiyatga erishishning yana bir muhim omili potensial iste'molchilar bilan to'g'ri muloqotni yo'lga qo'yishdan iboratdir.

Iste'molchi bilan aloqa o'rnatish – bu marketing aysbergining eng ko'zga ko'ringan va muhim qismidir. Yuqorida aytilganidek, mahsulotni bozorga olib chiqish dasturini ishlab chiqishning muhim bosqichi – bu qamrab olish va ta'sir ko'rsatish talab etiluvchi muayyan bozorlar va insonlar toifasini aniqlashtirish hisoblanadi. Shu sababli to'g'ri iste'molchini aniqlashtirish va tushunish, uning siymosini chizish o'ta muhim vazifa hisoblanadi.

5. Bozorda innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni pozitsiyalash va olib kirish strategiyalari

Innovatsion mahsulot yoki xizmatlarni bozorga olib chiqishda kompaniyalar bozorda mahsulotni pozitsiyalash muammolariga duch kelishadi (maqsadli auditoriya ongida mahsulot yoki xizmat qiyofasini shakllantirish). Shunday qilib, bozorda ko'pgina innovatsiyalarni pozitsiyalash quyidagi muammolar bilan bog'liq:

- iste'molchilarning innovatsion mahsulot yoki firma xizmatlari borasida yetarlicha xabardor emasligi;
- ko'pincha innovatsion mahsulot yoki xizmatlar bozori yangi hisoblanadi, ba'zi holatlarda bunday bozorlarning mavjud emasligi;
- mahsulot yoki xizmatlarning bozorga olib chiqilishini rag'batlantirishda moliyaviy resurslarning cheklanganligi;
- yuqorida ta'kidlanganidek, ko'pincha yangi bozorga kirishda innovator birinchi bo'lib faqatgina "o'zak" mahsulot va hali to'la-to'kis bo'lmagan yaxlit mahsulotni taklif qiladilar, bu esa aksariyat hollarda iste'molchilarda firma mahsulot va xizmatlari borasida noto'g'ri yondashuv va xulosalarni paydo qiladi.

Umuman olganda, bozorning hayotiylik sikliga bog'liq holda innovatsiyalarning bozorda pozitsiyalash borasida quyidagi tavsiyalarni ajratib ko'rsatishimiz mumkin:

Ilk bozor – mahsulotga mo'ljal olish (“moviy okean strategiyasi”, yangi bozorni yaratish, lateral marketing, diversifikatsiya);

Yakuniy (shakllangan) bozor – bozorga mo‘ljal olish (“alvon rang okean strategiyasi”, bozorni segmentlash, tabaqalashtirish).

Asosiy bozor ko‘rsatkichlarini tushunib yetish innovatsiyani bozorda pozitsiyalashni aniqlash strategiyasini tanlash borasida barcha zaruriy ishlar amalga oshirilganidan so‘ng, innovatsion mahsulot yoki xizmatni bozorga olib chiquvchi firma rahbariyati bozorga chiqarish siyosatini strategik rejalashtirish haqida bosh qotirishlari lozim bo‘ladi. Bunday rejalashtirish quyidagi xatti-harakatlar bilan bog‘liq hisoblanadi:

- o‘ziga xos noyob savdo taklifi (NST) va maqsadli auditoriyaga ta’sir ko‘rsatishning asosiy tamoyillarini shakllantirish.

- mahsulot yoki xizmatni bozorga chiqarishning eng samarali vositalarni saralab olish, ushbu vositalardan foydalanish uchun zaruriy moliyaviy va vaqt resurslarini ajratish.

O‘ziga xos noyob savdo taklifi, odatda bozorda pozitsiyalash borasida tanlab olingan siyosatga asoslanadi. Biroq maqsadli auditoriyaga eng samarali tarzda ta’sir ko‘rsatish uchun shakllantirilgan o‘ziga xos noyob savdo taklifini turli axborot kanallaridan foydalanган holda samarali uzatish muhimdir. Buning uchun muayyan har bir noyob savdo taklifi uchun samarali bo‘lgan reklama ma’lumotlarini tarqatish strategiyasini tanlab olish lozim bo‘ladi. Bunday strategiyalar amalda juda ko‘p bo‘lib, muvaffaqiyatga erishgan va bugungi kunda mashhur bo‘lgan innovatsion kompaniyalarning tarixini o‘rgangan holda, bu boradagi strategiyalarning eng keng tarqalganlarini ajratib ko‘rsatishimiz mumkin:

Virusli marketing. Virusli marketing – odamlarning o‘zlari va firmaning potensial mijozlari orqali ma’lumotlarni tarqatishning asosiy usuli sifatida foydalanishni ko‘zda tutadi. Mahsulot yoki xizmatni bozorga chiqarish borasidagi virusli strategiya’ni amalga oshirish uchun, kompaniya odatda o‘zining potensila iste’molchilari o‘z tanishlari va atrofida gilari bilan muhokama qilishni ko‘zda tutadigan axborot xabarini yaratadi. Bu xabar videorolik, qiqziqarli eslatma, tasvir va hattoki oddiy mish-mish shaklida bo‘lsa ham eng muhimi, u korxonaning mahsulot yoki xizmati haqida ma’lumotlarni ifoda etishi lozim.

Partizancha marketing – maqsadli auditoriya’ni firma mahsuloti yoki xizmati to‘g‘risida axborotlar bilan maksimal darajada xabardor qilish uchun minimal xarajatli reklama kanallaridan foydalanishni ifoda etadi. Ushbu strategiya odatda reklama uchun cheklangan mablag‘larga ega bo‘lgan kichik innovatsion kompaniyalar tomonidan qo‘llaniladi va xarajatlarni cheklanganligi bois mazkur kompaniyalar tovar yoki xizmatlarni bozorga chiqarish borasida mumkin bo‘lgan barcha eng arzon manbalarni izlab topishga majbur bo‘ladilar.

Bepul versiya va qo‘shimcha imkoniyatlar – innovatsion mahsulotning bepul versiyasi bilan potensial mijozlarning katta guruhini jalb qilish. Ushbu strategiya potensial mijozlarning keyinchalik pullik innovatsion mahsulotlar versiyalariga o‘tishlarini ko‘zda tutgani holda, potensial mijozlarni innovatsion texnologiyalar bilan tanishtirishni o‘z oldiga maqsad qilib qo‘yadi. Ushbu strategiya mahsulotning afzalliklarini reklama xabarida ta’riflash qiyin bo‘lgan holatlarda va odamlar mahsulotni bevosita bilib olishlariga imkon berishda juda qulaydir.

Hamkorlik tarmog‘ini yaratish. Ushbu strategiya o‘zlarining aloqa kanallaridan foydalangan holda innovatsion mahsulot yoki xizmatni bozorga chiqarishdan manfaatdor bo‘lgan sherik kompaniyalar tarmog‘ini yaratishga qaratilgan. Ushbu strategiya kompaniyaning potensial mijozlari bilan yaqindan aloqada bo‘lgan kompaniyalar bilan komission to‘lovlar darajasi yetarlicha katta bo‘lgan agentlik shartnomalari tuzish orqali amalga oshiriladi. Bunday strategiyalar tibbiyot, axborot va internet-banking sohalarida muvaffaqiyatli ishlamoqda.

Kooperatsiya va kobrending – bu bir necha kompaniyaning o‘z mahsulotlarini yoki xizmatlarini bozorga chiqarish bo‘yicha sa’y-harakatlarini birlashtirishga qaratilgan strategiya. Ushbu strategiya bevosita raqobatchi bo‘lmagan va bir xil mijozlarga ega bo‘lgan innovatsion kompaniyalar uchun foydalidir. Shu bois, ular uchun o‘zaro raqobatlashish emas, balki birinchidan, mahsulot va xizmatlarni bozorga olib chiqish xarajatlarni qisqartirish va ikkinchidan, ushbu tuzilmaning bozordagi ulushini oshirish imkonini beruvchi hamkorlik aloqalarini kuchaytirish ko‘p jihatdan foydalidir.

Strategiya aniqlashtirilib, savdo taklifi shakllantirilganidan so‘ng, firma mahsulot va xizmatlarini bozorga olib chiqishning kanallari tanlab olinadi. An’anaviy tarzda marketingda mahsulot va xizmatlarni bozor tomon harakatlantirishning barcha vositalari to‘rt guruhga bo‘linadi: reklama – pullik ommaviy shaxssiz kommunikatsiya; sotishni rag‘batlantirish – to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotish joylarida sotuvlar sonini ko‘paytirishga qaratilgan faoliyat; **PR** – jamoatchilik bilan aloqalar o‘rnatish orqali biznes obro‘sini shakllantirish; to‘g‘ridan-to‘g‘ri savdo (sales-marketing, direkt-marketing).

Vositachilarsiz, to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotish kanallari innovatsion mahsulot yoki xizmatlari katta xarajatlarsiz sotilishi mumkin bo‘lgan kompaniyalar uchun to‘la mos keladi. O‘z mahsulot va xizmatlarini mustaqil taqsimlashda o‘zining kur‘erlik xizmatiga ega bo‘lgan internet-do‘konlar, mobil do‘konlar, mahsulotlarni taqsimlash stendlari (masalan, ixtisoslashtirilgan ko‘rgazmalar)dan foydalanish mumkin.

Bunday sotish strategiyasi o‘z afzalliklariga ega. Birinchidan, kompaniya butun savdo-sotiq jarayonini mustaqil nazorat qiladi va mijozlar bazasini vositachilar bilan bo‘lishmaydi. Ikkinchidan, muayyan turdagi tovarlar va xizmatlar uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotish kanallari uchinchi tomon xizmatlaridan ko‘ra arzonroq tushadi.

Vositachilardan foydalangan holda bilvosita sotish kanallari aksincha, mahsulotlar va xizmatlarni sotishning mustaqil jarayoni qimmatga tushadigan kompaniyalar tomonidan foydalanilishi mumkin. Ushbu holatda firma vositachilarga mijozlar bazasiga ega bo‘lishlariga imkoniyat yaratib berishiga qaramasdan, bir qator afzalliklarga ega bo‘ladi. Birinchidan, firma mahsulot va xizmatlarni sotish borasidagi tashvishlarni o‘zidan soqit qilib, mahsulot yoki xizmatning o‘zini takomillashtirishga qaratilgan sa‘y-harakatlarini yanada faollashtirishi mumkin. Ikkinchidan, vositachilar ko‘pincha firmaning o‘ziga nisbatan yuqori sifatli, ko‘proq professional va eng muhimi, arzonroq sotish xizmatlarini taqdim etadilar.

Nazorat savollari

1. Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorining asosiy jihatlarini sanab bering?
2. Innovatsion marketingning o'ziga xosligi nimalarda namoyon bo'ladi?
3. Dj. Mur innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida iste'molchilarning qaysi asosiy guruhlarini ajratib ko'rsatadi?
4. Innovatsion mahsulot bozorini baholashda qanday qiyinchiliklar paydo bo'lishi mumkin? Ularni qanday qilib bartaraf etish mumkin?
5. Innovatsion mahsulotlarni ilk bozorlarga chiqarish uchun qaysi strategiyalar mos keladi?
6. Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozori uchun yaxlit mahsulot modelini tavsiflang?
7. Innovatsiyalar marketingiga qaysi narx strategiyalari mos keladi?
8. Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida joylashishning o'ziga xosligi nimadan iborat?
9. Innovatsion mahsulotlarni bozorga olib chiqishning qanday strategiyalarini bilasiz?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O'zbekiston 2017, 40 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-4947-son 2017-yil 7-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 08.02.2017 y.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi "2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 22.09.2018 y.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3899-son 2018-yil 6 avgustdagi "Ilmiy va innovatsion faoliyatni integratsiya qilish tizimi samaradorligini oshirishga doir chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori // Xalq so'zi. 07.08.2018 y.

5. Rahmatov M.A., Zaripov B.Z. Klaster – integratsiya, innovatsiya va iqtisodiy o‘shish. // Risola. –Т.: 2018. “Zamin nashr”. -В. 110.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Вилямс, 2009.
7. МурДж.А. Внутри торнадо: Стратегии развития, успеха и выживания на гиперрастущих рынках. Спб: Бест Бизнес Букс, 2010.
8. Мур Дж.А. Преодоление пропасти. Как вывести технологический продукт на массовый рынок. М.: Манн, Иванов, Фербор, 2013.
9. Оханян К. Руководство по маркетингу для малого бизнеса. М.: USAID Business Development Program, 1998.
10. Траут Дж., Райс Эл. Позиционирование: битва за умы. Юбилейное издание. Пер. с англ. – Спб.: Питер, 2007.
11. Хибинг Р., Купер С.. Настольная книга директора по маркетингу. М.: Изд-во Эксмо, 2007.
12. Everett M. Rodgers. Diffusion of Innovations. - New York: Free Press, 1983.
13. Theodore Levitt. The Marketing Imagination - Издательство: Free Press, 1986.
14. Экономика инноваций. Курс лекций. Москва., МАКС Пресс, 2014.

12-MAVZU. INNOVATSION LOYIHALARNI MOLIYALASHTIRISH TIZIMI

Faol tadbirkor deganda, biz raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarishga qodir, eng muhimi, yangi ish o‘rinlari yaratib, nafaqat o‘zini va oilasini boqadigan, balki butun jamiyatga naf keltiradigan ishbilarmon insonlarni tushunamiz. Bunday tadbirkorlar safini kengaytirish, jumladan, yuqori texnologiyalar, ilm-fanning eng so‘nggi yutuqlariga asoslangan texnika va asbob-uskunalarni mamlakatimizga olib kelish va joriy etish uchun ularga munosib sharoitlar yaratish bizning birinchi galdagi vazifamiz bo‘lishi shart.

**Sh.Mirziyoyev
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti**

Reja:

1. Hayotiylik siklining turli bosqichlarida kompaniyaning innovatsion faoliyatini moliyalashtirish.
2. Rivojlanishning dastlabki bosqichlarida innovatsion faoliyatni moliyalashtirish manbalari.
3. Innovatsion loyihalarni moliyalashtirish tizimi, davlat grantlari, fundamental, amaliy va innovatsion loyihalar.
4. Venchur fondlarining tashqil etilishi. Innovatsion loyihalarni moliyalashtirishning xorij tajribasi.
5. Investitsion bitimlarni tuzish.

Asosiy atama va tushunchalar:

Loyihaning hayotiylik sikli, innovatsion faoliyatni moliyalashtirish, innovatsion loyiha, startap, venchur kapitali, korporativ moliya, lizing, kredit, biznes-farishta, barqaror o‘shish, moliyalashtirish manbalari, investor, investitsiyalarni moliyalashtirish, investitsion bitimlar, qimmatli qog‘ozlar bozori.

1. Hayotiylik siklining turli bosqichlarida kompaniyaning innovatsion faoliyatini moliyalashtirish

Yangidan tashqil etilayotgan innovatsion kompaniyalarning (startap) moliyasi zamonaviy korporativ moliya nazariyasi va

amaliyotini o'rganishning obyekti hisoblanuvchi o'rta va yirik biznes korxonalari moliyasidan sezilarli darajada farq qiladi. Har qanday startapdan farqli o'laroq, taraqqiy etgan, operatsion faoliyati yaxshi yo'lga qo'yilgan kompaniyalar moliyasi zamonaviy korporativ moliyani o'rganish obyekti hisoblanadi. Ushbu holatda kompaniyaning operatsion faoliyati deyilganda, uning mahsulot ishlab chiqarish va sotish, xizmatlarni taqdim etish, ishlarni bajarish bilan bog'liq asosiy faoliyati tushuniladi. Bunday kompaniya moliyachilarining vazifasi – moliyaviy oqimlarni kompaniya faoliyatining samaradorligini oshirishga yo'naltirishdan iboratdir. Moliyachi kompaniya uchun eng foydali bo'lgan dividend siyosatini belgilashi, foiz to'lovlarini to'lash borasida optimal sxemalar ishlab chiqishi, oddiy aksiyalarni so'ndirishda kompaniya kapitali qiymatini oshirish uchun uning tarkibiy tuzilmasini qayta ko'rib chiqishi lozim va shu kabi masalalar bilan shug'ullanishi kerak bo'ladi. Yangidan tashqil etilayotgan biznesda bunday global muammolar yo'q bo'lsada, tadbirkorning vazifasi ancha murakkab bo'lib, u ham bo'lsa korxonani faoliyatini moliyalashtirishga mablag'lar izlab topish va ularni jalb qilishdan iboratdir. Korporativ moliya nazariyasiga ko'ra, har qanday kompaniyaning barcha pul oqimlari uchta asosiy guruhga bo'linadi: operatsion faoliyatdan olinuvchi pul oqimlari, investitsion faoliyatdan olinuvchi pul oqimlari va moliyaviy faoliyatdan ko'riluvchi pul oqimlari. Agar biz rivojlanishning dastlabki bosqichida bo'lgan yosh innovatsion kompaniyani tahlil qiladigan bo'lsak, u holda tadbirkorning aslida hech narsasi yo'qligiga, na aktivlari va na o'z kapitali borligiga guvoh bo'lamiz. Tadbirkorning birgina narsasi bor, u ham bo'lsa, uni bozorga olib chiqish orqali pul ishlashi mumkin bo'lgan ixtirosidir. Yana shuni qo'shimcha qilishimiz mumkinki, yangidan o'z ishini boshlayotgan tadbirkorda umumiy holatda biznesni tashqil etish to'g'risida tasavvur hosil qilish imkonini beruvchi biznes-g'oya ham mavjud. Biznesni tashqil etishning dastlabki bosqichida operatsion, investitsion va moliyaviy faoliyatdan olinuvchi pul oqimlari haqida gapirishga hali ancha erta. Har qanday tadbirkor yangi innovatsion loyihani tashqillashtiruvchini -“Biznesni yaratish va rivojlantirish uchun pulni qayerdan olish kerak” - degan muhim bir savol qiynaydi.

Bu vazifa shunchaki oddiy emas, chunki ko‘p hollarda kichik va o‘rta biznes korxonalari korporatsiyalardan farqli ravishda tijorat krediti olishda jiddiy muammolarga duch keladilar, chunki kredit olish uchun quyidagilar bo‘lishi talab etiladi:

1. kredit ta‘minoti uchun aktivlar;
2. foiz to‘lovlari vaqtida normal hisob-kitob qilish imkoniyatini beruvchi operatsion faoliyatda olinuvchi pul oqimlari⁸.

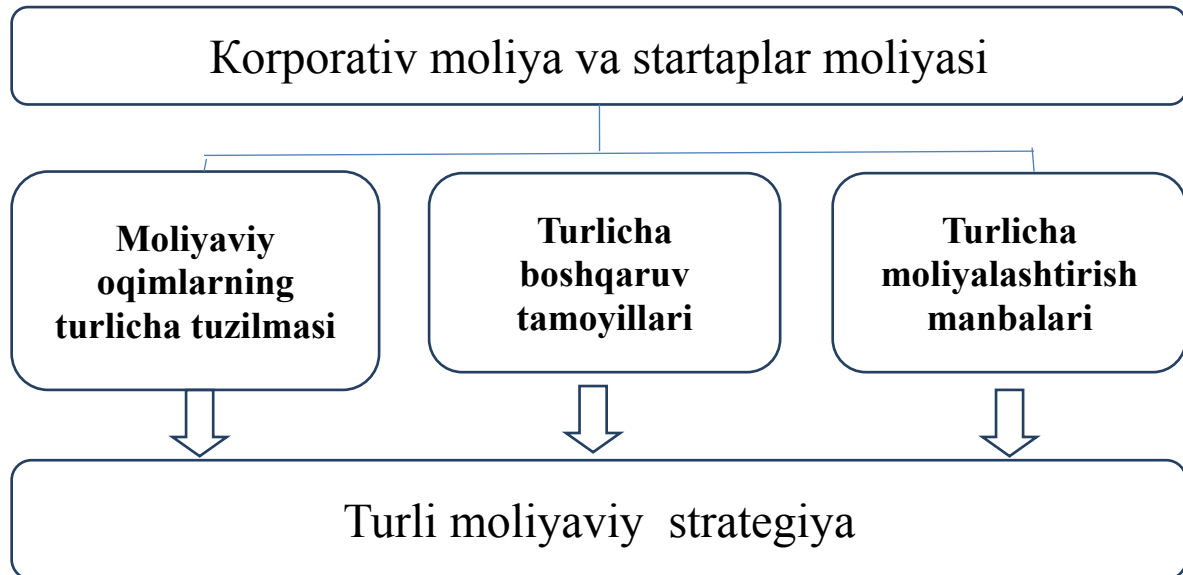
Yangi tashqil etilgan kompaniyalar aksariyat hollarda kredit ta‘minoti uchun likvid aktivlarga va yetarlicha o‘z kapitaliga ega bo‘lmaganlari holda, foiz to‘lovlarini to‘lash borasida jiddiy muammolarga duch keladilar. Demak, innovatsion startaplarning korporativ moliyadan yana bir farqi shundaki, ular ko‘pchilik holatlarda kredit mablag‘lari ololmaydilar. Bundan tashqari, yirik kompaniyalar tomonidan moliyaviy resurslarni jalb qilish uchun keng foydalanadigan klassik moliyaviy vositalardan (masalan, obligatsiyalar, tijorat veksellari, bank akseptlari va boshqalar) yangi tashqil etilayotgan korxonalar yetarlicha aktivlari mavjud emasligi bois hali foydalana olmaydilar. O‘z faoliyatini yangidan tashqil etayotgan kompaniya startapda mavjud ishlab chiqish uchun o‘z kapitali va ixtirosi mavjud bo‘lgani holda, faqat uning yordamidagina investorlarni jalb qilishi mumkin, ammo buning uchun tadbirkor kompaniya g‘oyasiga asoslangan o‘z biznes g‘oyasining istiqbolli ekanligiga investorlarni kafolatlay olishi kerak. O‘z faoliyatini noldan boshlayotgan har qanday kompaniyada moliyaviy qarorlar qabul qilish bilan faoliyatining qolgan boshqa barcha jihatlari - jamoa, personal, kadrlar, marketing, intellektual mulkni himoya qilish, huquqiy jihatlar kabilar o‘rtasida uzviy aloqa mavjud.

Startaplarning moliyasi katta kompaniyalarning moliyasidan tubdan farq qiladi (2-rasm), chunki korporatsiyalar va kichik innovatsion kompaniyalarning moliyaviy oqimlari o‘rtasida sezilarli farq mavjud. Shu bilan birga, an’anaviy tarzda urf bo‘lgan qarz moliyaviy resurslarning aksariyati qismidan (bank kreditlari va ssudalari, kompaniya obligatsiyalarini chiqarish va sotishdan olingan mablag‘lar, boshqa nobank tashqilotlarining kreditlari) yosh

⁸. Bu yerda “normal” degani operatsion faoliyatda foiz to‘lovlari vaqtida normal hisob-kitob qilish imkoniyatini beruvchi barqaror, ishonchli moliyaviy oqimlar tushuniladi

innovatsion kompaniyalar foydalana olmaydilar. Bundan tashqari, barcha hal qiluvchi ahamiyat kasb etuvchi barcha moliyaviy qarorlar, ko‘pincha maxsus moliya ta’limga yoki moliya sohasida ishlash tajribasi bo‘lmagan kompaniya muassislari jamoasi tomonidan amalga oshiriladi.

Biznes g‘oyani ishlab chiqishdan boshlab uni strategik investorlarga sotish yoki ommaviy bozorlarga olib chiqishgacha bo‘lgan barcha davrlarda, moliyaviy strategiya startapning kelgusidagi taqdirini belgilab beruvchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Kichik innovatsion kompaniyalar yoki startaplarning moliyaviy strategiyasi yirik korporatsiyalarning moliyaviy strategiyasidan ancha farq qiladi. Hayotiylik siklining har bir bosqichida moliyalashtirishning maqbul manbalarini tanlab olish, xarajatlar va daromadlar tarkibini moliyaviy rejalashtirish, kompaniyaning biznes-modelini tahlil qilishni ko‘zda tutuvchi puxta ishlab chiqilgan moliyaviy strategiya yangidan tashqil etilgan korxonaning bozorda muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatish ehtimolini oshiradi.

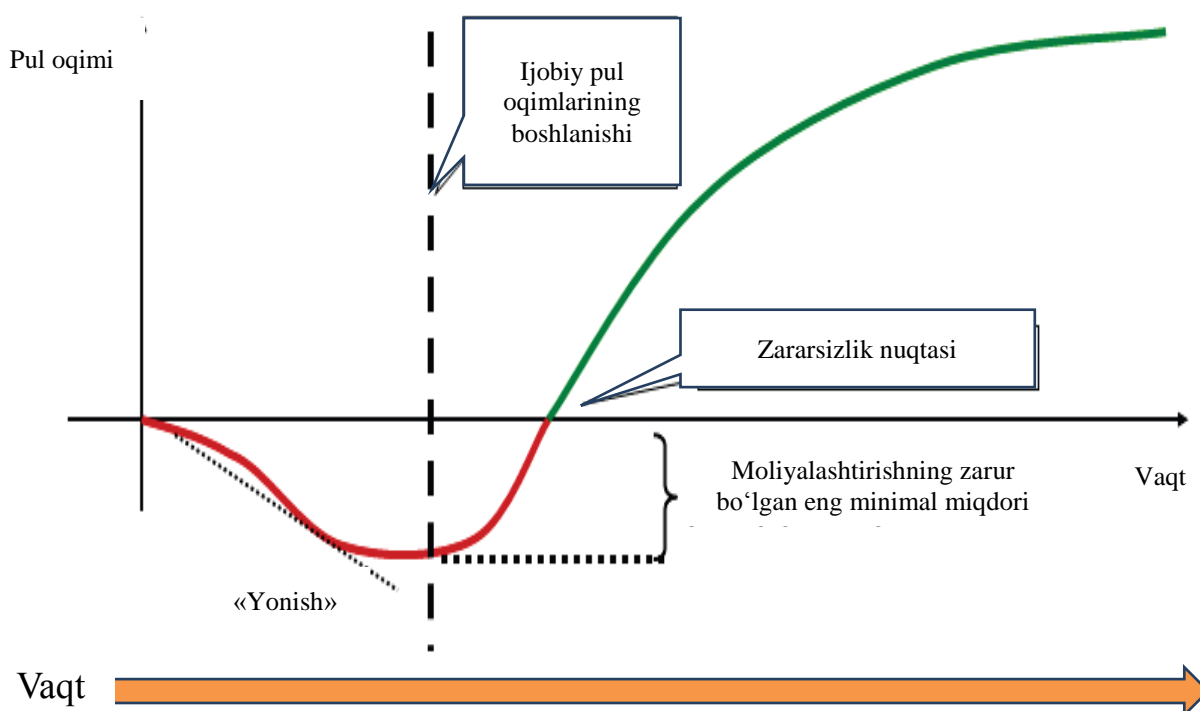


12.1-rasm.Korporativ moliya va innovatsion startap moliyasi.

Yangi kompaniyaning shakllanish va rivojlanishi jarayoni shartli ravishda bosqichlarga bo‘lingan bo‘lib, ularning har birining o‘ziga xos aniq vazifalari va ularni hal etish usullari mavjud. Hayotiylik siklining quyidagi bosqichlari mavjud:

- rivojlanishning dastlabki bosqichlari – g‘oyani ekish bosqichi va startap (Seed Stage, Startup);
- ilk bosqich (Early Stage);
- kengaytirish/ rivojlantirish bosqichi (Development, Expansion).

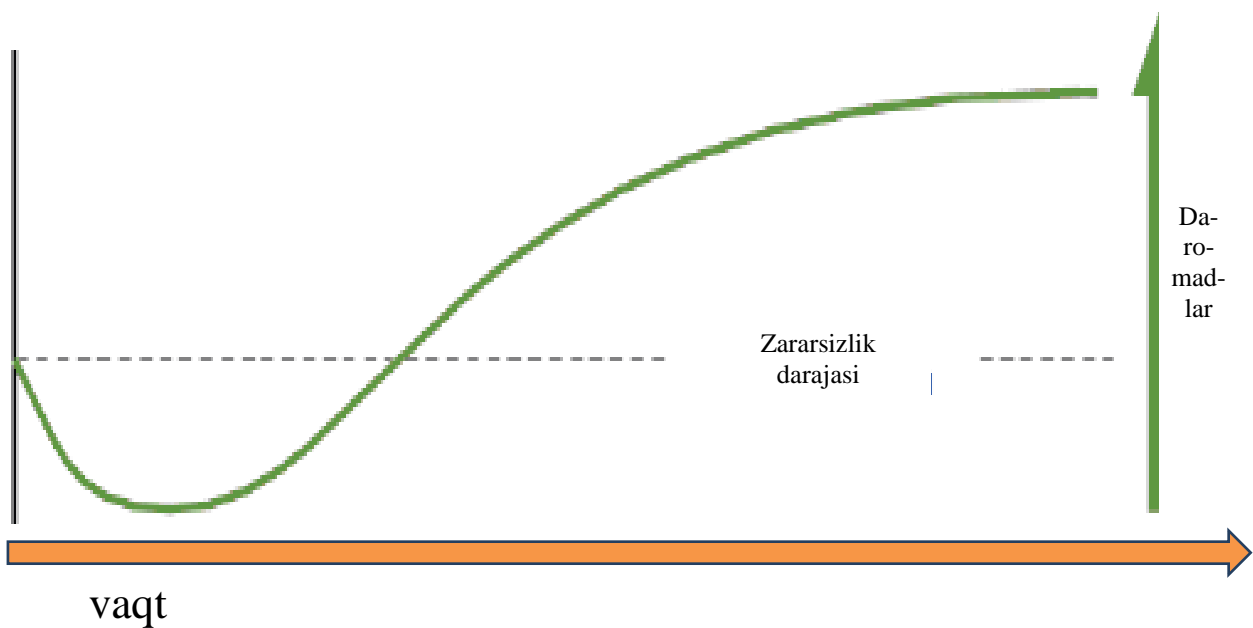
Ba‘zan loyiha/texnologiya‘ning susayish (o‘lim) bosqichi ham farqlanadi. Kompaniyaning jami (to‘plangan) pul oqimlarining belgisi va dinamikasi kompaniyaning shakllanish va rivojlanish davrlarini bosqichlarga ajratish mezonini hisoblanadi. Shu bilan birga, har bir bosqichda biznesni rivojlantirish uchun zarur moliyaviy resurslarning darajasi ham o‘zgarib boradi.



12.2-rasm. Innovatsion faoliyatni moliyalashtirish uchun zarur bo‘lgan eng minimal mablag‘ miqdorini aniqlash.

Innovatsion tadbirkorlikda moliyalashtirishning an‘anaviy usullari va manbalaridan foydalanish imkoniyatlari juda ham cheklangan, ba‘zi holatlarda esa bunday manba va usullardan foydalanishning umuman iloji yo‘q. Ertami-kechmi har qanday startap asoschisining oldida: “Zarur moliyalashtirish manbaini qayerdan topish mumkin va ularning optimal tarkibi qanday bo‘lishi kerak?”-degan savol paydo bo‘ladi. Bunda mablag‘lar kiritish borasida qarorlar qabul qilishda tadbirkorlikning rivojlanish

bosqichi va moliyaviy qaytimning noaniq istiqbollari hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. 12.3-rasmda rivojlanishning barcha bosqichlarini muvaffaqiyatli tarzda bosib oʻtgan kompaniya daromadlari oʻzgarishining odatiy modeli aks ettirilgan. Dastlab, daromadlar egri chizigʻi investitsiyalar darajasining foyda darajasidan ortiqchaligini aks ettirgan holda, keskin pasayib boradi. Soʻngra, bozorga yangi mahsulot yoki xizmatlarning kirib borishi asnosida daromadlar egri chizigʻi koʻtarilib boradi. Qachonki, kompaniya yetuklik darajasiga erishar ekan, daromadlar egri chizigʻining oʻsishi sekinlashishi mumkin. Biroq koʻpchilik kompaniyalar oʻzlarining yetuklik bosqichida ham ichki oʻsish yoxud yutib yuborish yoki birlashish dasturlari natijasida rivojlanishda davom etishlari mumkin.



12.3-rasm. Kompaniya rivojlanishining turli bosqichlarida moliyalashtirish.

Mahsulotni ishlab chiqish	Mahsulotni ishlab chiqarish	Bozorga kirib borish	Bozorni rivojlantirish	Mahsulotning etuklik bosqichi
«Ekish» Bosqichi	«Startup»	Ilk oʻsish	Kengayish bosqichi	Eng soʻnggi bosqich

Dastlabki bosqichlarni moliyalashtirish	Kapitalning kegayishi/ rivojlanish	IPOlarni xarid qilish
---	------------------------------------	-----------------------

Yosh kompaniyalar rivojlanishining dastlabki bosqichlarini moliyalashtirishga “g‘oyani ekish bosqichi” (seed stage), ishga tushirish bosqichi (start-up) va ilk o‘shish davri (Early Stage) bosqichlari kiradi. Ushbu holatda “ekish” va “startap” bosqichlari o‘rtasidagi chegara shartli hisoblanadi, chunki har ikkala bosqichda ham salbiy pul oqimiga ega bo‘lgan, o‘z faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishda tajribaga ega bo‘lgan yoki tajribasi yetarlicha bo‘lmagan yosh innovatsion kompaniyalar nazarda tutiladi. Kompaniya rivojlanishining ekish bosqichida tashqi moliyalashtirish manbalarini jalb qilishning juda qiyinligi va ba‘zan mumkin ham emasligi natijasida kompaniya tadbirkorlik subyektlarining ichki resurslari va grantlar, OO‘Yu, biznes-inkubatorlarning mablag‘lari kabi beg‘araz va tekinga olingan tashqi manbalar hisobiga kun kechiradi. Bundan tashqari, o‘z faoliyatini endigina boshlayotgan ko‘pchilik korxonalarining tashqi qarz manbalaridan foydalanmasliklari, odatda, bunday moliyalashtirish manbalarining yo‘qligi bilan emas, balki faoliyatning dastlabki bosqichlarida tadbirkorning o‘z faoliyati natijalarini boshqalar bilan bo‘lishish istagidan yiroq bo‘lgan strategiya’ni tanlashi bilan ham izohlanadi. Startap bosqichida pul oqimlarining kompaniyadan chetga chiqib ketish holatlari ham kuzatiladi. Bu mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqish va takomillashtirish bilan bog‘liq bo‘lgan va ko‘pincha operatsion faoliyatdan olinuvchi daromadlar evaziga qoplanuvchi qo‘shimcha investitsiyalarni aks ettiradi. Ushbu bosqichda tadbirkorlar jamoasi azaldan rosmiyaning faoliyat ko‘rsatayotgan korxonasi singari o‘zlarini tuta boshlaydilar va yuridik shaxs sifatida rasmiy ro‘yxatdan o‘tgan kompaniyaga aylanadilar. Ushbu davrga kelib, kompaniyaning dastlabki iste‘molchilari ma‘lum bo‘ladi, mahsulotning prototipi ustida keng qamrovli ishlar yo‘lga qo‘yiladi, kompaniya jamoasini to‘ldirish uchun qanday insonlarni jalb qilish lozimligi haqida dastlabki tasavvurlar paydo bo‘ladi. Shu bilan birgalikda, moliyalashtirish jarayonida kompaniya qiymatini

baholash, investorlar bilan bitimlarni puxta tuzish kabi birlamchi savollar paydo bo'ladi. Kerakli investitsiyalarni o'z hisobidan moliyalashtirish, ko'pincha so'nggi o'rinlarda ko'riladi, chunki innovatsion biznes odatda tegishli mablag'ga ega bo'lmagan yangidan o'z faoliyatini tashqil etayotgan korxonaga hisoblanadi. Boshlang'ich sarmoya yoki ustav kapitali investitsiyalarni moliyalashtirishning asosiy manbai bo'la olmaydi, chunki u doimo bir me'yorda saqlanib turishi lozim, aks holda etarlicha ustav kapitaliga ega bo'lmagan korxonaga tugatilishi tabiiy holdir. Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, moliyalashtirishning birinchi navbatdagi manbalari - birlamchi institutsional investorlar – innovatsion loyihalarning ilk bosqichlarini moliyalashtiruvchi venchur fondlari, biznes-farishtalar hisoblanadi. Shuningdek, universitetlar, biznes inkubatorlar, texnoparklar kabi moliyalashtirish manbalari ham katta ahamiyatga ega. Venchur fondlari yoki strategik investorlar kabi institutsional investorlarning mablag'larini osongina jalb qilish imkoniyatiga ega bo'lgan tajribali tadbirkorlardan farqli o'laroq, kompaniyani tashqil etishning dastlabki bosqichlaridayoq, yangi tadbirkor o'z mablag'larini sarf qilishga, o'z yaqinlari va biznes-farishtalar orasidan investorlarni izlab topishga, shuningdek, davlat grantlari va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlariga umid qilishiga to'g'ri keladi. Ilk o'sish (Early Stage) bosqichiga kelib, kompaniya mahsulot sotishdan daromad o'la boshlaydi. Ushbu daromadlar hali unchalik ham katta bo'lmasada, kompaniyaning investitsion faoliyati bilan bog'liq bo'lgan pul oqimlari xarajatlarini qoplash imkonini beradi va buning natijasida pul oqimlarining yakuniy qiymati ijobiy ko'rsatkichga ega bo'ladi. Ushbu bosqichda innovatsion mahsulot va xizmatlar bozorining hajmi, ma'lum bir yildan so'ng loyihadan chiqish imkoniyati, inson omili va barqaror raqobat afzalliklari kabi masalalar birinchi o'ringa chiqadi. Kompaniyaga katta miqdordagi moliyaviy investitsiyalar talab etiladi, bularning barchasi eng avvalo venchur fondlari, investitsiya fondlari va turli xil strategik sherikchilik hisobiga ta'min etiladi. Strategik sherikchilik turli xil shakllarda amalga oshirilishi mumkin. Bu istiqbolli texnologiyaga ega bo'lgan startap kompaniyalarning ulushini katta kompaniyalar tomonidan sotib olinishi yoki yirik

kompaniyaning mablag'laridan birgalikda innovatsion mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqishda foydalanish bo'lishi mumkin. Rivojlanishning keyingi kengayish bosqichida kompaniya bozorda o'z pozitsiyasini mustahkamlaydi va sotuv hajmlarining ortib borishi natijasida sezilarli ijobiy pul oqimlari shakllanadi. Shu bilan birga, operatsion faoliyatdan olinuvchi mablag'lar odatda, investitsion va moliya-viy faoliyat bilan bog'liq pul oqimlarini qoplashga to'laligicha etadi. Kompaniyaning yangi bozorlarga kirishga imkon beradigan keyingi strategik kengayishi katta investitsiyalarni talab qiladi va natijada korxonalar venchur biznesining yirik ishtirokchilariga - strategik hamkorlarga, venchur fondlariga va to'g'ridan-to'g'ri investitsiya fondlariga qiziqish bildirib boshlaydilar. Bunda, moliyaviy resurslarning hajmi va ularning kapital bozoridagi mavqei katta miqyosdagi yangi yirik loyihalarni amalga oshirish imkonini beradi. Yangidan o'z faoliyatini boshlayotgan korxonalar texnologiyasi katta kompaniya uchun yangi mahsulot yaratishga, yangi sotish bozorlarining ochilishiga yoki xarajatlarni sezilarli darajada qisqartirishga imkon berganida katta kompaniyalar yangidan faoliyat boshlayotgan innovatsion kompaniyalar bilan hamkorlik qilishga qiziqish bildiradilar.

Har bir investorning yakuniy maqsadi – bu foyda olishdir. Innovatsion kompaniya biznesni yo'lga qo'yish va ilk o'sishni ta'minlash muammolarini hal qila boshlagach, rentabellik ko'rsatkichlari va bozor qiymati ko'rsatkichlari asta-sekin o'sib boradi. Buning natijasida investor kompaniyaga kiritilgan mablag'larni nafaqat qaytarib olish, balki muayyan darajadagi foyda olish imkonini beruvchi shart-sharoitlar tarkib topadi. Kompaniyaning barqaror iqtisodiy o'sish fazasida tadbirkorga investorsiz o'zi mustaqil tarzda qarorlar qabul qilish imkonini beruvchi va investorga loyihadan foyda bilan chiqishni ta'min etuvchi, venchurli investorlarga ma'lum bir foyda bilan sarflangan barcha mablag'larni qaytarib olishga imkon beruvchi iqtisodiy natijalarga erishish lozim.

Shunday qilib, barqaror o'sish va kengayishning yakuniy bosqichi bo'lib, bu investitsiyalardan chiqish fazasiga tayyorgarlik ko'rish hisoblanadi. Ushbu bosqichda kompaniya foyda yoki zararni qayd etish maqsadida investorning kompaniyadagi ulushini sotishni

ko'zda tutuvchi loyihadan chiqishni istiqbolli rejalashtirishga o'tishi va uzoq muddatli korporativ strategiya'ni ishlab chiqishi lozim. Investorning kompaniyadan chiqishining: to'g'ridan-to'g'ri sotish; ommaviy oferta (shu jumladan, IPO) orqali sotish; hisobdan chiqarish; imtiyozli aksiyalar/ qarzlarni to'lab berish; boshqa venchur kapitali egasiga sotish; moliya muassasasini sotish kabi usullari mavjud.

Shunday qilib, innovatsion kompaniyalar rivojlanishining dastlabki va keyingi bosqichlarida moliyalashtirish manbalari o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, ular an'anaviy kompaniyalar tomonidan foydalaniluvchi moliyalashtirishning o'xshash manbalaridan sezilarli darajada farq qilishi mumkin. Innovatsion faoliyatni moliyalashtirishning mumkin bo'lgan manbalarini o'sib borish tartibida joylashtiramiz: 1) shaxsiy jamg'armalar (ya'ni F- Family, Friends, Fools); 2) grantlar, OTMlarining mablag'lari; 3) biznes-inkubatorlarning mablag'lari; 4) tadbirkorlar o'rtasida o'tkaziluvchi innovatsion loyihalarning tanlovlarning mablag'lari; 5) biznes-farishtalar; 6) investitsiya fondlari mablag'lari; 7) venchur fondlari; 8) strategik sheriklik; 9) fond bozorlari va banklar.

2. Rivojlanishning dastlabki bosqichlarida innovatsion faoliyatni moliyalashtirish manbalari

Innovatsion kompaniyalar rivojlanishining boshlang'ich va ilk bosqichlarida (seed stage, start-up, early stage) moliyalashtirishning asosiy manbalari o'rtasida o'z-o'zini moliyalashtirish, grantlar, oliy o'quv yurtlari va texnoparklarning mablag'lari, shuningdek, investitsion fondlar va biznes-farishtalarning mablag'lari kabilarni ajratib ko'rsatishimiz mumkin.

Fuqarolarning shaxsiy jamg'armalari – bu venchur kapitalni jalb qilmasdan va bank qarzlaridan foydalanmasdan turib, kichik innovatsion firmalarni moliyalashtirish manbai hisoblanadi. Fuqarolarning shaxsiy jamg'armalari tadbirkorlarga ko'pgina afzalliklarni taqdim etgani holda, mazkur moliyalashtirish usuli firmani tijorat faoliyati bilan shug'ullanishga va uni tashqi investorlar tomonidan rivojlanishning keyingi bosqichlarida moliyalashtirishga zamin yaratib beradi. Buning natijasida firma moliyalashtirishning

tanqisligini yengib o‘tadi va loyihaning tashqi investorlarning tanlov mezonlariga javob beradigan bosqichga chiqa oladi.

Qarindoshlar va do‘stlar ma’lum bir talablar asosida qarz beruvchi investorlardan farqli ravishda qarzni aksiyaga o‘tkazishga davogar sifatida ularni o‘rta muddatli kredit mablag‘lari sifatida taqdim etishlari mumkin. Bu holda, tadbirkorning qobiliyatini yuqori baholagan tanishlardan hech bir garov ta’minotisiz pul mablag‘larini olish osonroq kechadi. Biroq, ushbu manbadan foydalanilganda ba’zi bir noxush holatlar ham kuzatiladi. Xususan, pul mablag‘larini vaqtincha foydalanishga berib turgan insonlar biznes yuritish jarayonlariga aralasha boshlaydilar, asosli yoki asossiz maslahatlar bera boshlaydilar. 12.1-jadvalda ushbu moliyalashtirish manbasining afzalliklari va kamchiliklari umumlashtirilgan holda ifoda ettirilgan.

Oliy o‘quv yurtlari, ilmiy parklar, biznes-inkubatorlar, texnologiyalar transferi markazlarining mablag‘lari va grantlari kompaniya rivojlanishining dastlabki bosqichlarida shaxsiy jamg‘armalardan so‘ng o‘zining jozibadorligi bo‘yicha (moliyalashtirish hajmi va kapital qiymati) ikkinchi o‘rinda turadi.

Grantlar-bu belgilangan muddatlarda muayyan aniq maqsadlarga erishilishini ta’minlash uchun qaytarilmaslik sharti bilan ajratiluvchi mablag‘lardir. Grantlar quyidagi talablarga javob bersa, amaldagi qonunchilikka ko‘ra, ular soliqqa tortilmaydilar:

3F (Family, Friends, Fools) hisobiga moliyalashtirish strategiyasi

12.1-jadval

Kamchiliklar	Afzalliklar
Moliyaviy resurslarning uncha katta bo‘lmagan hajmi	Dastlabki qaltis kapitalga ega bo‘lishning ehtimollik darajasi yuqori bo‘lgan manbai
Ushbu moliyalashtirish manbaidan kompaniya rivojlanishining keyingi bosqichlarida amalda foydalanib bo‘lmaydi	Kompaniyani tijorat faoliyatiga o‘tkazish va uni tashqi investorlar tomonidan moliyalashtirilishi uchun shart-sharoitlar yaratish borasida eng ma’qul

	keluvchi strategiya
Bo'lg'usi iste'molchilarning bo'nak to'lovlariga va ichki daromadlar (shaxsiy jamg'armalar, kredit kartalari, do'stlar va qarindoshlarning mablag'lari, mulk garovi ostidagi kreditlar va personal bank kreditlari)ga bog'liqlik darajasining kuchliligi	Kompaniya moliyalashtirish borasidagi tanqislikni bartaraf etgani holda, loyihani tashqi investorlarning investitsiyalash borasida qo'yayotgan talablari darajasigacha chiqib olishi mumkin

12.1-jadvalning davomi

Oilaviy nizolarning kelib chiqish xavfining mavjudligi	Pul har qachongidan ham qadrlil bo'lgan bir sharoitda tadbirkor kompaniyadagi ulushlarni hech kim bilan bo'lisha olmaydi
Qarindosh-urug'lar va tanish-bilishlar biznesni yuritish borasida asosli yoki asossiz tavsiyalar berar ekanlar tadbirkorda noqulaylik holati paydo bo'ladi	Kompaniya aksiyalarining katta qismiga egalik qilish imkonini beradi, kompaniyaning etuklik davriga kelib ilgari ulush qo'shganlar kapitali umumiy kapitalga aralashib ketadi.
Mablag'larni qaytarib olish muddatining uzoqligi: qariyb 5-10-yil davomida	Hech bir ta'minotsiz va qo'shimcha tushuntirishlarsiz tadbirkorning qobiliyatlariga ishongan qarindosh-urug'lar va tanish-bilishlardan mablag' olishning osonligi

1) agar ular beg'araz va qaytib bermaslik asosida taqdim etilgan bo'lsa;

2) ular Hukumat tomonidan tasdiqlangan ro'yxatga kiritilgan shaxslar yoki notijorat tashqilotlari tomonidan taqdim etilgan bo'lsa;

3) ta'lim, san'at, madaniyat, atrof-muhitni muhofaza qilish, ilmiy tadqiqotlar sohasida muayyan davlat dasturlarni hal etish uchun berilgan bo'lsa;

4) grant beruvchi tashqilotlar o'z mablag'larini sarflash uchun muayyan shartlarni belgilaydi va pul sarflashning mohiyati va maqsadini tasdiqlovchi hisobotni talab qiladilar.

Grantlar ko'pincha xalqaro tashqilotlar, xususan, BMT, Yevropa Ittifoqi komissiyasi, Yevroosiyo fondi (AQSH), USAID (AQSH) kabilar tomonidan ajratiladi. Innovatsion loyihalarni grant mablag'lari asosida moliyalashtirishning ustunliklari va kamchiliklari quyidagi 12.2-jadvalda aks ettirilgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-maydagi "Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha choratadbirlar to'g'ri-sida"gi Qarorida: "O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi ustuvor innovatsion, ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik, "startap" loyihalarini o'z xarajatlarini o'zi qoplash asosida moliyalashtirish uchun 2018-yilda Innovatsion rivojlanish va novatorlik g'oyalarini qo'llab-quvvatlash jamg'armasiga 50 milliard so'm miqdorida budget mablag'larini ajratish hamda mablag'larni o'zlashtirish natijalari bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligining asoslantirilgan takliflariga ko'ra, Jamg'arma mablag'larini shakllantirishning qo'shimcha manbalari yuzasidan takliflar kiritidi.

Biznes farishtalar – bu hech qanday garov ta'minotisiz, yuqori o'sish imkoniyatiga ega bo'lgan kompaniyalarni shaxsiy mablag'lari hisobidan moliyalashtiradigan badavlat kishilardir.

Grantlar, oliy ta'lim muassasalarining mablag'lari hisobiga moliyalashtirish strategiyasi

12.2-jadval

Kamchiliklar	Afzalliklar
Mavjud moliyaviy resurslar-ning uncha katta bo'lmagan hajmi	Shaxsiy jamg'armalardan keyingi qaltis kapitalning ehtimollik darajasi yuqori bo'lgan manbai
Vaqtinchalik xarajatlar: OTM, ilmiy parklar, texnologiyalar transferi markazlari, biznes-	Tuzilmalarning hududida joylashgan kompaniyalar, xuddi shunday tuzilmalarning tashqarisida joylashgan kompaniyalarga nisbatan

inkubatorlarda innovatsion startaplarni qo‘llab-quvvatlash dasturlarini doimimiy monitoring qilish	biror bir buyurtmalar qabul qilish borasida katta imkoniyatlarga ega.
Mazkur manbalardan kompaniya rivojlanishining keyingi bosqichlarida foydalanish amalda deyarli mumkin emas	Nomoliyaviy qo‘llab-quvvatlash: binolar, inshootlar, kommunikatsiya tarmoqlarini imtiyozli shartlar asosida ijaraga yoki foydalanish uchun mutlaq tekinga berish
Bo‘lg‘usi iste‘molchilarning bo‘nak to‘lovlariga bog‘liqlik	Innovatsion mahsulot yoki xizmatlarning potensial iste‘molchilari, innovatsion faoliyatni moliyalashtirish manbalari, hamkorlarni

12.2-jadvalning davomi

	izlab topishda ma‘muriyatning imkoniyatlari va aloqalaridan foydalanish
Tuzilmalarning hududida joylashishdan avval, kompaniyalar faoliyati innovatsion faoliyat bilan bog‘liq bo‘lgan turli olimlar, menejerlardan iborat bo‘lgan qattiqqo‘l hakamlar hay‘ati oldida o‘z loyihalarini himoya qilishlari talab etiladi.	Buxgalteriya va moliyaviy hisobotlarni yuritish kabi biznesni muvaffaqiyatli yuritish uchun zarur bo‘lgan xizmatlarni tekinga yoki imtiyozli shartlar asosida taqdim etish Oliy ta‘lim muassasi xodimlari bilan birgalikda yaratilgan nou-xaular, ilmiy ishlanmalardan foydalanish borasida intellektual mulk bilan bog‘liq bo‘lgan masalalarni hal etishda ko‘maklashish

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish bo‘yicha vakili institutini ta‘sis etish to‘g‘risida”gi⁹[10] 2017-yil 5-maydagi

⁹O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish bo‘yicha vakili institutini ta‘sis etish to‘g‘risida”gi⁹ 2017-yil 5-mayda farmoni.

farmoniga ko'ra O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish bo'yicha vakili instituti (keyingi o'rinlarda Tadbirkorlarning huquqlarini himoya qilish bo'yicha vakil deb yuritiladi) ta'sis etildi.

O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda Tiklanish va taraqqiyot jamg'armasining tashqil etilgani chet el investitsiyalarini jalb etishda ko'p jihatdan muhim ahamiyat kasb etmoqda. Jamg'armaning asosiy vazifasi iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlari va yo'l-kommunikatsiya sohasidagi strategik muhim investitsiya loyihalarini xorijiy sheriklar bilan hamkorlikda moliyalashda faol ishtirok etishdan iborat.

O'zbekistonda "biznes farishtalar"ning innovatsion loyihalarni moliyalashtirish amaliyoti deyarli mavjud emas, buning uchun vaziyat allaqachon pishib etilgan bo'lsada, tashqiliy-huquqiy baza to'laonli ishlab chiqilmaganligi bois, bu soha bugungi kunda oqsayapti.

"Biznes-farishtalar"ni shartli ravishda uch guruhga bo'lishimiz mumkin:

1. Ilm-fan yoki texnologik biznesda ishlash tajribasiga ega bo'lgan, biznesga nafaqat pul, balki o'zining tajribasi, bilimi, biznes-aloqalarini ham sarmoya sifatida kirituvchilar, bu loyihaning muvaffaqiyatga erishish imkoniyatlarini sezilarli darajada oshiradi;

2. Yirik korporatsiyalar yoki biznes guruhlarning manfaatlarini ifodalovchilar. Loyihaning muvaffaqiyatli chiqishi sharoitida ular o'zlari vakillik qilayotgan kompaniyaning biznesi bilan o'rtoqlashadilar;

3. O'z faoliyatini endigina boshlayotgan biznes farishtalari. Ular bu borada "o'tmish"ga va tajribaga ega bo'lmasalarda, rivojlanish borasida katta salohiyatga egalar.

3. Innovatsion loyihalarni moliyalashtirish tizimi, davlat grantlari, fundamental, amaliy va innovatsion loyihalar

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi «O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligini tashqil etish to‘g‘risida»gi PF-5264-son Farmoniga muvofiq Innovatsion rivojlanish vazirligi tashqil etilgan. Mazkur farmon va O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 30-noyabrdagi «O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi faoliyatini tashqil etish to‘g‘risida»gi PQ-3416-son Qaroriga binoan vazirlik O‘zbekiston Respublikasini innovatsion va ilmiy-texnik rivojlantirish sohasida jamiyat va davlat hayotini har tomonlama rivojlantirish hamda mamlakatning intellektual va texnologik salohiyatini oshirishga qaratilgan yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi davlat boshqaruvi organi hisoblanadi. Ushbu qaror bilan tasdiqlangan «O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi to‘g‘risida»gi nizom asosida innovatsion rivojlanish taraqqiyotining ustuvor yo‘nalishlari, fan sohalari va tarmoqlari bo‘yicha vazirlik huzurida 16 ta Ilmiy-texnik kengash tashqil etilgan. Har bir Ilmiy-texnik kengash tarkibida tor doiradagi soha mutaxassislari va olimlardan iborat ekspert guruhlari faoliyat yuritadi.

Ilmiy-texnik kengash har bir fan yo‘nalishi bo‘yicha vazirlikning ilmiy-texnik siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirishga ko‘maklashadigan, davlat ilmiy-texnik dasturlari doirasida bajariladigan ilmiy-texnik loyihalarni baholash, ekspertiza qilish va monitoringdan o‘tkazish bilan bog‘liq ishlarni amalga oshiradigan, tegishli fan sohasining yetakchi olimlari va mutaxassislaridan iborat jamoatchilik asosida faoliyat yuritadigan ilmiy-texnik jamoa hisoblanadi.

Ekspert guruhlar esa tegishli fan sohalari va yo‘nalishlari bo‘yicha taqdim etilgan ilmiy-texnik loyihalar, ilmiy-texnik va innovatsion faoliyat bilan bog‘liq hujjatlarni ekspertizadan o‘tkazish uchun olim va mutaxassislardan iborat ilmiy-texnik guruhlar hisoblanadi. Ular tarkibi Ilmiy-texnik kengashlar tomonidan shakllantiriladi. Shuningdek, vazirlik huzuridagi «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi» Davlat unitar korxonasi tomonidan «Ilm-fan va innovatsion rivojlanish» hamda «XXI asr texnologiyalari» nomli ikkita ilmiy jurnal nashr etilmoqda. Mazkur jurnallarda chop etiladigan maqolalar ham aynan Ilmiy-texnik

kengash a'zolari xulosalariga binoan nashrga tavsiya etiladi. «Ilm-fan va innovatsion rivojlanish» jurnalidagi maqolalarning ilmiy salohiyatidan kelib chiqib, bugungi kunda jurnalni Oliy Attestatsiya komissiyasi tomonidan e'tirof etilgan jurnallar ro'yxatiga kiritish rejalashtirilgan.

Fundamental tadqiqot dasturlari – tabiiy, texnikaviy va ijtimoiy-gumanitar fanlar sohasida yangi bilimlar olish va qonuniyatlarni ochish, shuningdek, amaliy tadqiqot va ishlanmalarni rivojlantirishning ilmiy asosini yaratishga qaratilgan bo'lib, besh-yilgacha muddatga ishlab chiqiladi.

Amaliy tadqiqot dasturlari – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining ustuvor yo'nalishlardagi dolzarb ilmiy-texnikaviy muammolarini yechishga qaratilgan muhim vazifalarni samarali hal etishni ta'minlovchi, resurs imkoniyatlari, bajarilish muddatlari hamda kutiladigan natijalari belgilangan ilmiy tadqiqot va texnologik ishlanma dasturlari majmuasi bo'lib, uch yilgacha muddatga ishlab chiqiladi.

Fundamental va amaliy tadqiqot ilmiy-texnika dasturlari davlat buyurtmasi asosida bajariladigan, mablag' bilan ta'minlangan, ilmiy-texnikaviy yo'nalishlari, ijrochi tashqilotlari, rahbarlari belgilangan ilmiy loyihalar to'plami hisoblanadi. Ilmiy loyiha esa fundamental va amaliy tadqiqotlar mavzusi, maqsadi, vazifalari hamda tadqiqotdan kutiladigan natijalari belgilangan ilmiy ishdir. Innovatsion rivojlanish vazirligi Davlat ilmiy-texnik dasturlari doirasida bajarilishi 2019-2021-yillarga mo'ljallangan amaliy va dolzarb tematik tadqiqotlar hamda innovatsion ishlanmalar bo'yicha tanlovlarini xorijiy tajribalarni e'tiborga olgan holda davriy ravishda bosqichma-bosqich shakllantirib, e'lon qilishni yo'lga qo'ydi.

Tanlov topshiriqlari O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmon va qarorlari, Prezidentning respublika hududlariga tashrifi, ma'ruza va nutqlarida belgilangan vazifalar, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari va yig'ilish bayonnomalari topshiriqlari hamda davlat, xo'jalik boshqaruvi organlari va mahalliy hokimiyat organlari taklif va tavsiyalaridan kelib chiqib, respublika iqtisodiyoti tarmoq va sohalarini innovatsion rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari va vazifalari asosida shakllantirilganini alohida ta'kidlash joiz.

Davlat ilmiy-texnik dasturlari doirasida hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning bajarilishi 2019-2021-yillarga mo'ljallangan amaliy ilmiy-texnik loyihalar va innovatsion ishlanmalar tanlovi ham tashqil qilindi. Mazkur tanlovlar haqidagi batafsil ma'lumotni vazirlikning rasmiy veb-saytidan (<http://mininnovation.uz>) olish mumkin. Asosiy tanlovlardan yana biri bu – O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 5-maydagi «Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha choratadbirlar to'g'risida»gi PQ-3698-son Qarori ijrosini ta'minlash maqsadida o'z xarajatlarini o'zi qoplash asosida moliyalashtirish uchun ustuvor innovatsion, ilmiy tadqiqot, tajriba konstruktorlik va «startap» loyihalari tanlovidir.

Taqdim etilgan loyihalar tanlov talablariga qat'iy rioya qilinganligi, loyiha materiallarining ishonchliligi va haqqoniyligi, ko'chirmachilikka (plagiat) yo'l qo'yilmaganligi bo'yicha dastlabki texnik ekspertizadan o'tkaziladi. Yana bir muhim jihat - davlat ilmiy-texnika dasturlari doirasida bajarilgan ilmiy-texnik tadqiqotlar natijalari ular yakunlanganidan so'ng to'liq tijoratlantirilishi shartligi belgilab qo'yildi. Taqdim etiladigan loyihalar tashqilot ilmiy (ilmiy-texnik) kengashlari tomonidan loyiha mavzusi, uning bajarilishi va undan kutilayotgan natijalar O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining tarmoq va sohalarini rivojlantirish uchun zarurligi nuqtayi nazaridan atroflicha muhokama qilinishi va tavsiya etilganligi haqida qaror qabul qilinishi talab etiladi.

Taqdim etilgan loyihalardagi ma'lumotlarning haqiqiyliги va ishonchliligi hamda tanlov g'oliblari tomonidan ilmiy-texnik loyihalarning natijadorligi, tijoratlantirish darajasi, tanlov dasturlari vazifalarida belgilangan, kutilayotgan natijalarning to'la va o'z vaqtida sifatli bajarilishiga ilmiy loyiha rahbarlari, ilmiy loyihani bajaruvchi tashqilot rahbarlari va tegishli yuqori tashqilotlar mas'ul xodimlari javobgar hisoblanadi. Tanlovning dastlabki bosqichlarida tanlovga bitta loyiha kelib tushgan taqdirda tanlov o'tkazilmasligi belgilab qo'yilgan. Endilikda esa loyiha mavzusining dolzarbligini, uning ilmiy salohiyati, loyihadan kutilayotgan natijaning muhimligi va tijoratlantirilishiga asos borligini e'tiborga olib, ekspertiza jarayoniga beriladi va loyiha ilmiy rahbari bilan vazir, tegishli fan

yoʻnalishi boʻyicha ilmiy-texnik kengash raisi, ilmiy kotibi, tatbiq etiladigan soha, tarmoq vakili ishtirokida muzokaralar olib boriladi, natijalari boʻyicha tegishli qaror qabul qilinadi. Loyiha ijobiy xulosaga ega boʻlgan taqdirda uni moliyalashtirish tavsiya etiladi.

Bu mamlakatimiz olimlarining tadqiqotlarini xalqaro miqyosga olib chiqishga undashi bilan ahamiyatli. Ilmiy loyihani taqdim etishning majburiy shartlarida loyiha rahbari tomonidan ilmiy jamoaning majburiyatlari ham belgilab qoʻyilgan. Unda oʻzining ilmiy izlanishlari natijalarini Oʻzbekiston Respublikasi qonunchiligiga muvofiq, jamiyatning noyob mulkiga aylantirish, ularni «Fan tarmogʻi» (Web of Science Core Collection) yoki Scopus maʼlumotlar bazasi roʻyxatidagi, resenziyalanadigan mahalliy va xorijiy ilmiy nashrlarda chop etilishi kerak. Loyihani amaliyotga tatbiq etish jarayonida resenziyalanadigan mahalliy «Fan tarmogʻi» yoki «Skopus» maʼlumotlar bazasida indekslangan hamda boshqa xorijiy ilmiy nashrlarda chop etilishi talab etiladi. Shuningdek, respublikaning turli hududlaridagi muassasalar bilan oʻzaro integratsiyani taʼminlash, u yerdagi ilmiy tadqiqot muassasalari va oliy oʻquv yurtlarida faoliyat koʻrsatayotgan 40 yoshgacha boʻlgan yosh olimlar va tadqiqotchilarni qoʻllab-quvvatlash maqsadida «Akademik harakatchanlik» yoʻnalishida malaka va tajribasini oshirish uchun kamida bir nafar yosh olim yoki tadqiqotchi loyihani bajaruvchi jamoa tarkibiga kiritilishi kerakligi belgilandi.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi «Oʻzbekiston Respublikasi innovatsion rivojlanish vazirligini tashqil etish toʻgʻrisida»gi PF-5264-sonli Farmoniga muvofiq, Oʻzbekiston Respublikasi innovatsion rivojlanish vazirligiga mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda ilmiy tadqiqot ishlari natijalaridan foydalanishning tizimli monitoringini olib borish vazifasi topshirilgan. Ayni paytda 1700 dan ortiq fundamental, ilmiy-amaliy tadqiqot loyihalari, innovatsion ishlanmalar, yosh olimlarning fundamental va ilmiy-amaliy tadqiqot loyihalari bajarilmoqda. Bundan tashqari, 2018-yildan faoliyat boshlagan qoʻshma chet el grant loyihalari ham mavjud.

Monitoring oʻtkazilishidan oldin loyiha bajarilayotgan tashqilotlarga savolnomalar taqdim etildi. Savolnomada loyiha

ijrochilarining ishchi dasturlari, ularning loyihada koʻzda tutilgan ilmiy tadqiqot ishlari va loyiha kalendar rejasiga mosligi, loyiha boʻyicha olingan muhim ilmiy natijalar va ularning iqtisodiyot tarmoqlarida joriy etilishi istiqbollari, nashr etilgan monografiyalar, darsliklar, oʻquv qoʻllanmalar, ilmiy maqolalar va patentlar taqdim etilishi koʻrsatilgan. Shuningdek, loyiha bajarilishi jarayonidagi kamchiliklar, loyihaning olib borilishiga xalaqit berayotgan sabab va muammolar, loyiha bajarilayotgan ilmiy laboratoriya va moddiy-texnik bazasining ahvoli, qoʻshimcha zamonaviy ilmiy asbob-uskunalar, zarur sarflanuvchi materiallar va butlovchi qismlar bilan taʼminlash boʻyicha qanday ishlar amalga oshirilishi haqida maʼlumotlar soʻralgan. Monitoring jarayonida ilgʻor ilmiy tadqiqotlar va izlanishlarni olib borish uchun yangi tipdagi hamda zamonaviy yuqori texnologik asbob-uskunalar bilan jihozlangan ilmiy laboratoriyalar tashqil etish boʻyicha takliflar, ilmiy va texnologik asbob-uskunalarda ishlashni oʻrganishlari uchun yetakchi xorijiy ilmiy markazlarga qisqa muddatli ilmiy stajirovkalarga yuborish uchun yosh olimlardan nomzodlar berilishi, loyiha natijalari bilan innovatsion yarmarkalarda ishtirok etish, tuzilgan shartnomalar va ularning ijrosi, ish bajarilayotgan tashqilot tomonidan loyihaning bajarilishi uchun zarur sharoitlar yaratilganligi kabi masalalar batafsil koʻrsatilishi belgilangan.

4. Venchur fondlarining tashqil etilishi. Innovatsion loyihalarni moliyalashtirishning xorij tajribasi

Jahon amaliyotida innovatsion loyihalarni va korxonalarni moliyalashtirish usuli, oʻz xususiyatlariga va infratuzilmasiga ega boʻlgan venchur kapitali bozori yaratilgan. Aynan venchur kapitali gʻarb mamlakatlarida innovatsion loyihalarni investitsiyalash jarayonidagi, ichki manbalar chegaralangan vaziyatda va boshqa tashqi manbalar qoʻllash imkoniyati yoʻqligida, ilmiy yangiliklarni moliyaviy negizi boʻlib xizmat qildi. Venchur kapitali yoki venchurli moliyalashtirish atamaları inglizcha “venture” soʻzidan olingan boʻlib “yuqori riskli yangi korxonalar, faoliyat turi” maʼnosini anglatadi (4). Venchurli korxonalar deb kichik 3-5ta yuqori malakali mutaxassislardan (olimlar, kashfiyotchilar va menejerlardan) iborat

ilmiy-izlanish korxonasi tushuniladi. Venchurli investor sifatida ushbu kichik venchur korxonasini aksiyadorlik kapitaliga (aksiyalarni sotib olish yoʻli bilan yoki investitsion kredit berish orqali) oʻz investitsiyalarini uzoq muddatga, kelajakda yuqori daromad olish maqsadida kiritadigan investorlar tushuniladi. Ular maxsus venchur fondlari, yirik korporatsiyalar, banklar yoki oʻz jamgʻarmalariga ega boʻlgan jismoniy shaxslar ham boʻlishi mumkin. Venchur loyihalari asosan yuqori texnologik tarmoqlarni rivojlantirishga qaratilgan boʻlib (kompyuter texnologiyalari, telekommunikatsiya va aloqa sohalari, bio- va nanotexnologiyalar, energetika, farmasevtika va boshqa tarmoqlar) yangi texnologiyalarni, innovatsion loyihalarni joriy etish faoliyati sifatida ham talqin etiladi. Mamlakatimiz iqtisodchi-olimlari venchurli moliyalashtirishga quyidagicha taʼrif berib oʻtgan Venchurli moliyalashtirish – bu moliyalashtirishning shunday turiki, bunda venchur kapitali egalari va kompaniya egalari yuqori riskli (xatarli) va yuqori daromadli loyihalarni amalga oshirish boʻyicha hamkorlik qiladilar. Bu holatda loyihaning xatari tashqi holat (boshqaruvning yaxshi yoʻlga qoʻyilmaganligi, bozor infratuzilmasining rivojlanmaganligi kabilar) bilan emas, balki yangi texnologiyaʼning rejalashtirilayotgan mahsulotni ishlab chiqara olish qobiliyati va bozorda bu mahsulotni tan olinishi bilan bogʻliq boʻladi. Shunday qilib, venchurli moliyalashtirish aksiyalarga egalik qilish shaklida yoki investitsion kredit berish orqali innovatsion loyihani investitsiyalab, maʼlum korxonani moliyaviy qoʻllab-quvvatlashda, boshqa manbalardan foydalanish mumkin boʻlmagan sharoitda innovatsiyalarga hayotiylik baxsh etadigan moliyalashtirish usulidir. Venchurli investor oʻz mablagʻlarini fond birjasida aksiyalari erkin savdoda boʻlgan korxonalarga emas, balki barcha aksiyalar maʼlum yuridik va jismoniy shaxslar oʻrtasida taqsimlangan korxonalarga kiritishni afzal koʻradi. Mablagʻ begʻaraz va foizsiz beriladi, undan tashqari bank kreditlari kabi taʼminot talab qilinmaydi (taʼminot sifatida venchur investorning qoʻlida faqat sotib olingan aksiyalar boʻladi). Berilgan mablagʻlar shartnoma muddati tugaguncha venchur firmasidan qaytarib olinmaydi. Loyiha muvaffaqiyatli boʻlgan holda kompaniya yuqori daromad oladi va uni aksionerlar va investorlar oʻrtasida boʻlishadi. Olinadigan daromad esa aksiya

daromadining taqsimoti kabi bo‘ladi va investorlarning ulushi 80% gacha kelishib olinadi. Investorlarning maqsadi korxonaga boshqaruvini egallash emas, shuning uchun aksiyalarni aksariyat qismi kichik korxonaga rahbariyatida qoladi, venchurli investor esa ushbu innovatsiyalarni yaratish va amaliyotga tatbiq etish jarayonida faol qatnashadi va ta’rischi sifatida foydadan ulushini oladi. Keyinchalik, investitsiya loyihasi amalga oshirilgach, investor o‘ziga tegishli aksiyalarni fond birjasida yoki korxonaga rahbariyatiga olgan narxidan yuqoriroq narxga sotadi (chunki korxonaning umumiy qiymati ushbu davrga qadar oshgan bo‘ladi) va shu tariqa «o‘yindan» chiqadi. Venchur moliyalashtirishning asosiy afzalligi o‘rtacha daromadlilik darajasining yuqoriligi bo‘lib, mamlakat iqtisodiyoti bo‘yicha ko‘riladigan daromaddan 2-3 barobar ko‘p miqdorni tashqil etadi. Masalan, AQSH iqtisodiyoti bo‘yicha XX asrning oxirgi o‘n-yilligida o‘rtacha daromad darajasi 8% bo‘lsa, venchur kompaniyalarining daromadlilik darajasi o‘rtacha 20%ni tashqil etgan.

Shunday qilib, investitsiya loyihalarini venchur kapitali hisobiga moliyalashtirishning xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- investitsiya loyihasini dastlabki bosqichidan boshlab noaniqlik va risk darajasini yuqoriligi;
- venchur kapitali egalari foiz va ta’minot shartlarini qo‘ymaydilar va uzoq muddatga to‘g‘ridan-to‘g‘ri aksiyadorlik kapitaliga investitsiyalar kiritadilar;
- investitsiyalar yuqori ilmiy-texnologik loyihalarga kiritilishi va daromadlilikiga qarab sarmoyalar tarmoqlararo taqsimlanishi.

Venchurli investorlar faqat mablag‘ ajratish bilan chegaralanib qolmaydilar, ular korxonaga boshqaruvida faol qatnashib, o‘z tajribalari, malakalari, biznes hamkorlari bilan yordam berib, keragicha imkoniyatlar yaratib, venchur kichik korxonasiga «ilm – ishlab chiqarish» jarayonidagi barcha sharoitlar yaratib beradi.

Umumiy qilib aytganda, investitsiya loyihalarini venchur kapital hisobiga moliyalashtirish – bu yuqori texnologik tarmoqlardagi korxonalarining oyoqqa turishi, rivojlanishi va innovatsion mahsuloti bilan tanilishini ta’minlaydigan investitsiyalashni noan’anaviy yuqori riskli turi. Venchurli

moliyalashtirishni qo'llash oqibatida rivojlangan davlatlar bir qancha makroiqtisodiy yutuqlarga erishdilar, xususan:

- Investorlar risk darajasi balandligiga qaramay investitsiyalash to'g'risida qarorlar qabul qilishlari, iqtisodiyotda moliyaviy resurslarni samarali taqsimlanishiga olib keldi;

- Yangi innovatsion korxonalar yaratilishi yuqori texnologik tarmoqlarni rivojlantirishga, mamlakatni raqobatbardoshligini oshirishga zamin yaratadi;

- Yangi ish o'rinlar yaratilishi, ayniqsa yuqori intellektual boylik egalari yangi innovatsion sohalarda salohiyatlarini namoyon etishga moliyaviy imkoniyatlar barpo etiladi;

- Mamlakatda daromadni o'rtacha darajasi o'sishi. Chunki venchurli moliyalashtirishda u nisbatan baland bo'ladi va boshqalar.

Zamonaviy venchur industriyasi – bu yaxshi rivojlangan va keng quloch yoygan biznesdir. Bugungi kunda dunyoda-yillik aylanmasi bir necha yuz milliard dollar bo'lgan minglab venchur fondlari faoliyat ko'rsatadi.

Venchur industriyasi – bu serdaromad soha bo'lib, o'rtacha daromadlilik-yiliga salkam 30 foizni tashqil etadi. Statistika va tajribaning guvohlik berishicha, innovatsiyalarni moliyalashtirishda venchur fondlarining o'рни beqiyos bo'lib, venchurli investitsiyalashdan innovatsion jarayonning barcha ishtirokchilari birdek navf ko'radilar. Xususan, venchurli moliyalashtirish hisobiga innovator-tadbirkorlar o'z ishlanmalarini moliyalashtirish imkoniga ega bo'lsalar, investorlar investitsiya kiritilgan kompaniyalar kapitalining o'sishi hisobiga katta foyda ko'radilar, davlat soliq tushumlarining oshishi va yangi ish o'rinlarining yaratilishi evaziga katta natijalarni qo'lga kiritisa, iqtisodiyot esa umumiy holatda yangi texnologiyalarni o'z vaqtida amaliyotga joriy etish imkoniga ega bo'ladi.

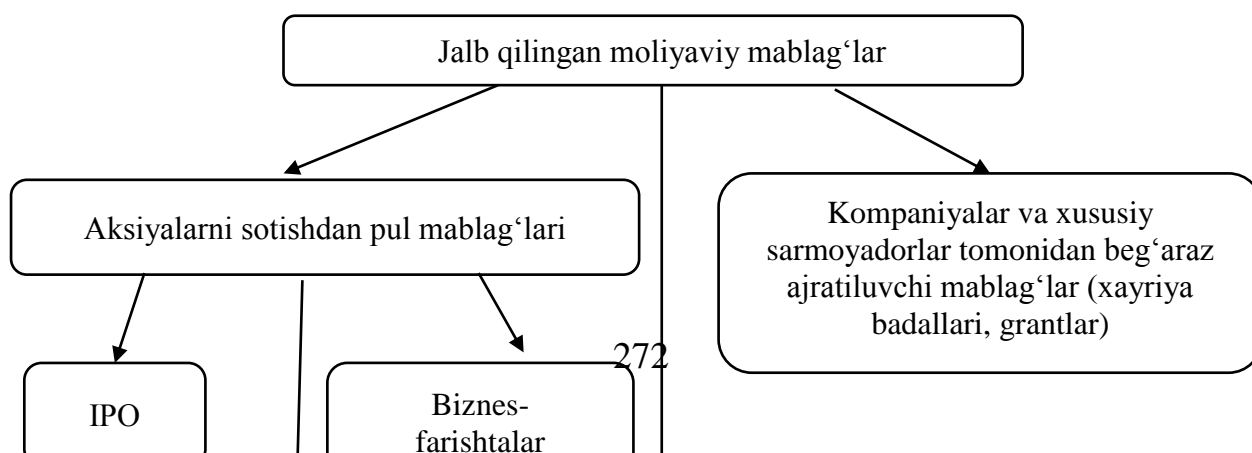
Venchurli fond tavakkalchilikni diversifikatsiyalash maqsadida bir nechta investorlarning mablag'larini jamlaydi. Ushbu mablag'larni professional boshqaruv kompaniyasi boshqaradi. Boshqaruv kompaniyasi investorlar bilan resipient-kompaniyalar o'rtasida vositalik vazifasini bajaradi. Odatda, boshqaruvchi kompaniya fondga mablag'larni jalb etish bilan shug'ullanadi.

Venchr industriyasida boshqaruvchi kompaniyaning rahbari yoki yetakchi menejeri venchurli kapitalist-deb, ataladi.

Venchr fondi 5-10-yil muddatga tashqil etiladi. Venchr fondi qo'yilmalarining asosiy obykti – startap bosqichidagi kompaniyalardagi ulushlar hisoblanadi. Fondning maqsadi – investitsiya kiritilgan kompaniyalarning kapitallashuvini o'stirish va shu orqali kompaniyadan “chiqishda” kompaniyadagi ulushini sotish orqali foyda ko'rishdan iboratdir. Kompaniyadan chiqish undagi uch usul orqali amalga oshadi:

- investitsiya kiritilgan kompaniyalarning aksiyalarini birlamchi ommaviy taklif qilish (IPO)-sotish vositasida fond bozori orqali;
- venchurli investorning ulushini boshqa investorga (to'g'ridan-to'g'ri investitsiya fondlari yoki strategik investorga) sotish orqali;
- investorning ulushini turli vosita va usullar yordamida sotib olish orqali.

Tavakkalchiliklarni taqsimlash maqsadida venchr fondlari jamlangan mablag'larni yetarlicha ko'p sonli loyihalarga (10 tadan 30 tagacha bo'lgan loyihalar) investitsiya qiladilar. Bu tabiiy hol, chunki loyihalarning ancha katta qismi zarar keltiruvchi yoki daromadlilik darajasi past loyihalar hisoblanadi, biroq investitsiya kiritilgan loyihalarning ma'lum bir qismi yuz foiz va hatto ming foizgacha daromad keltirishi mumkin (“3-3-3-1” qoidasi). Buxgalteriya hisobini soddalashtirish yoki mablag'larning muayyan qismini maqbullashtirish maqsadida resipient-kompaniyalarga venchr fondlar tomonidan berilayotgan mablag'lar uzoq muddatli garovsiz kredit sifatida rasmiylashtiriladi. Bunday qo'yimalarga ikkala tomon ham investitsiya sifatida qaraydilar, loyiha barbod bo'lgan vaziyatda kreditlar qaytarilmasligi ham mumkin. Venchr fondlarining samarali faoliyat yuritishida boshqaruvchi kompaniyaning o'rni juda katta.



Shunday qilib, taraqqiy etgan davlatlarning venchurli moliyalashtirishni tashqil etish borasidagi tajribalarini umumlashtirgan holda, investor uchun venchurli moliyalashtirishning quyidagi avfzalliklarini keltirib o'tishimiz mumkin:

1. Yaxshi moliyaviy xavfsizlik yostiqlashi, katta miqdordagi investitsiyalarni kiritish imkoniyati;

2. Investorlar va qo'yilmalar obyektlarini ikki tomonlama maqbul tarzda diversifikatsiyalash hisobiga tavakkalchilikni pasaytirish;

3. Tahlilchilar, ekspertlar va loyiha menejerlaridan iborat o'z jamoasiga ega bo'lish;

4. Obyektlarni tanlash va tahlil qilish borasida qat'iy ishlab chiqilgan tartiblar;

5. Loyihani amalga oshirish jarayonlarining qat'iy nazoratga olinganligi;

6. Fondlar ilk muvaffaqiyatsizlikni boshidan kechirayotgan loyihalarni o'z holicha tashlab qo'ymaydilar, imkoniyat darajasida loyihani oxirigacha yetkazishga harakat qiladilar.

Shu bilan bir qatorda, venchurli moliyalashtirish bir qator o'ziga xos kamchiliklarga ham egaligini unutmasligimiz lozim. Bunday kamchiliklar sirasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Boshqaruvchilarga yetarlicha katta komission to'lovlar to'lash. Muvaffaqiyatga erishilgan chog'da foyda ulushining kamayishi.

2. Bir paytning o'zida va uzoq muddatga sezilarli darajada katta summani investitsiya qilish.

3. Loyihani amalga oshirish jarayonlarining borishiga investorlarning yetarlicha ta'sir ko'rsata olmasligi. Bu kamchilik ko'pchilik potensial investorlarni cho'chitadi.

5. Investitsion bitimlarni tuzish

Investitsiyalar obykti tanlab bo'lingach, investor va tadbirkorlar o'rtasida vujudga kelishi mumkin bo'lgan nizolarning oldini olishga qaratilgan investitsion bitimlarning asosiy qoidalarini belgilash borasidagi ularning birgalikdagi ishi boshlanadi. Tomonlardan birining kompaniyaning bozordagi istiqbollari o'zgarishi holatidagi opportunistik xulqi uning daromadlarini taqsimlashda tomonlarning kelisha olmasligi, minoritar aksionerlarning vujudga kelish ehtimoli kabilar nizolarning asosiy manbai hisoblanadi.

Mazkur nizolarni minimallashtirish uchun tuzilayotgan bitimlarda bo'lg'usi daromad shunday taqsimlanishi kerakki, bu bir tomondan investorlar o'zlari talab qilayotgan daromadga ega bo'lishlarini, boshqa bir tomondan esa tadbirkorni kompaniya daromadini oshirishga eng yuqori darajada motivatsiyalash va shu bilan birgalikda kompaniyaga shunchaki investitsiyalar emas, balki keragidan ham ko'proq ulush qo'shishga manfaatdor bo'lgan investorga aylantirishi lozim.

Tadbirkor nimani istaydi:

- muvaffaqiyatli biznesni yo'lga qo'yishni;
- o'z biznesi uchun maqbul moliyalashtirish manbaiga ega bo'lishni;
- biznesda o'zining katta ulushiga ega bo'lishni va nazorat qilishni;
- o'z biznesini rivojlantirish uchun hamkorlik aloqalari o'rnatishni;
- investorlar bilan tavakkalchiliklarni bo'lishishni;
- muvaffaqiyatli biznes yuritish orqali ko'p pullarga ega bo'lishni.

Shunday qilib, investitsiya bitimining tuzilishi bu yangi kompaniyalarga sarmoya kiritadigan turli tomonlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni belgilovchi va vujudga kelishi mumkin bo'lgan nizolarning oldini olish tizimi hisoblanadi. Bunda ishtirokchilarning (venchur investorlar, biznes asoschilari, menejerlarning boshqaruv jamoasi, biznes-farishtalar) har birining manfaatlari va maqsadlari turlicha bo'lishi mumkin.

Boshlang'ich hujjatlarda tomonlar o'rtasida muzokaralar o'tkazishning asosiy obyekti bo'lgan investitsion bitimning barcha shartlari aks ettiriladi. Investitsion bitimlar tuzishda quyidagi masalalarga alohida e'tibor qaratiladi:

- aktivlarning turi va kapital tarkibi;
- ovoz berish huquqi, direktorlar kengashi va korporativ boshqaruv;
- asosiy xodimlarning ishlash tartibi;
- dividendlarni to'lash siyosati, dividendlar to'lash bo'yicha cheklashlar;
- tugatish borasidagi imtiyozlar;
- menejerlarning xatti-harakatlari va aksiyalarni sotish borasidagi cheklashlar;

- investitsiyalardan chiqishning asosiy yo‘llari;
- ma’lumotga egalik qilish huquqi;
- bitimni amalga oshirish shartlari va xarajatlari.

Har qanday investitsiyaviy bitim uchun birdek muhim bo‘lgan hujjatlarning to‘liq ro‘yxatini tuzish mumkin emas. Yuridik shaxs faoliyat ko‘rsatuvchi va pul mablag‘lari investitsiyalanuvchi huquqiy makon ushbu ishda eng muhim omil hisoblanadi. Shunga ko‘ra, muayyan hududning qonunchiligi ko‘p jihatdan investitsiya hujjatlari tuzilishi borasidagi cheklovlarni belgilab beradi.

Bitimlarni tuzishda foydalaniladigan asosiy vositalar quyidagilardan iborat:

- kompaniyaning investitsiyadan oldingi va investitsiyalashdan keyingi qiymatini aniqlash usullari;
- kompaniyaning o‘z kapitalidagi aksiyalarning turli tiplari va ko‘rinishlari;
 - opsiyonlar;
 - qarz vositalari;
 - kapitalni tarqoqlanishdan himoya qilish usullari.

Kompaniyaning investitsiyalashgacha bo‘lgan qiymati-“qiymatni birlamchi baholash” bu bevosita venchurli investitsiya kiritilishidan oldin aniqlanuvchi va mavjud mulk egalari va yangi investorlar o‘rtasida o‘zaro kelishiluvchi kompaniya qiymatidir. Ya’ni bu kapitalning yangi qismini investitsiyalashdan oldingi kompaniya aksionerlik kapitalining qiymati hisoblanadi. Kompaniyaning investitsiyalashgacha bo‘lgan va investitsiyalashdan keyingi qiymati o‘rtasidagi farq investitsiyalarga teng bo‘ladi. Kompaniyaning dastlabki qiymati baholanayotgan kompaniyaning qimmatli qog‘ozlariga investitsiyalar kiritishning maqsadga muvofiqligini ko‘rsatadi, ya’ni u investor uchun jozibadorlik nuqtayi nazaridan hisoblab chiqiladi. Investorda kompaniya to‘g‘risida ijobiy qarashlar paydo qilish katta foyda keltiradi, shuning uchun ham menejerlar kompaniya qiymatini oshirishga harakat qiladilar.

Kompaniya qiymatini dastlabki baholash quyidagilarga bog‘liq:

- tarmoq va kompaniyaning umumiy xususiyatlari (uning hajmi, ishlab chiqarayotgan mahsuloti), hamkorlari, raqobatchilari va mijozlari;

- moliyaviy barqarorlik, likvidlik va rentabellik koeffitsiyentlari hisoblash, tezkor tahlilni amalga oshirish kabi vositalar yordamida o‘rganiluvchi kompaniyaning moliyaviy holati to‘g‘risidagi hujjatlar to‘plami (ustav, ta‘sis hujjatlari, buxgalteriya balansi, foyda va zarar to‘g‘risidagi hisobot va boshqalar).

Dastlabki qiymatni hisoblash bitimlarning tarkibini aniqlashtirish, ya‘ni jalb qilinayotgan mablag‘lar miqdorini, chiqarilayotgan aksiyalar narxi va ularning sonini bilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Jalb qilinayotgan mablag‘lar miqdori asosli bo‘lishi va kompaniya ehtiyojlariga javob berishini lozimligini inobatga olsak, investitsiyalarning miqdori ham kompaniyaning dastlabki qiymatiga mutanosib bo‘lishi kerak.

Kompaniyaning “investitsiya kiritilgandan keyingi qiymati”-investitsiyalangan mablag‘larni hisobga olgan holda moliyalashtirishning navbatdagi bosqichidan so‘ng darhol amalga oshirilgan baholash natijasidagi kompaniya qiymatidir.

Ya‘ni sarmoya kiritilgandan so‘ng kompaniyaning ustav kapitalining qiymati. Kompaniyaning sarmoyalashdan keyingi qiymati sarmoyadorlar uchun muhimdir, chunki u bozorning mazkur biznesni yaxlit tarzda qanday baholashini ko‘rsatib beradi. Shu tariqa, kompaniyaning dastlabki va investitsiyalashdan keyingi qiymatlari quyidagilarni aniqlashda muhim ahamiyat kasb etadi:

- venchurli moliyalashtirish yo‘li bilan jalb qilingan mablag‘lar miqdori;

- investitsiyalardan chiqish;
- har bir aksiya‘ning narxini aniqlash;
- investorning mulkiy ulushi.

Venchurli moliyalashtirishda qimmatli qog‘ozlarning turli sinflarini yaratish orqali aksionerlik kompaniyasi kapitali tuzilmasini shakllantirishda uchta samarali yondashuv mavjud: qimmatli qog‘ozlarning turli toifalarini yaratish. Birinchi eng oddiy yondashuvga ko‘ra, kapital tuzilmasini shakllantirishda investorlarning barcha toifalari uchun bir bo‘lgan oddiy aksiyalardan foydalaniladi.

Professional venchurli investorlar orasida bugungi kunda eng keng tarqalgan ikkinchi yondashuvga ko‘ra, kompaniyaning kapitali tuzilmasini shakllantirishda institutsional va venchur investorlar uchun konvertatsiya qilinadigan imtiyozli aksiyalardan foydalaniladi, kompaniya asoschilari va venchurli investitsiyalashgacha bo‘lgan paytdagi investorlar uchun oddiy aksiyalardan foydalaniladi. Uchinchi yangicha yondashuvga ko‘ra, venchur investorlar oddiy aksiyalar va konvertatsiya qilinmaydigan aksiyalardan tashqil topgan o‘ziga xos “to‘plam”dan foydalanadilar.

Garchi venchur kapitali o‘z tabiatiga ko‘ra investitsion va aksionerlik kapitali bo‘lsa-da, mazkur kapitalning bir qismi uzoq muddatli garovsiz kredit ko‘rinishida ham taqdim etilishi mumkin. Bunday yondashuv investorlarga imtiyozli aksiyalar berishdan uncha ham farq qilmaydi va bir qator holatlarda (masalan, kapitalning tarqoqlanishi xavfining yuzaga kelishi sharoitida soliqni optimallashtirish) ikkala tomon uchun ham manfaatli hisoblanadi. Odatda, barcha investitsiyalar ham qarz shaklida taqdim etilavermaydi, faqat ularning ma‘lum bir qismigina qarz shaklida taqdim etilishi mumkin xolos. Ko‘pincha bunday qarz konvertatsiya qilinishi va kompaniyaning aksiyalariga aylantirilishi mumkin. Bu investorning kompaniyadagi “haqiqiy” ulushi u kompaniyaga taqdim etgan kreditidan (foizlarini hisobga olgan holda) sezilarli darajada ortiq bo‘lganda yuz beradi. Kompaniya muvaffaqiyatsizlikka uchragan taqdirda, sarmoyadorlar “investitsiya” yondashuviga rioya qilganliklari sababli, kredit va foizlar ko‘p hollarda hisobdan chiqariladi va talab qilinmaydi.

Nazorat savollari

1. Innovatsion kompaniyaning hayotiylik sikli bosqichlarini ko‘rsatib bering va hayotiylik siklining har bir bosqichda innovatsion faoliyatni moliyalashtirishning maqbul bo‘lgan manbalarini aytib bering?

2. Innovatsion faoliyatni biznes-farishtalar yordamida moliyalashtirish va venchurli moliyalashtirishning umumiy va bir-biridan farqlovchi jihatlarini sanab o‘ting?

3. Kompaniyaning moliyaviy resurslari tarkibida venchurli moliyalashtirishning o‘rnini tavsiflab bering?

4. O‘zbekistonda venchur biznesini rivojlantirishga to‘sqinlik qilayotgan asosiy sabablar nimalardan iborat?

5. Venchurli moliyalashtirishning rivojlangan mamlakatlar tajribasi va ularning bir-biridan farqlovchi jihatlari haqida gapirib bering?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 2018-yil 8-maydagi Qarori. www.lex.uz

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 2018-yil 8-maydagi Qarori. www.lex.uz

3. Груздева Э.В. Финансирование инновационного бизнеса. – М.:МАКС Пресс, 2011, 156 с.

4. Рынок венчурных инвестиций ранней стадии: ключевые тренды. – М.:ВЦИОМ, Атом Партнерс, 2013.

5. 101 Dumbest Moments in Business, Business 2.0 Magazine, Sept, CNN. – 2002.

6. Экономика инноваций. Курс лекций. Москва., МАКС Пресс, 2014.

7. Венчурные фонды: международный опыт. Bozor, pul va kredit jurnali 2/2018 fevral (249)

8. N.Bahriddinov. Korxonalar innovatsion faoliyatini moliyalashtirish masalalari. Bozor, pul va kredit jurnali 3/2018 mart (250)

9. www.cer.uz

10. www.gov.uz

11. www.kun.uz

13-MAVZU: INNOVATSION SOHADA KADRLARNI BOSHQARISH MEXANIZMI

Insonlar ba'zi hollarda luqmasiga imkoniyatidan katta bo'lgan nonni tishlab olishadi. Biroq biror bir ishga qodir har qanday rahbar doimo imkoniyat darajasidan kamroq emas, balki kattaroq ishga qo'l uradigan kishilar bilan ishlashni moyil ko'radi.

L.Yakokka

Reja:

1. Innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini belgilovchi omillar.
2. Innovatsion jarayonining asosiy ishtirokchilari.
3. Insonning innovatsion salohiyatini ro'yobga chiqarishning asoslari va shart-sharoitlari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion biznes, inson omili, inson kapitali, innovator, tashqiliy madaniyat, insoniy resurslar salohiyati, mehnat unumdorligi, kompaniya missiyasi, HR-menejment, motivatsiya, mehnatni rag'batlantirish.

1. Innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini belgilovchi omillar

Innovatsion biznesning qaror topishi va rivojlanishida inson omilining muhim ahamiyat shundaki, biznes-g'oyani yaratuvchi va tarkib topgan shart-sharoitlardan kelib chiqqan holda uni yangi mahsulot va texnologiyalar orqali amalga oshirishga tayyor bo'lgan insonlar hal qiluvchi o'rin tutadilar.

Inson omili bilan bog'liq bo'lgan innovatsion biznesning shakllanish va rivojlanish muammolari favqulodda ko'p qirralidir. Biznes-jarayonlarning o'ziga xos jihatlari va belgilangan maqsadlarga erishilishiga bevosita yoki bilvosita ta'sirni hisobga olib uch darajasi (guruhi)ga ajratib ko'rsatishimiz mumkin. Omillarning **birinchi guruhi (birinchi darajasi)**ga innovatsion

biznes sohasida faoliyat ko'rsatuvchi insonning tavsiflarini kiritamiz. **Ikkinchi guruh (ikkinchi darajali) omillar** sirasiga innovatsion biznes-tuzilmasida insonning "yashash muhiti"ni tavsiflovchi va shuningdek, personal va ularni boshqarishga ta'sir ko'rsatuvchi omillar kiradi. Bu omillarga quyidagilar kiradi:

- tashqiliy madaniyat;
- personalga bo'lgan qadriyatlar taklifi;
- HR- boshqaruv texnologiyasi.

Uchinchi guruh (uchinchi darajali) omillar tashqi muhit, deb ataluvchi omillarni o'z ichiga oladi. Mazkur omillar innovatsion biznesni yuritishning infratuzilmaviy tashqil etuvchilari hisoblanadi va quyidagilarni ta'min etadi:

- inson kapitalini (oddiy va kengaytirilgan) takror ishlab chiqarishni amalga oshirish;
- iqtisodiy munosabatlarning turli subyektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning huquqiy institutlarini yaratish;
- innovatsion biznesni yaratish, yangi mahsulot va texnologiyalarni ishlab chiqish va tijoratlashtirish sohasida aholi faolligining o'sishiga imkon beruvchi innovatsion muhitni yaratish.

Atrof-muhit omillarining faol ta'siri insonning butun mehnat faoliyati davomida o'z qadriyatlarini, ijtimoiy, kasbiy va iqtisodiy ehtiyojlarini va ustuvorliklarini shakllantiradi. Insonga ta'sir qiluvchi atrof-muhit omillarining xilma-xilligi juda ham katta. Shu bois, inson kapitalini takror ishlab chiqarish va uning innovatsion salohiyatini shakllantirish va amalga oshirish jarayoniga eng faol ta'sir ko'rsatadigan omillarnigina qayd etib o'tamiz. Bular birinchi navbatda quyidagilardir:

- ta'lim tizimi;
- sog'liqni saqlash tizimi;
- ijtimoiy-madaniy muhit;
- davlatning innovatsion siyosati;
- ilmiy-texnik omillar;
- mehnat va fuqarolik huquqi;
- mehnat bozori ahvoli va demografik holat.

Bu omillar bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini ham belgilab beradi

2. Innovatsion jarayonning asosiy ishtirokchilari

Innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini belgilovchi omillar, avvalambor, shaxsning o'ziga xos xususiyatlari hisoblanadi. Bu quyidalarda namoyon bo'ladi:

1. Alohida subyekt sifatida insonga ma'lum bir chuqur hayotiy manfaatlar xosdir. Chuqur hayotiy manfaatlar barqaror ruhiy ehtiyojlarga asoslangan qiziqishlar hisoblanadi. Xodimning hayotiy manfaatlari turini aniqlash uning inson salohiyatini to'liq amalga oshirishga qodir bo'lgan faoliyat yo'nalishini topish imkonini beradi. Iqtisodchilar hayotiy manfaatlarning sakkizta turini ajratib ko'rsatadilar:

- texnologiyalardan foydalanish;
- miqdoriy tahlil;
- nazariyalarni ishlab chiqish va konseptual fikrlash;
- ijodiy yaratuvchanlik;
- o'qitish va o'rganish;
- insonlar va munosabatlarni boshqarish;
- tashqilotchilik faoliyati va tadbirkorlik;
- axborot va til resurslaridan foydalanish orqali ta'sir ko'rsatish.

2. Muayyan kasbiy vazifalarni hal etishga qodir bo'lgan shaxs sifatida.

3. Fikrlash faoliyati, shaxsiy qadriyatlari, hissiy muloqot va tashqiliy ko'nikmalarni ifodalovchi shaxs sifatida.

4. Jamoada muayyan ijtimoiy vazifani bajara olish qobiliyatining mavjudligi bilan birgalikda, o'ziga xos xulq-atvorga ega bo'lgan individ sifatida. Ijrochi, muvofiqlashtiruvchi, harakatlantiruvchi, g'oyalar yaratuvchisi, resurslar tadqiqotchisi, baholovchi, jamoatchi, yakuniga yetkazuvchi, mutaxassis-ekspert bo'lishi mumkin.

Tadbirkorlarning shaxsiyatiga xos bo'lgan shaxsiy fazilatlar:

F (focus-fokus) – maqsad, vaqt va harakatga yo'naltirilganlik;

A (advantage-ustunlik) – strategiklik va istiqbolli imkoniyatlarni tanlash qobiliyati;

C (creativity-kreativlik) – yangi g'oyalar yaratish, aniq yo'l va imkoniyatlarni ko'ra olish qobiliyati;

E (Ego-men) – muvaffaqiyatga intilish, o‘zgalardan farq qilib turish va o‘zidan iz qoldirish istagi, o‘ziga ishonch va ishga mas’uliyat bilan yondashish hissining ustunligi, javobgarlik va muvaffaqiyatsizliklarga qarshi tura olishda ifodalanuvchi o‘z kelajagini va taqdirini belgilab olish istagi;

T (Team- jamoa) – o‘zaro muloqotga kirishish borasida ko‘nikmalarning yuqori darajasi, samarali jamoani shakllantirish, eng yaxshi xodimlarni izlab topish va ularni saralay olish qobiliyati;

S (Social-ijtimoiy ta’sir ko‘rsatish) – tadbirkor va uning biznesi uchun qadrlı bo‘lgan insonlar bilan ijtimoiy aloqalar tarmog‘ini yarata olish qobiliyati.

FACETS tizimi umumiy holatda, muvaffaqiyatli tadbirkorning "portretini" tasavvur qilish imkonini beradi.

Keyingi bosqich, innovatsion sohada biznes yurituvchi tadbirkorni boshqalardan ajratib turadigan o‘ziga xos xususiyatlarni aniqlashtirishni o‘z ichiga oladi. Bu borada bir qator tadqiqotlar o‘tkazilgan bo‘lib, bu tadqiqotlar doirasida tadqiqotchilar innovatsion tadbirkorlikning kompetentligi (vakolatlılik) va asosiy kompetensiyalar (vakolatlar) modelini ishlab chiqqanlar. Kompetensiya (vakolat) tadbirkor o‘z malakasi va shaxsiy fazilatlariga taya’nib hal qilishi kerak bo‘lgan kasbiy vazifalar qatoriga kiradi. Vakolatlılik-tadbirkorning muvaffaqiyatga erishishiga va tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishdan ko‘zda tutilgan asosiy vazifalarni amalga oshirishiga imkon beruvchi shaxsiy fazilatlar, layoqat va ko‘nikmalardir.

Avvalo, noaniqlik va xavf-xatarning yuqori darajasi mavjudligi bilan innovatsion biznes an’anaviy tadbirkorlikdan farq qiladi. Innovatsion tadbirkorning asosiy vakolatlari doirasiga quyidagi asosiy vazifalarni hal etish kiradi:

- noaniqlik va yuqori xavf-xatar darajasinig mavjudligi sharoitida qaror qabul qilish;
- kuchli tashqi bosim, muvaffaqiyatsizlik va murakkab vaziyatlarda faoliyatni amalga oshirish;
- g‘ayrioddiy va iste’dodli odamlardan tashqil topgan krossfunktional jamoalarni boshqarish;

• ichki va tashqi biznes muhitining noaniq va oldindan bashoratlash qiyin bo'lgan ko'rsatkichlari sharoitida resurslarni safarbar qilish va rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqish.

Ushbu darajadagi vazifalarni hal etish innovatsion biznesni yaratuvchi va rivojlantiruvchi shaxsda ayrim tug'ma va orttirilgan shaxsiy qobiliyatlar (vakolatlar) mavjud bo'lishini nazarda tutadi. Quyida innovatsion tadbirkor uchun eng yuqori darajaga (**kritik ahamiyatga ega**) bo'lgan vakolatlar keltirilgan. Ular tadqiqot jarayonida tahlil uchun ajratilgan 50 ta vakolatdan baholashning 7 ballik shkalasi bo'yicha eng yuqori, ya'ni 7 ballga ega bo'lgan vakolatlar hisoblanadi.

Innovativlik (!!) – ijodkorlik (kreativlik), intuitsiya, tahlilga moyillik, fikrlash doirasining kengligi bois, muammolarni hal etishning yangi, noan'anaviy usullarini topa olish qobiliyatini tavsiflaydi.

Noaniqlik sharoitida qat'iyatlilik (!!) - noaniqlik sharoitida harakat qilish va qaror qabul qilishga tayyorlik, har qanday noaniqlik, xavf-xatar darajasida ham qo'rqmasdan yakuniy qarorga kela olishda o'z ifodasini topadi.

Yetakchilik (+) – masalani qo'ya olish va insonlarni ularni hal etishga safarbar qila olish qobiliyati, xarizmatiklik, yuqori darajadagi hissiy intellektning mavjudligi bilan tavsiflanadi.

Maqsadga intiluvchanlik (!!) – sabrlik, o'ziga ishonch, asosiy e'tiborni natijaga qaratish, optimal mukammallikni ifoda etadi;

Tashabbuskorlik (!!) – proaktivlik, g'ayrat-shijoat, raqobatbardoshlikda namoyon bo'ladi.

Tadbirkorlikning yuqori ahamiyatga ega bo'lgan (6 ball) vakolatlarga quyidagilar kiradi:

loyiha haqida boy tasavvurga ega bo'lish (++),

kirishimlilik(!),

vaziyatni rejalashtirish (+),

avtonomlik (++),

o'zgarishi va taraqqiyotga mo'ljal olish (!).

Innovatsion tadbirkorning kasbiy vazifalari (vakolatlari) biznesning rivojlanishi va tashqi ta'sirlar ostida o'zgarishi mumkin. Ularni hal qilish uchun boshqa vakolatlar talab qilinishi ham mumkin. Masalan, biznes ko'lamlarining kengayishi bilan

yetakchilik xislatlari, hissiy intellektning roli va ahamiyati ortib boradi strategik fikrlash ustunlik kasb etgani holda, qaror va yechimlar qabul qilishda javobgarlik darajasi ham kuchayib boradi.

Personal. Tadbirkorning eng muhim vazifalaridan biri, ayniqsa, kompaniya hayotiylik siklining boshlang'ich bosqichida xodimlarni yollash va jamoani shakllantirishdan iborat bo'ladi. Shu jumladan, personalni ularning faoliyatida innovativlik qay darajada muhim ahamiyat kasb etishidan kelib chiqqan holda ikkita katta guruhga ajratamiz.

Personalning **birinchi guruhi** innovativlik ular uchun asosiy vakolat bo'lgan xodimlarni birlashtiradi. Ushbu guruhga xodimlarning ikki toifasi kiradi. Eng avvalo, ular ixtisoslashgan innovatsion birliklar va jamoalar – innovatsiyalarni yaratuvchi va kompaniyaning insoniy innovatsion kapitalni o'zida mujassamlashtirgan ixtisoslashgan innovatsion bo'linmalar va jamoalarning xodimlaridir. Texnologik kompaniyalarda bunday xodimlar sirasiga ilmiy-texnik mahsulotlar va yangi texnologiyalarni ishlab chiquvchi olimlar, muhandis-konstruktorlar va texnologlar IT-kompaniyalarda esa - yangi dasturiy mahsulotlar ishlab chiqaruvchilar kiradi. Reklama biznesida – yangi reklama mahsulotlarini va mahsulot/xizmatlarni bozorga olib chiqish texnologiyalarini ishlab chiquvchilar birinchi guruh personalni tarkibiga kiritiladi. Konsalting xizmatlari sohasida bunday xodimlar toifasini obyektlarni o'rganish va tahlil qilish, personalni rivojlantirish va o'qitishning yangi usullarini kashf qilganlar tashqil etadi. Yangiliklarni yaratish jarayonlarini boshqarish va yangiliklarni g'oyadan tijoriy natija tomon harakatlanishini ta'min etuvchi **menejer-novatorlar** ham birinchi guruhga kiritiladi. Innovatsion korporativ madaniyatni shakllantirish va uni qo'llab-quvvatlash, menejer-novatorlarga ko'p jihatdan bog'liq. Menejer-novatorlarning vakolatiga noaniqlik, moliyaviy va tadbirkorlik tavakkalchiligining yuqori darajasida qarorlar qabul qilish, innovatsion faoliyatni boshqarishda tashqiliy va ruhiy qiyinchiliklarni yengib o'ta olish kabilar kiradi.

Ikkinchi guruh asosiy majburiyati innovatsion faoliyatni me'yorida amalga oshirish uchun zarur bo'lgan shart-sharoitlarni yaratib berishdan iborat bo'lgan xodimlarni o'z ichiga oladi. Ushbu xodimlar tezkor axborot bilan innovatsion jarayonni ta'minlaydilar,

rejalashtirish, moliyalashtirishni amalga oshiradilar, logistika, marketing, buxgalteriya va shu kabi sohalarga tegishli muammolarni hal qiladilar.

Birinchi guruh personalni va tadbirkorlar innovatsion biznesning harakatlantiruvchi kuchi ("drayver") ni tashqil qiladi. Pareto qonuniga ko'ra (20/80) mazkur faol resurs biznesning rivojlanishiga juda katta ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Innovatsion biznesda asosiy o'rin tutuvchi insonlarning farqlovchi jihatlari

13.1-jadval

Shaxsiy jihatlari	Innovatsion jarayon subyektlari		
	Innovatsion tadbirkor	Innovator-yaratuvchi	Innovatsion menejer
1. Chuqur hayotiy manfaatlar	Tashkilotchilik faoliyati va tadbirkorlik, ijodiy yaratuvchanlik.	Texnologiyalarni qo'llash, nazariyalar ishlab chiqish va konseptual fikrlash, ijodiy yaratuvchanlik.	Insonlar va munosabatlarni boshqarish, axborot va til vositalari yordamida ta'sir ko'rsatish, ijodiy yaratuvchanlik.
2. Vakoletlar (kasbiy vazifalar)	Innovatsion biznesni qo'llab-quvvatlash, biznesning innovatsion strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish, inqiroz, seytnot,	Haddan tashqari zo'riqish, beqaror va oldindan aytib berish mushkul bo'lgan vaziyatlarda ish yuritish, o'z g'oya va takliflarini ishlab chiqish va ularni himoya qilish.	Innovatsion loyihani qo'llab-quvvatlash, yuqori tavakkalchilik, vaqt va resurslarning yetishmasligi, noaniqlik sharoitida boshqaruv vazifalarini hal etish, ijodiy mahsuldor muhit

13.1-jadvalning davomi

	tavakkalchilikning yuqori darajasi, noaniqlik sharoitida faoliyatni amalga oshirish va qarorlar qabul qilish.		yaratish va qo‘llab-quvvatlash.
3.Shaxsiy jihatlar (kom-pitentlik)	Innovativlik, loyihani to‘la tasavvur eta olish,noaniqlik sharoitida qat’iyatlilik, kirishimlilik, yetakchilik, avtonomlik, rivojlanishga mo‘ljal olish, maqsadga intiluvchanlik, tashabbuskorlik, ruhiy zo‘riqishlarga chidamlilik, kuchli shaxs.	Innovativlik, bahsmunozara va nizolarga borish, avtonomlik, maqsadga intiluvchanlik, ruhiy zo‘riqishlarga chidamlilik, aralash bilimlar sohasidagi jarayonlarni tushunish qobiliyati, mavjud qoliplardan voz kechgan holda muammoning yechimi borasida turli yondashuvlarni izlab topish (lateral fikrlash).	Tashabbuskorlik, maqsadga intiluvchanlik, ruhiy zo‘riqishlarga chidamlilik, insonlar bilan muloqotda pozitivlik, tashqilotchilik qobiliyatlari, o‘ziga ishonch, xatti-harakatlarda shijoatlilik.
4.Jamoaviy rollar	Yetaklovchi, muvofiqlashtiruvchi, baholovchi, resurslar tadqiqotchisi.	G‘oyalar yaratuvchisi, yetaklovchi, mutaxassis-ekspert.	Muvofiqlashtiruvchi, resurslar tadqiqotchisi, jamoaviylikni yoqlovchi,baholovchi, etaklovchi.

Ushbu omillarni innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini belgilab beruvchi omillarning ikkinchi guruhiga kiritamiz.

3. Inson salohiyatini ro'yobga chiqarishning asoslari va shart-sharoitlari

Tashkiliy madaniyat. Inson uchun tashqiliy madaniyat uning “samarali” qobiliyatlarini ro'yobga chiqaruvchi yoki yo'qqa chiqaruvchi muhit (tuproq) hisoblanadi.

Mehnat unumdorligini o'zlashtirishning mavjud standart usullari va zaxiralari endilikda ish bermay qo'ygan XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab tashqiliy madaniyatga alohida e'tibor qaratila boshlandi. Jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy hayotida yangi iqtisodiyot-bilimlar iqtisodiyotining qaror topishi asosida bu mavzu yanada dolzarb ahamiyat kasb eta boshladi.

Tashkiliy madaniyatni tavsiflashda quyidagilarga e'tibor qaratish zarur:

- insonlarning o'zaro munosabatlarida kuzatiluvchi xulq stereotiplari (an'ana va urf-odatlar);
- madaniyat yoki submadaniyatga xos bo'lgan andozalar, guruh qoidalari;
- e'tirof etilgan qadriyatlar;
- rasmiy falsafa (umum siyosiy va mafkuraviy tamoyillar);
- o'yin qoidalari (tashqilotda ishlash davomida talab etiluvchi qoidalar va cheklovlar);
- hissiy-ruhiy muhit (kompaniya a'zolarining bir-birlari bilan yoki mijozlar bilan o'zaro munosabatlarida paydo bo'ladigan hissiyotlar);
- amaliy tajriba (uslublar va texnik usullar);
- fikrlash ombori (qabul qilish, fikrlash va muloqot tilini aniqlovchi tizimlar);
- asosiy ramzlar (korxonaga to'g'risida tasavvur hosil qilishga imkon beruvchi turli ramzlar) va boshqalar.

Tashkiliy madaniyat favqulodda murakkab va serqirradir. Tashkiliy madaniyat – bu tashqilot a'zolari tomonidan qabul

qilingan, ularning ichki korporativ munosabatlari va tashqi muhit subyektlari bilan o'zaro aloqalarini tartibga soluvchi xulq-atvor qoidalari, me'yorlari va shuningdek, tashqilotda qaror topgan qadriyatlar tizimidir. Qadriyatlar va yo'nalishlar tizimi tashqiliy madaniyatning muhim ahamiyatga ega bo'lgan asosiy qismi hisoblanadi. Bu borada ko'plab tadqiqotchilar, menejerlar va mutaxassislarining fikrlari bir joydan chiqadi. Ushbu vaziyatda qadriyatlarning o'zi jarayon, hodisa, predmet, ideal sifatida talqin etiladi, ya'ni mazkur tushuncha amalda cheksiz kengayib boradi.

Qadriyatlar (qadriyatlar yo'nalishi) umum insoniy muammolarni hal etish chog'ida inson faoliyati va tafakkurining turli-tuman motivlariga qat'iy yo'nalish va barqarorlik beruvchi, muayyan tarzda guruhlashtirilgan murakkab tamoyillarni o'zida ifoda etadi. Bunday talqin tashqiliy madaniyat qadriyatlarini, uning asosiy tamoyillari sifatida belgilab olish imkonini beradi. U tashqiliy madaniyatga ishonchlilik, yaxlitlik va maqsadga yo'naltirilganlik tavsifini beradi. Shuning uchun ham, har bir tashqiliy madaniyat turi (klan, ierarxik, bozor, adxokratik) uchun qadriyatlar yo'nalishining o'ziga xos to'plamidir.

Tashkiliy madaniyatning tarkibiy qismlari:

1. **Tashkiliy muhit** – yangi g'oyalar va yechimlarning dunyoga kelishiga hissa qo'shuvchi korxonada shakllangan umumiy muhit. Tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, agar tashqilot har qanday ijodiy tashabbusni qo'llab-quvvatlasa hamda taklif etilgan g'oya va takliflarni amalga oshirishga harakat qilsa, korxonada ijodkorlikning umumiy darajasi juda yuqori bo'ladi, xodimlar esa o'z ish faoliyatini yaxshilashning yangi va o'ziga xos usullari, ish joyining ergonometik ko'rsatkichlarini yaxshilash haqida ko'proq bosh qotira boshlaydilar.

2. **Tashkiliy tuzilma** (tizim bo'g'inlari o'rtasidagi funksiyalar, kommunikativ aloqalar, tarkibiy elementlarning murakkablik va tabaqalanish darajasi). Bo'linmalarda jamoaviy yondashuvni qo'llab-quvvatlash yangi g'oyalarni amaliyotga joriy etish va ularning mahsuldorligining ortishiga olib keladi, bu esa o'z navbatida korxonaning innovatsionlik darajasida ijobiy o'zgarishlarni ta'min etadi.

3. Mahsulot va texnologiyalarning sifat ko'rsatkichlari (sifat menejmenti). Ishlab chiqarish madaniyatini rivojlantirish, texnologiyalarni yangilash hisobiga korxonada tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulot va xizmatlarning iste'mol xususiyatlarini, shu jumladan ularning dizaynini doimiy ravishda yaxshilab borish bilan bog'liq hisoblanadi. Puxta o'ylangan holda tashqil etilgan sifatni boshqarish tizimi butun bir korxonaning innovatsionlik darajasini belgilab beradi.

4. Innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash.

Innovatsiyalarning muhimligi va ularni qo'llab-quvvatlash zarurligini korporativ madaniyat va falsafaning ajralmas qismi sifatida e'tirof etadilar va innovatsion-ijodiy tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash borasida muayyan amaliy xatti-harakatlarni amalga oshiradilar.

5. Turli alyans va birlashmalarga qo'shilish.

Kompaniyada tashqiliy madaniyatni shakllantirish bir necha bosqichda amalga oshadi. Hayotiylik siklining dastlabki bosqichida uni tadbirkor-biznes asoschisi belgilaydi. Yangi g'oyalarni izlab topish, ularni o'zlashtirish va joriy etishni tobora faollashtirish asnosida innovatsion korporativ madaniyatni o'zlari uchun bosh mezon sifatida qabul qilgan kompaniyalargina, yangicha sharoitlarda yashab qolishlari va o'z faoliyatlarini kengaytirishlari mumkin.

13.2-rasmda 10 ta innovatsion va 5 ta "an'anaviy" tashqilot uchun 9 ta ko'rsatkichlarning o'rtacha qiymatlari keltirilgan. Bu ko'rsatkichlar sirasiga quyidagilar kiradi: 1) erkinlik; 2) ishonch/ochiqlik; 3) ijod qilish uchun vaqt; 4) ixtiyoriylik (hazil-mutoyiba); 5) nizolilik; 6) qo'llab-quvvatlash; 7) bahs-munozara; 8) tavakkal qilishga tayyorlik; 9) manfaat.

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlardan innovatsion kompaniya tashqiliy madaniyatining asosiy farqlovchi belgilari to'g'risida xulosa yasashimiz mumkin. Rasmdan ko'rinib turibdiki, innovatsion kompaniyalar barcha ko'rsatkichlar ayniqsa, tavakkal qilishga tayyorlik, qo'llab-quvvatlash, muloqot jarayonidagi ixtiyoriylik va yumor ko'rsatkichlari bo'yicha an'anaviy kompaniyalardan ustun turadi.

Dunyodagi yetakchi innovatsion kompaniyalarning missiya va shiorlari

13.2-jadval

Kompaniya	Reyting-dagi o'rn	Missiya	Shior
Apple	1	“Biz butun dunyodagi insonlar uchun eng sifatli kompyuterlarni taklif etamiz”	“Boshqacha o‘yla” (Think different)
Google	2	“Butun jahon axborot makonini tashqil etish va uni har tomonlama qulay va foydali bo‘lishini ta‘minlash”	“Yomonlik qilma” (Don’t be evil)
Samsung	3	“Samsungda amalga oshirayotgan barcha ishlarimiz, bizning missiyamiz- eng yaxshi e-kompaniya bo‘lishga xizmat qiladi”	“Kelajakka intilganlar” (Turnon tomorrow)
Microsoft	4	“Birinchi darajali dasturiy ta‘minot yordamida har qanday qurilma orqali har qanday vaqt va har qanday joyda yangi imkoniyatlarni ta‘min etish”	“Bugun qayerga borishni xohlaysiz?” (Where do you want to gotoday?)
Facebook	5	“Biz pul ishlash uchun servislar tashqil etmaymiz, balki eng yaxshi servislar tashqil etish uchun pul ishlab topamiz”	“Facebook sizga o‘z yaqinlaringiz bilan doimiy muloqotda bo‘lishingizga va doimiy aloqada qolishingizga yordam beradi”

13.2-jadvalning davomi

IBM	6	“Biz kompyuter tizimlari, dasturiy ta’minot, ma’lumotlarni saqlash tizimi va mikroelektronika kabilarni o‘z ichiga olgan ilg‘or axborot texnologiyalari industriyasini rivojlantirish, ishlab chiqarish va ixtiro qilish borasida yetakchi bo‘lishga intilamiz. Biz butun dunyoda servis va konsalting xizmatlarini yo‘lga qo‘yish, mohirona yechimlarni izlab topish yordamida mijozlar uchun ushbu texnologiyalarni qadriyatga aylantiramiz”	“O‘yla” (Think)
Sony	7	“Biz cheksiz ijodiy izlanuvchanlik borasida etarlicha energiyaga ega bo‘lgan yosh insonlar guruhimiz”	“Boshqa hech kim” (Like no other)

Kompaniya faoliyat ko‘rsatishining falsafasini aks ettiruvchi **kompaniya missiyasini** shakllantirish asosini qadriyatlar tashqil etadi. Kompaniya missiyasini ishlab chiqish bilan bir qatorda, o‘ta qisqacha ko‘rinishda asosiy qadriyatni aks ettiruvchi **kompaniya shiorini** shakllantirish ham talab etiladi. Kompaniya missiyasi va shiori kompaniya faoliyat ko‘rsatishining asosiy mazmun va maqsadini kompaniyaning barcha “stejkxolder”lariga yetkazishni ko‘zda tutadi. Shu sababli ham, korporativ madaniyatning innovatsionlik darajasini tadqiq etish nuqtayi nazaridan kompaniya missiyasi va shiorining mazmunini o‘rganish biz uchun g‘oyatda foydali hisoblanadi. Quyidagi jadvalda dunyoning yetakchi innovatsion kompaniyalarining missiyalari va shiorlari keltirib o‘tilgan (“dunyo innovatsion kompaniyalarining kuchli 50 taligi (BCG),2013).

Xodimlarning ichki dunyosi mulkiga aylanishi, ularning ish va muloqot amaliyotida keng qo‘llanilishi lozim.

HR-menejment va innovatsion kompaniya xodimi uchun qadriyatlar taklifini shakllantirish. Umumiy holatda tashqilotni boshqarish tizimining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri sifatida personalni boshqarishning maqsadli funksiyasi biznesning maqsadli funksiyasini amalga oshirish borasida ishlay olish layoqatiga ega bo'lgan inson resurslarini shakllantirish, rivojlantirish va qo'llab-quvvatlashdan iboratdir. Innovatsion kompaniyaning raqobat afzalliklarining asosiy manbai yangi mahsulot va texnologiyalarni yaratish va ularni tijoratlashtirish hisoblanadi. Shu bois ham, kompaniyaga yuqori malakali olimlar va mutaxassislarni jalb qilish, mehnatni rag'batlantirish va baholashning samarali tizimini yaratish, xodimlarning shaxsiy rivojlanishi va kasbiy mahoratlarini oshirish HR-menejment uchun asosiy masala hisoblanadi.

Bugungi kunda haqiqatan ham iste'dodli, istiqbolli mutaxassislarga bo'lgan talab bozor taklifidan ancha yuqori hisoblanadi. Iqtidorli xodimlarni izlab topish va ularni kompaniyaga jalb etish borasida kompaniyalar o'rtasidagi raqobat kun sayin kuchayib bormoqda, bu esa ish beruvchilar oldiga bunday xodimlarni jalb etish va ularni ushlab qolish borasida yangicha usul va yondashuvlarni ishlab chiqish vazifasini qo'ymoqda. Yangi vazifalar innovatsion kadr texnologiyalaridan foydalanishni taqozo qiladi.

Innovatsion madaniyatni shakllantirish muhim ahamiyat kasb etsada, kompaniya personalining samarali ishlashi borasida zaruriy mexanizm yaratish uchun birgina uning o'zi yetarli emas.

Masalan, bunda xodimlarni saralab olishning turli maxsus usullari (maxsus testlar, ko'p bosqichli suhbatlar, keyslar yechish va shu kabilar)dan foydalanishni ko'zda tutadi. Tadbirkor xodimni yollash borasida qaror qabul qilish chog'ida javob berishi lozim bo'lgan uchta asosiy savolni o'rtaga tashlaydi:

- Nomzod siz talab qiluvchi narsalarni bajarishga qodirmi?
- U sizning qadriyatlaringizni ma'qullaydimi?
- Siz ko'rishni xohlagan sifatlar nomzodda mavjudmi?

Jamoani shakllantirish borasida quyidagi tamoyillarga amal qilish kerak:

- birinchi darajali o'yinchilarni yollash;
- ishqibozlar jamoasini to'plash;

- har qanday rasmiyatchiliklarni chetga surib qo‘yish
- mavjud muammolarni tavsiflashda rostgo‘y bo‘lish, kompaniyaning nafaqat kuchli, balki zaif jihatlari haqida ham so‘z yuritish.

Innovatsion kompaniyalarda xodimlarni ishga yollashda qo‘llaniluvchi texnologiyalarni tahlil qilgan holda, quyidagi o‘ziga xos jihatlarni ajratib ko‘rsatishimiz mumkin:

1) yangi, iqtidorli xodimlarni uzluksiz izlashni yo‘lga qo‘yish, inqirozli vaziyatlarda yoki mehnat bozoridagi tanqislik sharoitida ularni tanlov asosida saralab olish;

2) turli professional tajriba, turli ijtimoiy rollar va turlicha ijtimoiy-madaniy xususiyatlardan kelib chiqqan holda, personalni shakllantirishga urg‘u berish (rang-baranglik siyosati - “diversity”);

3) xodimlarni ishga yollashning referent usulidan keng foydalanish;

4) test o‘tkazish, biznes-keyslar va nostandart holatlarni ko‘zda tutuvchi masalalar echish, barcha manfaatdor bo‘linmalar va nomzodning mumkin bo‘lgan kontragentlari bilan suhbatlar uyushtirish kabilarni ko‘zda tutuvchi ko‘p bosqichli saralash usulidan foydalanish;

5) o‘quv muassasalari bilan faol hamkorlikni yo‘lga qo‘yish, boshlang‘ich o‘quv kurslarini tashqil etish, stajirovka o‘tash tizimini takomillashtirish orqali yosh mutaxassislarni jalb etishga e‘tibor qaratish (stipendiya dasturlari, grantlar, musobaqa, tanlov va olimpiadalar o‘tkazishda ishtirok etish).

O‘zbekistondagi yirik kompaniyalarda innovatsion g‘oyalar yaratish madaniyatini takomillashtirish uchun quyidagilarni amalga oshirish lozim.

1. Ta’lim va malaka oshirish bo‘yicha bo‘lim yoki yo‘nalishni tashqil qilish.

Globalashuv sharoitida kompaniyalar uchun faoliyat chegarasini kengaytirish va mamlakatdan tashqariga chiqish nihoyatda muhim. Boshqa mamlakatlardagi tadbirkorlik faoliyati madaniyatini hamda urf-odatlar va an’analarni to‘liq bilish va tushunishni anglatadi.

2. Research and Development sohasida yetakchi xorijiy universitetlar bilan aloqalarni o‘rnatish.

3. Menejment va mutaxassislar o‘rtasidagi lavozimlar masofasini qisqartirish.

Yuqorida keltirilgan tamoyillar asosida noyob korporativ madaniyatni yaratish kompaniyalarga rivojlanishning yangi bosqichiga chiqish va innovatsion maqsadlarni hayotga muvaffaqiyatli tatbiq etish imkonini beradi.

Nazorat savollari

1. Qaysi omillar innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini belgilab beradi?
2. Innovatsion kompaniya korporativ madaniyatining xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Innovatsion kompaniyaning korporativ madaniyati uchun qaysi qadriyatlar xos?
4. Innovatsion biznesning o‘ziga xosligi kompaniyaning missiyasi va shiorini shakllantirishda qay tarzda namoyon bo‘ladi?
5. O‘z innovatsion biznesini yo‘lga qo‘yuvchi tadbirkor qanday vakolatlarga ega bo‘lishi lozim?
6. Innovatsion biznesda xodimlar qaysi mezonlar bo‘yicha saralab olinishi kerak?
7. Innovatsion kompaniyalarda personalni baholash tizimi qay tarzda barpo etilishi kerak?
8. Innovatsiyalarni yaratuvchi va ularni tijoratlashtiruvchi xodimlarni rag‘batlantirish va ularda ishtiyoq uyg‘otishning o‘ziga xosligi nimalardan iborat?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: O‘zbekiston 2017, 40 b.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-4947-son 2017-yil 7-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 08.02.2017 y.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21 sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini

innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi. 22.09.2018 y.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3899-son 2018-yil 6 avgustdagi "Ilmiy va innovatsion faoliyatni integratsiya qilish tizimi samaradorligini oshirishga doir chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori // Xalq so'zi. 07.08.2018 y.

5. Rahmatov M.A., Zaripov B.Z. Klaster – integratsiya, innovatsiya va iqtisodiy o'sish. // Risola. –T.: 2018. "Zamin nashr". -B. 110.

6. Айер Б., Дейвенпорт Т. Разбираем по винтикам инновационный механизм.

7. Google // Harvard business review Россия, Июнь-июл 2008, 55 с.

8. Барш Дж., Дэвидсон Дж., Капоцци М. Лидерство и инновации // Вестник McKinsey. №21, 2010. <http://www.mckinsey>.

9. Батлер Т., Уолдруп Д. Моделирование работы: искусство сохранения ценных сотрудников // Классика HBR: Как найти и удержать лучших сотрудников. – М.: Алпина Бизнес Букс, 2006. 181-183 с.

10. Белбин Р.М. Команды менеджеров. – Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2009, 238 с.

11. Дайер Д., Грегерсен Х., Кристенсен К. Ген изобретательства // Harvard business review Россия, Январь-февраль 2010. С. 58.

12. Кавасаки Гай. Стартап. –М., Алпина Бизнес Букс, 2011, 121-142 с.

13. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер. 2001. 320 с.

14. Красовский Ю.Д., Организационное поведение., М., ЮНИТИ, 2007, с.288,289.

15. Лаптев Г.Д., Ладионенко М.А., Полежаева Е.А., Храмова Е.Е., Шайтан Д.К. Компетентностный подход и рол дизайн-мышления в обучении инновационному предпринимательству, М., ООО «Теис».

16. Майклз Э., Хэндфилд-Джонс Х., Экселрод Э. Война за таланты. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005, 81-82 с.

17. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.:Издательский дом «Классика-XXI», 2007, 106-109 с.
18. Хэмел Г. Во главе революции. Как добиться успеха в турбулентные времена, превратив инновации в образ жизни. Спб.:2007.
19. Экономика инноваций. Лекции в схемах., Под. Ред Иващенко Н.П., М., ТЕИС 2010, 99 с.
20. Яголковский С.Р., Психология креативности и инноваций, М.,Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007, 64-66 с.
21. Patterson F., Kerrin M., Gatto-Roissard G. Characteristics & Behaviours of Innovative People in Organizations: Literature review., 2009.
22. Экономика инноваций. Курс лекций. Москва., МАКС Пресс, 2014.

14-MAVZU. INNOVATSION LOYIHA JAMOASINI SHAKLLANTIRISH.

Insonlar ba'zi hollarda luqmasiga imkoniyatidan katta bo'lgan nonni tishlab olishadi. Biroq biror bir ishga qodir har qanday rahbar doimo imkoniyat darajasidan kamroq emas, balki kattaroq ishga qo'l o'radigan kishilar bilan ishlashni moyil ko'radi.

L.Yakokka

Reja:

1. Innovatsion startup jamoa komandasining zarurligi, uning tarkibiy tuzilmasi.
2. Jamoa tiplari.
3. Kompaniyaning rivojlanishi asnosida jamoa dinamikasi.
4. Innovatsion loyiha jamoasini shakllantirish, asoslash, motivatsiyalash va rivojlantirish tamoyillari.

Asosiy tushuncha va atamalar:

Inson omili, boshqaruv tuzilmasi, biznesni tashqil etishda jamoaviy yondashuv, inson resurslari, inson kapitali, jamoa, jamoa tiplari, inson resurslari menejmenti, motivatsiya.

1. Innovatsion startup jamoa komandasining zarurligi, uning tarkibiy tuzilmasi

Texnologik taraqqiyot va innovatsiyalarga asoslangan zamonaviy biznesda inson omili, loyiha ustida ishlayotgan jamoaning sifati, jamoa komandasining har bir a'zosining umumiy ishga jalb qilinganligi, boshqaruv qarorlarini tezlik bilan qabul qila olish darajasi, o'zgarishlarga oson moslasha olish kabilar muhim o'rin tutadi. Insonlar, korxonada ishlovchi xodimlar har qanday biznes-loyiha, ayniqsa ixtirochilik g'oyalariga asoslangan biznes-loyihalarning samaradorligi va natijaviyligini belgilab beruvchi hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan omil hisoblanadi. Yalpi tarzda axborotlashtirish, telekommunikatsiya tarmoqlarining keng rivojlanishi, raqobat kurashining tobora shiddatli tus olishi, muhitning

noaniqligi, texnologiyalarning tezkor o'zgarishi, globallashtirish jarayonlarining chuqurlashuvi kabilar bilan tavsiflanuvchi bugungi kun muammolariga boshqaruvning klassik ierarxik tuzilmasi samarali javob qaytara olmayapti. Shu sababli ham, zamonaviy menejmentda iqtisodiy faoliyatni yo'lga qo'yishning jamoaviy usullariga alohida e'tibor qaratilmoqda. Jamoa komandasidan barcha vazifalarni majmualiy to'la-to'kis bajarilishini ta'minlash, xalqaro loyihalarni amalga oshirish, tashqilotni boshqarish borasida strategiyalarni ishlab chiqish va shu kabi masalalarda keng foydalaniladi. Jamoa komandasi puxta o'ylangan holda tashqil etilib, uni boshqarish mohirona yo'lga qo'yilgan holatda, insonlarni boshqarish borasidagi jamoaviy yondashuvi kompaniya faoliyati samaradorligini oshirishning muhim dastagiga aylanadi. Ushbu holatda, boshqaruvni amalga oshirayotgan shaxslarning o'рни va mavqei keskin ortadi. Tashqilot, muassasa yoki muayyan bir iqtisodiy hududning taqdiri mana shunday insonlarning malakasi, ish faolligi, insonlarga ta'sir ko'rsata olish qobiliyatiga ko'p jihatdan bog'liq bo'lib qoladi.

Mamlakatimiz iqtisodiyotini innovatsion asoslarga o'tkazish borasida tizimli islohotlar amalga oshirilayotgan bugungi sharoitda, biznesni tashqil etish borasidagi jamoaviy yondashuv, har qachongidan ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Yuqori texnologiyali biznesda, ayniqsa, uning ilk bosqichlarida tadqiqotchilar tomonidan People chemistry (inson kimyosi) deb ataluvchi tamoyil keng foydalaniladi. Mazkur tamoyilning mohiyati shundan iboratki, u muloqot davomida rahbarlar va ijrochilar, biznes asoschilari va yollanma personal o'rtasida vujudga keluvchi bir-birlariga nisbatan simpatiya yoki antipatiya'ni tavsiflaydi. Bu o'rinda shuni inobatga olishimiz lozimki, ko'pchilik yuqori texnologiyali kompaniyalarda natija (mahsulot) va maqsadlarga erishilishini ta'min etuvchi jamoaning asosiy qismi tabiiy-ilmiy fanlar, tadqiqotchilik, muhandislik sohasi mutaxassislaridan tashqil topadi. Mazkur faoliyat turi tijoratga yo'naltirilgan faoliyat turlaridan ma'lum bir jihatlari bilan farq qiladi (14.1-jadval).

Ilmiy tadqiqot va tijorat faoliyati o'rtasidagi asosiy farqlovchi jihatlar

14.1-jadval

Fan	Biznes
1. Boshqa sohalardan farqli ravishda fanda muvaffaqiyatga erishishi insonning shaxsiy qobiliyatlariga, har bir xodimning kasbiy tayyorgarligi va ko'nikmalariga bog'liq bo'ladi. Fan insonlarda fikr erkinligini, individualizmni, kasbiy qarorlar qabul qilish borasida mustaqil yo'l tutish kabi xislatlarni tarbiyalaydi.	1. Tashkilotning muvaffaqiyati ko'p jihatdan uning xodimlari, bo'linmalari ishining yaxshi yo'lga qo'yilishiga va boshqaruv qarorlarning o'zaro kelishuv asosida qabul qilinishiga ko'p jihatdan bog'liq bo'ladi.
2. Yangi bilimlarning kashf qilinishi asnosida olim yoki mutaxassis jamoatchilikni yangi bilim va ixtirolardan xabardor qilishga intiladi.	2. Biznesda kelgusida uni rivojlantirish nuqtayi nazaridan istiqbolli bo'lgan har qanday yangi g'oya va ixtirolar axborotning tarqalib ketishidan himoya qilinadi.
3. Ilmiy tadqiqot faoliyatining asosiy qadriyatlari: hodisa yoki jarayonlarning asl mohiyatiga etish, rivojlanish, muqobillikni oshirish, tuzilmani murakkablashtirish.	3. Tijorat faoliyatining asosiy qadriyatlari: foyda, biznes-jarayonlarning samaradorligi, standartlashtirish, variativlikni pasaytirish.

Ilmiy tadqiqot faoliyati va tijoratga yo'naltirilgan faoliyatning o'ziga xos jihatlarga egaligi bois, loyihalarda va jamoalarda insonlarni boshqarishni murakkablashtiruvchi ma'lum bir ziddiyatlar kelib chiqadi. Shu sababli turli faoliyat sohalarida (olimlar va menejerlar, iqtisodchilar va muhandislar, dasturchilar va sotuvchilar) mehnat qiluvchi xodimlardan iborat bo'lgan jamoani boshqarishda muayyan bir muammolar kelib chiqsa, bu borada bir qator shartlarning bajarilishini ta'min etishimiz talab etiladi. Bunday

shartlar sirasiga masalaning kun tartibiga qo'yilishi, natijalarni rejalashtirish va baholashga uning bajarilishini ta'min etishga qodir bo'lgan mutaxassislarni jalb etish, jamoa tipiga bog'liq holda korxonalar jamoasi ishini tashqil etishda har bir xodimga nisbatan individual yondashish kabilarni kiritishimiz mumkin.

Tadbirkorlik, ixtirochilik va innovatsiyalar mavzusi bilan shug'ullanuvchi ko'pchilik mualliflar bir tomondan innovatsiyalarga, ilmiy ishlanmalarga asoslangan biznesni ijodiy faoliyat deb tan olsalar, boshqa bir tomondan esa iqtisodiyotni innovatsion-modernizatsiyalash asosida rivojlantirish uchun tashqiliy tuzilmalarning moslashuvchanligini oshirish, yetakchilik xususiyatlarini shakllantirish va o'zaro hamkorlikda jamoaviy yondashuvga asoslanish lozim, deb hisoblaydilar.

Biroq tadbirkorlik, ixtirochilik faoliyati ijodiy tabiatga ega ekanligi va ayniqsa innovatsiyalarni tijoratlashtirish borasidagi biznes-masalalarni hal etishda ijodiy yondashuvning zarurligi borasida bir to'xtamga kelingan bo'lsada, biznes maqsadlari va ijodiy, ilmiy va ixtirochilik faoliyatining maqsadlari va tabiati o'rtasida mutlaq tavsifga ega bo'lgan ziddiyatlar mavjudligi ko'pchilik holatlarda e'tibordan chetda qoldirib kelinmoqda.

Har qanday ijodiy akt, izlanish, tadqiqotchilik faoliyati tizimni rivojlantirish va kengaytirishga, maqsadga erishish yo'llarini ko'paytirishga yo'naltirilgan. Ushbu holatda har qanday tadbirkor samarali biznes – bu birinchi navbatda, biznes jarayonlarni arzonlashtirish, takomillashtirish va doimiy standartlashtirish hisobiga ta'min etiluvchi xarajatlarni doimiy pasaytirib borish asnosida eng yuqori foydaga ega bo'lish ekanligini yaxshi anglab yetadi. Bu yerda biznesning muayyan rentabellik darajasini saqlab qolgan holda, ijodkorlik va innovatsion faoliyatni qay tarzda doimiy yangilanib borishini ta'minlash borasida amaliyotda hanuz o'zining yakuniy yechimiga ega bo'lmagan ziddiyatga duch keladi.

Boshqa bir tomondan esa, fan sig'imli biznes ijod va biznes o'rtasidagi ziddiyatni osongina hal etish mumkin bo'lgan o'ziga xos soha hisoblanadi, chunki bu yerda ijodkorlik, ixtirochilik mehnatining natijalari biznesning raqobatbardoshligini belgilab beruvchi murakkab tizimni boshqarish va mavjud variantlar orasidan eng maqbulini tanlab olish imkonini bergani holda,

biznesning asosini tashqil etadi. Biroq bunday imkoniyatni amalga oshirish uchun kompaniya ishchi-xodimlari jamoaviylik tamoyili asosida faoliyat ko'rsatishlari, kompaniya menejmenti esa kompaniyada yuz berayotgan o'zgarishlarni kuzatib borishi, korxonada oldida turgan maqsadlar va kun tartibidagi dolzarb vazifalardan kelib chiqqan holda, boshqaruv tizimini takomillashtirishni talab etiladi.

Bunday ziddiyatlarni hal qilishning usullaridan biri, mantiqan o'ylab ko'rilsa, mehnatni ijtimoiy-ruhiy jihatdan tashqil etish asosida yotadi. Mehnatni ijtimoiy-ruhiy jihatdan tashqil etish, o'z navbatida jamoada ijodiy muhit yaratishni, xodimlarning birgalikdagi faoliyatini yo'lga qo'yishni ko'zda tutadi. Jamoaviy faoliyatning bunday tipi jarayonning har bir ishtirokchisi yangi mahsulot (g'oya, texnologiya)larni yaratishda birdek teng huquqli bo'lgan, ishtirokchilarning bu borada qo'shgan ulushlari (izlari)ni alohida ajratib olish mumkin bo'lmagan fan va san'at sohasidagi faoliyat uchun xosdir. Birgalikdagi ijodiy faoliyatni yo'lga qo'yishning asosiy sharti xatoga yo'l qo'yish va ularni to'g'rilashni tan oluvchi va jamiyat tomonidan inkor qilinishiga va obro'-e'tiborning yo'qotilishiga yo'l qo'ymaydigan jamoada bir-birini qo'llab -quvvatlovchi xavfsiz muhitni yaratishdan iborat.

Biroq beg'araz hamkorlik, egiluvchanlik va jamoaviy ruh maqsadni amalga oshirish borasida duch kelinuvchi dastlabki jiddiy qiyinchiliklargacha yoki umumiy muvaffaqiyatga erishishda har bir ishtirokchining qo'shgan hissasi va o'rnidan kelib chiqqan holda ishlab topilgan pullarni taqsimlashgacha mavjud bo'lishini har qanday tadbirkor yaxshi biladi. Inson tabiatiga xos bo'lgan o'zaro tabiiy raqobat va jamoaviy ishlash zaruriyati o'rtasidagi ziddiyat jamoa a'zolari va yetakchisi tomonidan doimiy e'tibor berilishini talab etuvchi jamoani shakllantirishning tashqiliy masalalarini etarlicha murakkab ekanligini ko'rsatadi. Quyida ulardan bir nechtasini keltirib o'tamiz.

- jamoani u yoki bu faoliyat yoxud ishni amalga oshirishda birgalikda faoliyat ko'rsatuvchi bir nechta insonlardan iborat guruh, deb ta'riflasalar, yana bir guruh mualliflar "Jamoat – bu ma'lum bir aniq natijaga erishishi borasida javobgarlik va jarayonni amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan operatsiyalarni o'zaro taqsimlovchi

shaxslar guruhidir. Jamoa a'zolari ish faoliyatida o'zaro bog'liq hisoblanadilar, ya'ni ular qo'yilgan maqsadlarga erishish borasida jamoaning boshqa a'zolarining mehnatiga ehtiyoj sezadilar.

- Agar jamoa destruktiv nizolardan holi bo'lsa, mazkur jamoada o'ziga xos yakdillik ruhi, xodimlarning yuqori motivatsiyasi va konstruktiv faolligi sezilib turadi. Rahbar qo'l ostidagi xodimlarning layoqati va imkoniyatlariga alohida e'tibor qaratgani holda, jarayonda ishtirok etayotgan har bir xodimning kuchli tomonlarini ro'yobga chiqarishga harakat qiladi. Ushbu holatda allaqachon shakllangan jamoa yoxud faol tarzda shakllanayotgan jamoa to'g'risida gapirishimiz mumkin bo'ladi.

- O'z-o'zini yo'naltiruvchi ishchi jamoa – bu ishning tugallanmagan qismini bajarish uchun zarur bo'lgan barcha bilim, ko'nikma, vakolat va majburiyatlarga ega bo'lgan insonlar guruhidir. Jamoa ishni rejalashtiradi va bajaradi, nazorat va boshqaruvning ko'pgina funksiyalarini amalga oshiradi. Muammoni aniqlashtirish, tahlil qilish va hal qilish borasida jamoa a'zolari doimiy ravishda (har haftada bir marta yoki kunaro) uchrashib turadilar. Ular ishchi grafiklarni tuzadilar, maqsadlarni belgilab oladilar, jamoa tarkibini shakllantiradilar, iste'molchilar, ta'minotchilar va boshqa bo'limlar bilan ishlarni muvofiqlashtiradilar. Ilgarilama tavsifga ega bo'lgan ta'lim jarayoni o'z-o'zini yo'naltiruvchi ishchi jamoa faoliyatining zaruriy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Jamoani aniqlashtirish borasida yuqorida keltirib o'tilgan ta'riflardan kelib chiqqan holda, jamoaga quyidagicha ta'rif berish o'rinli: Jamoa komandasi – bu umumiy maqsad, vazifalar, ishga nisbatan yagona yondashuv va alohida mas'uliyat doirasi bilan birlashgan, bir-birlarini to'ldirib turuvchi ko'nikmalarga ega insonlar guruhidir.

Piramida tamoyili asosida ishlovchi klassik ierarxik tashqiliy tizimda rahbar qo'l ostidagi xodimlarga topshiriq beradi va uning ijrosini nazorat qiladi, ya'ni o'z mohiyatiga ko'ra muammoning qo'yilishi, uning mazmuniga, pirovardida esa vazifalarning ijrosi bo'yicha mas'ullik rahbarning zimmasiga yuklatiladi. Jamoada ishlash jarayonida jamoaning barcha a'zolari muammoni muhokama qilishda ishtirok etadilar. Muammoning muhokamasidan so'ng

vazifalar belgilab olinadi va vazifalarning ijrosini ta'minlash bo'yicha ssenariylar ishlab chiqiladi. Shundan so'nggina, javobgarlik hududlari (natijaga erishish borasida kim nimaga javob berishi) aniqlashtirib olinadi, vazifalarni amalga oshirish muddatlari va shartlari belgilab olinadi, vazifalarning ijrosi ta'minlanadi. Jamoada ishning mana shu taxlit yo'lga qo'yilishi asosida uning har bir a'zosi muammoning asl mohiyatini anglab yetadi, muammoni muhokama qilishdan tortib, to umumiy natijaga ta'sir qiluvchi jarayonlarda to'liq ishtirok etadi. Bu esa jamoa a'zolarining jalb etilganlik va mas'ullik darajalarini oshirgani holda, sinergiya samarasini keltirib chiqaradi.

Jamoa ishining ijobiy va salbiy jihatlari

14.2-jadval

Ijobiy jihatlari (+)	Salbiy jihatlari (-)
Jamoaning barcha a'zolarini muammoning muhokamasiga jalb qilish, kollektiv qarorlar ishlab chiqish, hamkorlikda muvozanatlashgan qarorlar qabul qilish	Qarorlar qabul qilishning uzoq muddatga ega bo'lishi, ularning o'rtacha tavsifga ega bo'lishi
Jamoaning noan'aviy yechimlarni ishlab chiqish va "yechimlar jamlanmasi"ni yaratish layoqati	Jamoani yaratish ko'p vaqt va boshqa resurslarni talab etuvchi energiya sarfi yuqori bo'lgan jarayon hisoblanadi
Umumiy maqsadlarni o'zining shaxsiy maqsadlar sifatida qabul qilish, umumiy natijaga javobgarlik, pirovardida faoliyatning asosiy ko'rinishi sifatida o'zaro hamkorlik va bir-birini qo'llab-quvvatlash	Boshqaruvning ierarxik tizimida qabul qilingan boshqaruvning klassik tizimi jamoada "ish bermaydi", buning natijasida qarorlar qabul qilish uchun sarflanadigan vaqt ko'payishi mumkin
Jamoaning barcha a'zolariga kasbiy mahorat asosiy talab sifatida qo'yiladi	Insonlarning o'zaro bir-birlariga mos kelishlariga alohida e'tibor qaratish talab etiladi
O'z-o'zini tashqil etish, "yu-	Har bir jamoa o'ziga xos bo'lib,

qoridan” doimiy nazoratni amalga oshirish talab etilmaydi	ularni nusxalashtirish amalda mumkin emas
---	---

Jamoa faoliyatini jamoa tipi asosida tashqil etish bir paytning o‘zida o‘zining ham ijobiy ham salbiy jihatlariga ega.

Jamoadada ishlashning g‘arb va sharq mentalitetiga xos jihatlarini e‘tiborga olish muhimdir. “G‘arb” (amerika, yevropa) jamoalari o‘z faoliyatlarida jamoaning barcha a‘zolari birdek qabul qiladigan “qonun” yoki “o‘yin qoidalari”ga asoslanib ish ko‘radilar. “Sharq”qa xos bo‘lgan jamoalarda jamoaning barcha a‘zolari birdek buysunuvchi an‘analar va ierarxiya qonunlari ustun mavqega ega bo‘ladi. Mahalliy korxonalarda jamoadada ishlashda kommunikativ, shaxslararo qadriyatlar (halollik, hamkorlik, ochiqlik, o‘zaro ishonch, o‘zgalarga e‘tiborli bo‘lish kabilar) muhim o‘rin tutadi. Umumiy ish natijasiga ijodkorlik va javobgarlik shubhasiz katta ta‘sir ko‘rsatadi. Mazkur holat mahalliy jamoalarning salbiy jihatlarini ko‘rsatib beradi, ya‘ni mahalliy jamoalarda jamoaviy “ruh”ning ustun bo‘lishi oqibatida, emotsional tashqil etuvchilar o‘rnining pasayishi jamoa ish faolligi va samaradorligiga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi.

An‘anaviy menejmentni jamoa faoliyatini jamoa tipi bo‘yicha tashqil etish bilan solishtirish quyidagi natijalarni beradi.

An‘anaviy menejment va jamoa menejmenti

14.3-jadval

An‘anaviy menejment	Jamoa menejmenti
Maqsadlar aniq va to‘g‘ri qo‘yilgan. Ular nisbatan sodda bo‘lib, mazkur maqsadlarni rahbar belgilab beradi va ijrosini nazorat qiladi	Maqsadlar noaniq va murakkab tarkibga egaligi bilan farqlanadi, maqsadlar muhokamalar natijasida vujudga keladi va jamoa a‘zolari tomonidan o‘z shaxsiy maqsadlari sifatida qabul qilinadi
Maqsadlarga erishish borasidagi javobgarlik rahbar zimmasiga yuklatiladi	Umumiy maqsadlarga erishish borasidagi javobgarlik har bir a‘zoga yuklatiladi va har bir a‘zo tomonidan qabul qilinadi
Ish uchastkalari va ular bo‘yicha	Ixtisoslashuvdan umumiy natija

javobgarlikning qat'iy biriktirib qo'yilishi	uchun javobgarlik
Rasmiy munosabatlar, ierarxiya	Norasmiy munosabatlar, "yassi" tuzilma

Ishchi guruhlar bilan olib borilgan bir necha o'n-yillik tadqiqotlar va yuzlab tajribalar natijasida, XX asrda jamoalarning muvozanatlashgan rolli tarkibi nazariyasi ishlab chiqilgan. Guruh ishtirokchilarini rollar bo'yicha tiplashtirish psixotiplar nazariyasi bilan bir xil uslubiy asoslarga ega bo'lsada, birmuncha amaliy tavsifga egaligi bilan bu yondashuv ajralib turadi. Jamoani shakllantirishning rolli yondashuvga taya'nib ish ko'ruvchi ilg'or jamoalar rollarning 4 ta yirik guruhi: lider, intellektual-tahlilchi (kreator), menejer-ijrochi, muzokara olib boruvchilarni o'z ichiga qamrab oladi. Turli jamoaviy rollarning imkoniyatlari va o'ziga xos xususiyatlarini bilish innovatsion startap jamoasini to'g'ri shakllantirish imkonini beradi.

Jamoani shakllantirish borasida shunday xulosaga kelish mumkinki, kollektiv ishini jamoaviy yondashuv asosida tashqil etish ma'lum bir shart-sharoitlar mavjud bo'lgandagina o'zini oqlashi mumkin bo'lgan jamoa yetakchilari va uning har bir a'zosidan barcha xatti-harakatlarni va resurslarni birlashtirishni talab etadi.

Menejmentning yuqori bo'g'inlarida jamoani shakllantirish zaruriyati bajarilishi ko'zda tutilgan vazifalardan kelib chiqib belgilanadi. Bunda vazifalarning uch turini ajratish mumkin:

- 1) texnik tabiatga ega bo'lgan oddiy vazifalar;
- 2) mavhumlikning me'yordagi darajasi bilan tavsiflanuvchi odatiy vazifalar;
- 3) barcha manfaatdor tomonlar uchun qiziqarli bo'lgan nisbatan murakkab va mavhumlik darajasi yuqori bo'lgan vazifalar.

Samarali jamoani shakllantirish – jamoa yetakchisi va uning a'zolari uchun yetarlicha mehnat va energiya sig'imi yuqori, uzoq muddat talab etuvchi jarayon hisoblanadi. Shu bois samarali jamoani shakllantirishda kompaniya va jamoa oldida turgan vazifalarning xususiyatlarini aniqlashtirish, ta'sir etuvchi tashqi va ichki muhit omillarini to'laqonli ravishda hisobga olish talab etiladi.

Rivojlanishning dastlabki bosqichida bo'lgan, xususan fan sig'imli biznes faoliyatini yangidan yo'lga qo'yishda ko'pincha

ishni jamoaviy yondashuv asosida tashqil etish talab etiladi. Bunda ular faoliyat ko'rsatuvchi vaziyat va shart-sharoitlarni mavhumlik va tavakkalchilik darajasi yuqori bo'lgan shart-sharoit va vaziyatlar sifatida baholash mumkin.

Innovatsion startapdagi jamoaviy rollar va kompetensiyalar

14.4-jadval

Kompetensiyalar/jamoaviy rollar	Tadbirkorlik (mahsulot va xizmatlarni ilgari surish va piar)	Ixtirochilik (mahsulotlar)	Tijorat (sotuvlar)	Tahliliy (hujjatlar)
	Lider (yetakchi)	Intelluktual- kreator	Muzokara olib boruvchi	Intellek- tual- tahlilchi
	Menejer-ijrochi			

Shu tariqa, mazkur bo'limda quyidagi savollarni qisqacha ko'rib chiqdik:

1) ilmiy tadqiqot va tijoratga yo'naltirilgan faoliyat turlarining o'ziga xosliklari va turli kasb va mutaxassisliklarga ega bo'lgan xodimlarni boshqarishda yuzaga keluvchi ziddiyatlar aniqlashtirildi;

2) "jamo" tushunchasiga turli ta'riflar keltirib o'tilgani holda, unga bugungi kun nuqtayi nazaridan to'g'ri va yaxlit bo'lgan ta'rif berildi;

3) an'anaviy ierarxik menejment bilan jamoaviy menejment o'zaro taqqoslanib, kollektiv ishni jamoa tipi bo'yicha tashqil etishning ijobiy va salbiy jihatlari aniqlashtirildi;

4) zaruriy kompetensiyalarga ega bo'lgan innovatsion startap jamoasini shakllantirishda jamoadagi rollarning o'rnini va ahamiyatini ochib berildi;

5) Jamoa tipi bo'yicha jamoa ishini tashqil etish uchun zarur bo'lgan sharoitlar aniqlashtirilib, innovatsion startap uchun jamoaning zarurligi asoslab berildi.

2. Jamoa tiplari

Jamoalarning bir nechta tipologiyasini ko'rib chiqamiz (14.5-jadval). Tadqiqotchilar tomonidan kollektiv ishini jamoa tipi bo'yicha tashqil etish o'ziga xos jihatlarga ega bo'lgan faoliyat yuritishning ikki katta sohasi – ishlab chiqarish va intellektual sohalari ajratib ko'rsatiladi.

Intellektual jamoalarning mazkur tasnifi doirasida innovatsion, fan sig'imli biznes-loyihalar jamoasi uchun quyidagi belgilar xosdir:

- ijodkor insonlar, olimlar foizining yuqoriligi;
- munosabatlarning minimal darajada rasmiylashuvi;
- etakchi motiv sifatida ishga qiziqish omilining yuqoriligi, insonlarga ta'sir ko'rsatishda rasmiy instrumentlarining mavjud emasligi yoki yetarli darajada emasligi.

Intellektual va ishlab chiqarish jamoalari

14.5-jadval

Taqqoslash mezonlari	Ishlab chiqarish sohasi	Intellektual soha
Ish va jarayonlar tavsifi	Texnologik jihatdan avtonom yoxud nostandart uchastkalar, avariya holatlari	Tadqiqotlar, eksperiment, tahlil va maqbul qarorlarni izlab topish
Vazifaning qo'yilishi	Ishlarni bajarish muddatlari, shart-sharoitlari va erishilishi ko'zda	Ba'zan muammoning o'ziga xosligi va favqulodda murakkabligi bo'lsa uning

	tutilgan natijalar, yakuniy natijani ta'min etish va to'lovlarni amalga oshirishning yuqori darajada aniqligi	qo'yilishi mumkin bo'lmay qoladi, shu sababli yechimi borasida aniq muddatlar qo'yilmaydi
--	---	---

14.5-jadvalning davomi

Rag'batlantirish shakli	Ijtimoiy tan olish va ma'naviy rag'bat unsurlari bilan birga moddiy-qiyamat ko'rinishidagi rag'batlantirish	Rag'batlantirishning moddiy-qiyamat ko'rinishi asosiy omil sanalsada, mansab pillapoyalari bo'yicha o'sish va jamoda tan olinish muhim ahamiyat kasb etadi
Malaka	Yuqori ijro intizomi sharoitida yuksak kasbiy mahorat	Insonlarning hamjihatligi, kompetentligi, ularning o'zaro bir-birini to'ldiruvchanligi, qadriyatlarning yaxlitligi sharoitida yuksak kasbiy mahorat
Ijodiy salohiyat va kommunikativ kompetentlik	Moddiy rag'batlantirish yetarlicha bo'lgan sharoitda ijodiy salohiyat va kommunikativ kompetentlik borasida qo'yilayotgan talablar asosiy bo'lmasligi ham mumkin	Asosiy qo'yiluvchi talablar
Mahsuldor	Vaqtinchalik bir	Yuqori va shu sababli

ishning davomiyligi	martalik jamoalar foizining yuqoriligi	alohida e'tibor bilan saralab olish talab etiladi
---------------------	--	---

Faoliyat sohalariga ko'ra jamoa komandalarini tiplarga ajratish borasida boshqa asoslar ham mavjud.

Kross-funksional va intakt jamoalar

14.6-jadval

Tasniflash mezon	Kross-funksional	Intakt
Tarkibiga ko'ra	Turli xodimlar, kasblar va bo'linmalarning vakillaridan iborat jamoa komandasi shakllanadi	Jamoa komandasi bitta bo'linmaning xodimlaridan tashqil topadi
Maqsadlariga ko'ra	Bitta masalaga e'tiborni qaratish	Ish (jarayon)larning ma'lum bir uchastkasi doirasida bir nechta masala ustida ish olib borish
Faoliyatni baholash	Maqsadlarga erishish	Asosiy ishlab chiqarish jarayonini ta'minlash

Shuningdek tadqiqotchilar tomonidan ishchi guruhlardan psevdo jamoalar, potensial jamoalar orqali real va yuqori samarali jamoa komandasiga aylanishining sinergetik samarasini belgilab beruvchi jamoalar jipsligi va faolligining bir necha darajasi farqlanadi (6).

Ishchi guruh – bu sinergetik samaraga zarurati bo'lmagan yoki jamoa komandasi sifatida shakllanish borasida imkoniyati mavjud bo'lmagan guruhdir. Jamoa a'zolari axborot va tajriba almashish borasida o'zaro hamkorlik qiladilar. Bu holatda yagona maqsad va o'zaro javobgarlik bo'lmaydi.

Psevdo jamoa – bu o'zini jamoa komandasi deb atashi mumkin bo'lgan guruh bo'lsada, amalda uning a'zolari hamkorlikda faoliyat yuritishni istashmaydi yoxud birgalikda faoliyat ko'rsatish samaradorligini oshira olmaydilar. Bu o'rinda salbiy sinergiya ustun bo'ladi, ya'ni yaxlit tarzdagi natija yakka holda faoliyat ko'rsatuvchi qismlar natijasidan kichik bo'ladi.

Potensial jamoa – bu birgalikdagi mehnat samaradorligini oshirishga intiluvchi guruh hisoblanadi, biroq ularda umumiy natijaga javobgarlik hissi yetishmaydi, umumiy maqsadlarni ko‘pincha anglab yetmaydilar, jamoaviy intizomga qat’iy buysunmaydilar.

Real jamoa komandasi – bu jamoadagi insonlar kompetentlik borasida bir-birlarini to‘ldiruvchi, jamoa maqsadlari va javobgarligini to‘lig‘icha qabul qiluvchi potensial va yuqori samarali jamoa komandalari o‘rtasidagi guruhli faollikning oraliq holati hisoblanadi, ammo bu o‘rinda sinergiya samarasi to‘lig‘icha namoyon bo‘lmaydi.

Yuqori samarali jamoa komandasi – bu a‘zolari javobgarlikning yuqori darajasini o‘z zimmasiga olgan va qo‘yilgan maqsadlarga erishish borasida o‘zaro javobgarlikni to‘lig‘icha his qilgan real jamoa komandasidir. Bu o‘rinda sinergiya samarasi namoyon bo‘ladi, aynan mana shu samara tufayli jamoa atrofdagilarning kutilishlaridan ham yaxshiroq bo‘lgan natijalarga erishadi.

Yuqorida sanab o‘tilgan tasniflashlar bilan bir qatorda tadqiqotchilar tomonidan boshqaruv va loyihalashtiruvchi jamoalar, dolzarb muammolarni hal etish uchun tashqil etilgan jamoalar, avtonom, loyiha, tezkor, tadbirkorlik, ishlab chiqarish, sifatni yaxshilashga yo‘naltirilgan jamoalar, menejerlik jamoalari, mustaqil ijodiy guruhlar va shu kabilar ajratib ko‘rsatiladi. Jamoalarni tasniflash borasidagi bunday xilma-xillik jamoaning tavsiflari va xususiyatlarini turlicha talqin qilinishiga olib keladi. Jamoalarni tiplarga ajratish jarayonlarini tartibga solish borasida quyidagi mezonlarga taya‘nishni tavsiya etiladi:

1) tashkilotning jamoa komandasiga kiruvchi xodimlarining toifasi;

2) jamoa tomonidan amalga oshiriluvchi maqsad va vazifalar;

3) jamoaning faoliyat ko‘rsatish davomiyligi;

4) jamoani boshqarish tavsifi;

5) jamoada ishni tashqil etish borasidagi munosabatlar shakli;

6) jamoaning maqsadga erishish usullari.

Tadqiqotchilar amalda jamoalarning turli tipiga mansub bo‘lgan xususiyatlarni o‘zida mujassam etishi mumkinligini,

to'lig'icha shakllangan mezonlar esa uni ilmiy tarzda loyihalashtirishga imkon berishini ta'kidlaydilar. Shunday qilib, jamoa to'g'risida tushunchaga ega bo'lish innovatsion loyiha komandasidagi dinamik jarayonlarni atroflicha anglab yetish imkonini beradi.

3. Kompaniyaning rivojlanishi asnosida jamoa dinamikasi

O'z faoliyatini biznes-g'oyadan boshlagan har qanday kompaniya o'z rivojlanishida uzoq yo'lni bosib o'tadi. O'z faoliyatini startap sifatida boshlagan jamoa ham o'zgaradi, o'z shaklini o'zgartiradi, qulay vaziyat va shart-sharoitlarning tarkib topishi va yetakchilarning xatti-harakatlari evaziga rivojlanadi. Noqulay shart-sharoitlar va vaziyatning vujudga kelishi holatida esa, jamoa tarqoqlanib, oxir-oqibat yo'qlikka yuz tutadi. Venchur tadbirkorlikni amalga oshirishning zamonaviy amaliyotida innovatsion (fan sig'imli) loyihalar bosib o'tuvchi bosqichlarning ma'lum bir tiplarga ajratilishi shakllanib ulgurdi. Mazkur bo'limda biz ushbu bosqichlarni ko'rib chiqamiz.

Odatda, innovatsion loyiha hayotiylik sikli bosqichlari investitsiyalarning dastlabki qiymati va pullarning vaqt bo'yicha qiymati (NPV)ni hisobga olgan holdagi pul oqimlarining egri chizig'i bilan tasvirlanadi. Amaliyotda quyidagi bosqichlar ajratib ko'rsatiladi: pre-seed (ekishdan oldingi bosqich), seed (ekish bosqichi), start-up (startap), early stage (ilk o'sish), expansion (kengayish), exit (chiqish).

Innovatsion loyiha bosqichi bozor va unda ustun mavqega ega bo'lgan iste'molchi tipi bilan belgilanadi. Xususan konservator hech qachon texnologiya'ni sotib olmaydi, u faqat yaxlit mahsulotni sotib oladi xolos. Shu sababli ham startap bosqichida bo'lgan texnologiya yoki mahsulotni konservatorlik kayfiyatidagi iste'molchiga taklif qilib bo'lmaydi. Bozor va iste'molchilar umumiy holatda kompaniya menejmenti va boshqaruv jamoasiga, boshqaruv usul va vositalariga ma'lum bir talablarni ilgari suradi.

Shundan soʻng, innovatsion loyihaning rivojlanish bosqichlari va umumiy dinamikasiga mos tushishi lozim boʻlgan jamoa dinamikasini aniqlashtirib olishimiz talab etiladi.


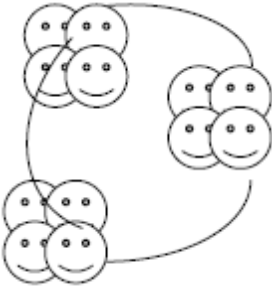
Qachonki jamoani shakllantiruvchi va uni qoʻllab-quvvatlovchi muayyan bir yetakchi boʻlgandagina, biznesning ilk bosqichlarida boshqaruv birligi sifatida jamoa toʻgʻrisida gapirishimiz oʻrinli boʻladi. Biznesning rivojlanishi va oʻsishi yangi xodimni jalb etish zaruriyatini keltirib chiqaradi. Ushbu vaziyatda dastlabki shakllangan jamoa aʼzolarida boshqaruv inqirozining dastlabki koʻrinishlari paydo boʻla boshlaydi. Biznes jarayonlarni va kompaniya tuzilmasini toʻgʻri yoʻlga qoʻyishga yoʻnaltirilgan doimiy menejment personalini tashqil etish bunday inqirozning oldini olishning samarali usul va vositasi hisoblanadi. Toʻliq shakllangan biznes-jarayonlarga va oʻziga xos tuzilmasiga ega boʻlgan kompaniyalarda boshqaruv birligi sifatida jamoa ishlarni loyiha asosida tashqil etish borasida muhim ahamiyat kasb etadi. Mazkur holatda koʻpincha loyihalarni boshqarish nazariyasi va amaliyotiga murojaat qilinadi. Biznes doimiy tuzilmaga ega boʻlib borgani sari jamoa, personalning faoliyatni amalga oshirishga boʻlgan umumiy ragʻbati obyektiv tarzda pasayib boradi, bu esa boshqaruv darajasi va sifatini (shu jumladan personalni ragʻbatlantirishni boshqarish tizimini) yaxshilash evaziga qoplanishi lozim.

Shaxslararo munosabatlardan kelib chiqqan holda jamoada yuz beruvchi dinamik jarayonlarni ham eʼtiborga olish talab etiladi. Bugungi kunda jamoada shaxslararo munosabatlarning rivojlanish dinamikasini yoritishga xizmat qiluvchi koʻplab modellar mavjud. Loyihaning samarali chiqishini xohlar ekanmiz, shaxslararo munosabatlarni eʼtibordan chetda qoldirmasligimiz lozim, chunki jamodagi shaxslararo munosabatlarning tavsifi, oʻyin ishtirokchilarining bir-birlariga boʻlgan ishonchi koʻp jihatdan loyiha jamoasining samaradorligini belgilab beradi. Jamoadagi shaxslararo munosabatlarning jipsligi, oʻzaro hurmat va qadriyatlar asosiga qurilganligi, oʻyinchilarning oʻzaro ishonchining yuqoriligi jamoani rivojlanishning keyingi bosqichiga oʻtishiga imkon bergani holda, innovatsion loyihani yakuniy maqsad sari tobora yaqinlashtiradi. Aks holda loyihaning amalga oshishi shubha ostida qolishi tayin

boʻlib qoladi. Jamoada guruhlar rivojlanishining bir nechta dinamik modellarini qarab chiqamiz.

Jamoaviy ish darajalari

14.7-jadval

Jamoaviy ish darajasi	Tasvirlanishi	Biznesning rivojlanish bosqichi
1. Yuqori samarali, o'zini-o'zi boshqaruvchi jamoa		Tarkiblashtirishga bo'lgan ehtiyojgacha, doimiy menejmentni joriy etishgacha bo'lgan bosqich
2. Sermahsul jamoa majmuasi: Jamoaning ishga bo'lgan munosabati xulq-atvor etaloni sifatida qaraladi		Personal sonining o'sishi, biznesni tarkiblashtirish va uni rasmiy yo'l-yo'riqlarga solishning kuchayishi asnosida ishga bo'lgan jamoaviy munosabatni saqlab qolish talab etiladi.

Jamoa va tashqilotlarni shakllantirish va rivojlantirishning ko'p sonli dinamik modellari va ularni innovatsion biznesning rivojlanish bosqichlari bilan muvofiqlashtirish zaruriyati bilan bog'liq holda quyidagi savol tug'iladi. Xodimlar sonining ortib borishi va biznesning qat'iy tuzilmaga ega bo'lib borishi (ierarxik boshqaruvning yo'lga qo'yilishi, quyi, o'rta va yuqori bo'g'in menejmentning tashqil etilishi), tashqiliy tuzilmaning murakkablashib borishi asnosida jamoada ishni qay tarzda yo'lga qo'yish mumkin?

Biznesning rivojlanishi jarayonida jamoa bir bosqichdan ikkinchi bosqichga asta-sekinlik bilan o'tib boradi. Navbatdagi bosqichning nechog'lik samarali bo'lishi kompaniya mulkdorlari va rahbarlarining o'z xulq-atvorlarini, maqsadlarini va boshqaruv usullari va tuzilmasini qanchalik darajada o'zgartirishlariga bog'liqdir.

Biznes rivojlanishining bir bosqichidan ikkinchisiga, o‘shning bir bosqichidan ikkinchisiga o‘tish jamoadagi ma’lum bir o‘zgarishlar bilan sodir bo‘ladi, shu sababli ham loyiha yetakchisi mazkur o‘zgarishlar bilan bog‘liq qiyinchiliklarni maqbul tarzda boshqara olishlari talab etiladi.

Shunday qilib, mazkur bo‘limda jamoa komandasi tipi asosida ishni tashqil etishga yo‘naltirilgan kompaniyalarda jamoani tashqil etish, innovatsion startaplarning barqaror faoliyat ko‘rsatuvchi kompaniyaga aylanishini aks ettiruvchi tamoyillar va modellar haqida so‘z yuritildi.

4. Innovatsion loyiha jamoasini shakllantirish, asoslash, motivatsiyalash va rivojlantirish tamoyillari

Jamoa komandasini shakllantirish va rivojlantirish jarayonida kutilgan natijalarni ta’min etishi uchun xodimlarni jamoaga saralab olishda, ularni rag‘batlantirish va jamoa komandasini asoslab qolishda ma’lum bir tamoyillarga amal qilish talab etiladi.

Umumiy nuqtayi nazardan olganda, odatda innovatsion loyiha jamoasining tarkibi va tuzilmasida maqsad va ehtiyojlari turlicha bo‘lgan 4 asosiy ishtirokchi tashqil qiladi:

- 1) tadbirkor (biznes asoschisi);
- 2) ixtirochi (ba’zi bir holatlarda ixtirochi tadbirkor sifatida ham faoliyat ko‘rsatishi mumkin);
- 3) investor;
- 4) personal.

Har bir ishtirokchining hamkorlikdagi faoliyatida biznesda o‘z maqsadlari va manfaatlari mavjud bo‘lib, ushbu maqsad va manfaatlar har doim ham mos tushavermaydi. Murakkab muzokaralar va ishtirokchilarning bir-birlariga yon berishlari innovatsion biznes-loyiha muvaffaqiyatining garovi hisoblanadi.

Jamoa ishtirokchilarining maqsad va motivlarini umumiy tarzda quyidagicha tasvirlashimiz mumkin:

Innovatsion loyiha jamoasining asosiy o‘yinchilari

14.8-jadval

O‘yinchi (ishtirokchi)	Maqsad va manfaatlar
Tadbirkor	-O‘z biznesi va o‘z dunyosini yaratish va unga xo‘jayin bo‘lish. -Foyda olish. -Hokimiyat, ta’sir doirasi va e’tirofga erishish.
Ixtirochi	-Ilmiy muammoning yechimini topish, ilmiy qiziqishni qondirish. -Eng yaxshi ilmiy qarorlarni izlab topish jarayonida bo‘lish, yangi g‘oyalar yaratish va mavjudlarini tanqid qilish. -Ilmiy davralarda olim va mutaxassislarning e’tirofiga sazovor bo‘lish.
Investor	-Qisqa muddatlarda katta foydaga ega bo‘lish. -Tavakkalchilikdan zavq olish.
Personal	-Barqarorlik, himoyalanganlik, asosiy inson ehtiyojlarini qondirish.

Muvaffaqiyatli loyihalar shunday holatni ifoda etadiki, unga ko‘ra tadbirkor, ixtirochi va investor yuqorida sanab o‘tilgan barcha o‘lchamlarga muvofiq bitta jamoaga birlashadi. Ushbu holatda loyihaga jalb etilayotgan personal loyiha maqsadlariga erishish vositasida o‘z maqsadlarini amalga oshirish yo‘lida faoliyat ko‘rsatadi. Yuqorida sanab o‘tilgan ishtirokchilar yagona jamoaga birlashmagan har qanday holatda yangi xodimlarning jalb etilishini talab etuvchi rivojlanishning har bir bosqichida “oqsay” boshlaydi va o‘zining samaradorligi va mahsuldorligini yo‘qotib boradi.

Jamoaning turli ishtirokchilarining maqsad va motivlarining o‘ziga xosliklarini tushunib yetish innovatsion loyihalarni amalga oshirishda vujudga kelishi mumkin bo‘lgan nizolarning oldini olish imkonini beradi. Bunda quyidagilarga amal qilish tavsiya etiladi:

1) kompaniyani tashqil etishning dastlabki bosqichidayoq, barcha hammuassislar oldinda turgan faoliyatning mohiyatini birdek anglab yetishlari lozim;

2) amaliy faoliyatga o'tishdan oldin kompaniyada kim nimaga javob berishini aniqlashtirib olish, maqsadlarni oydinlashtirishva shundan kelib chiqqan holda loyiha ishtirokchilarini saralab olish;

3) loyihani amalga oshirish jarayonlarini cho'zmaslik talab etiladi, zero, bunday jarayonlarning cho'zib yuborilishi loyihani amalga oshirishga kirishmasdan turib, loyiha ishtirokchilari o'rtasida ma'lum bir tushunmovchilik va ziddiyatlarni keltirib chiqarishi mumkin;

4) innovatsiya muallifi investor va innovatsion menejerning tavsiyalarini inobatga olishi va o'z ishlanmalarini hamkorlar bilan bo'lishishdan cho'chimasligi lozim;

5) menejer loyihani amalga oshirish chog'ida vujudga keluvchi u yoki bu murakkab vaziyatni baholashda jamoa a'zolariga maslahat berishi va yordam ko'rsatishi lozim bo'lgani holda loyihaning monitoringi butun jamoa tomonidan amalga oshirilmog'i kerak. Bunda loyiha monitoringi loyihaning muvaffaqiyatli amalga oshirilishiga ko'maklashishi lozim;

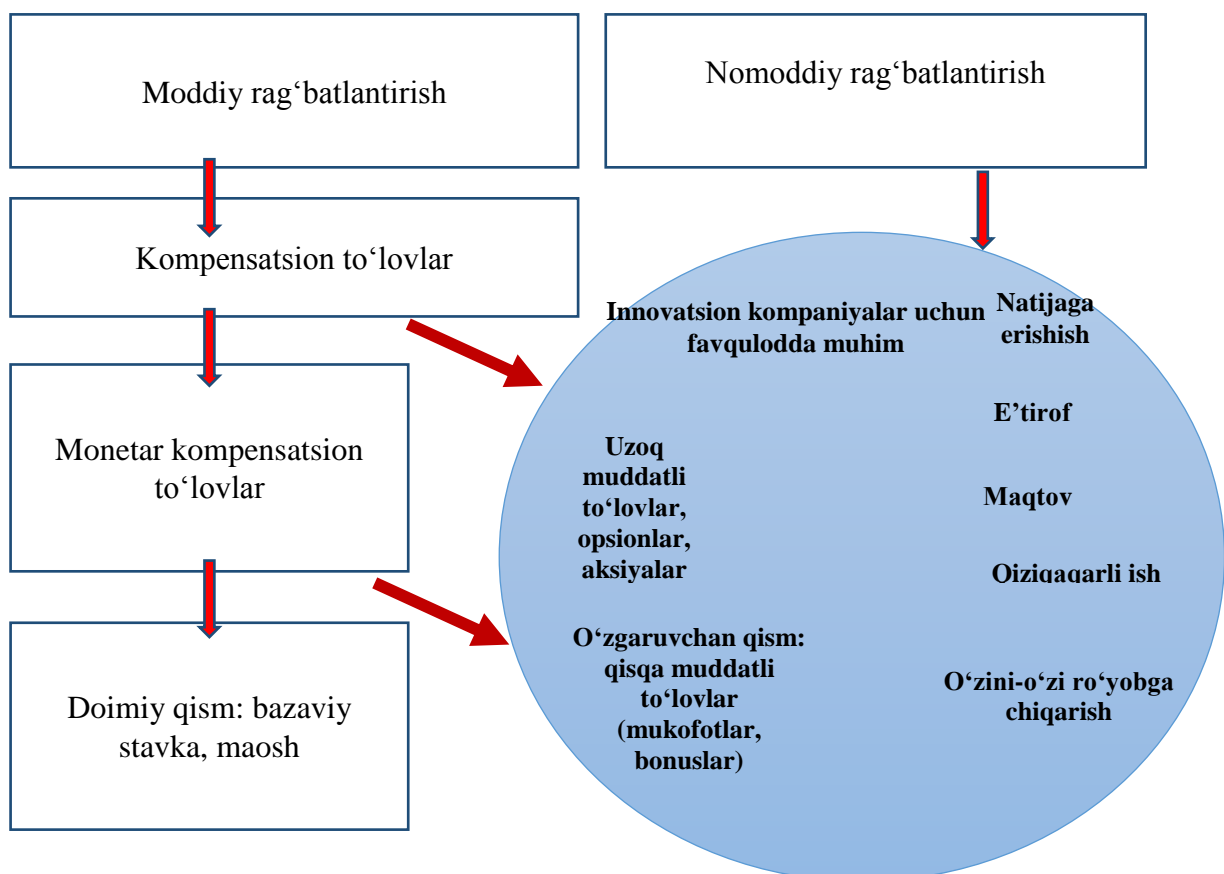
6) investor jamoada o'zining o'rnini topishi zarur, bunda u jamoa a'zolariga o'z hukmini o'tkazishga harakat qilmasligi kerak.

Insonlarni jamoada jalb etishning yana bir muhim tamoyillaridan biri – bu jamoa a'zolari qadriyatlarining bir-biriga zid kelmasligi va jamoada ishlashdan prognoz bilan real imkoniyatlarning o'zaro mos tushishi hisoblanadi. Mazkur tamoyilga amal qilish murakkab vaziyatlarda loyihaning yashovchanligini ta'min etadi. Shu bilan bir qatorda, umumiy maqsadlarning taqsimlanishi sharoitida turli qo'shimcha (bir-birini to'ldiruvchi) jamoaviy rollar va kasbiy kompetentliklarning mavjud bo'lishi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Jamoaning umumiy maqsad va manfaatlariga to'la mos keluvchi xodimlarni saralab olishda yaxshi yo'lga qo'yilgan reklama va nomzodlarni saralab olishning shaffof tizimi amal qilgandagina, o'z samarasini beradi. An'anaviy kompaniyalar bilan innovatsion kompaniyalar o'rtasida xodimlarni (personalni) saralab olish borasida ma'lum bir tafovutlar mavjud. An'anaviy kompaniyalar mehnat bozorida anchadan buyon ish beruvchi

sifatida faoliyat ko'rsatayotganliklari bois, ularda muayyan ish beruvchining brendi va xodimlarni saralab olish bo'yicha yetarlicha tajribalar shakllangan bo'ladi. O'z faoliyatini endigina boshlayotgan innovatsion kompaniyalarda esa, bunday brend ham tajriba ham shakllanmaganligi bois, ular bu borada muayyan qiyinchliklarga duch keladilar. Bugungi kunda innovatsion startap kompaniyalar ishtirokchilarni jalb qilish va ularni tanlab olishda ijtimoiy tarmoqlar, forumlar va bloglardan keng foydalanadilar.

Nafaqat yuqori texnologiyali biznes, balki har qanday kompaniya ham o'z faoliyatining dastlabki bosqichlarida deyarli foyda ko'rmaydi yoki olinayotgan foyda miqdori juda oz bo'ladi. Shu sababli ham, uzoq muddatli mukofotlash rejasi deb, ataluvchi bo'lg'usi foyda biznes asoschilari va yollanma xodimlar birinchi to'loqini motivatsiya qilishning moddiy asosi hisoblanadi.

Uzoq muddatli to'lovlar, opsiolar, aksiyalar monetar motivatsiyalash va ishning mazmuniga qiziqish uyg'otish nomonetar motivatsiyalash vositalari sifatida jamoa ishtirokchilarining motivatsiyasini boshqarishning ko'p sonli vositalari orasida innovatsion startap maqsadlariga to'la mos tushuvchi vositalar hisoblanadi.



14.3-rasm. Jamoani motivatsiyalashni boshqarish tizimi.

Boshqaruvning motivatsiyalash borasidagi usul va vositalarini shakllantirishda jamoa xodimlariga ularning jamoadagi roli (psixotipi)dan kelib chiqqan holda individual yondashish amaliyotda katta ijobiy natijalar beradi. Xususan, jamoada “Yetakchi” rolini bajarayotganlar uchun o‘zgaralar tomonidan ularning ijobiy baholanishiga va o‘z fikrlarini bayon qilishlariga imkon berish ularni motivatsiyalash borasida katta ahamiyat kasb etadi. “Intellektual”lar rolini bajarayotganlar uchun erkin ijod qilishlari uchun zaruriy shart-sharoitlar yaratib berish, ularning umum jamoa ishiga qo‘shgan ulushlarini munosib taqdirlash va jamoada e’tirof etish mazkur ishtirokchilarda motiv uyg‘otuvchi eng muhim jihatlar hisoblanadi.

“Muzokara olib boruvchilar” uchun o‘zaro musobaqalashish, raqobatga kirishish va ijtimoiy mavqe borasidagi farqlar muhim omil hisoblanadi. “Ijrochi-menejerlar” uchun yaxshi yo‘lga qo‘yilgan teskari aloqa, dolzarb va strategik vazifalar, qabul qilish jarayonida faol ishtirok etish muhim motivlar hisoblanadi. Shuni alohida ta’kidlash lozimki, yuqori texnologiyali kompaniyalarda faoliyat ko‘rsatuvchi ilmiy, ijodiy xodimlarni motivatsiyalashda ularga egiluvchan (ularning ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda) ish jadvalini taqdim etish favqulodda muhim hisoblanadi. Chunki ilmiy va ijodiy xodimlar ko‘pincha qat’iy tartib yoki belgilangan jadval asosida ishlashni xushlamaydi.

Egiluvchan ish jadvali rahbarga jamoa a’zolarini ish joyida bo‘lishlariga qarab emas, balki ularning o‘z zimmalariga olgan majburiyatlarini qay darajada bajarayotganliklari va natijaga erishayotganliklari bo‘yicha nazorat qilish imkonini beradi. Ushbu holatda rahbarda muayyan bir vazifani sifatli bajarish va kerakli natijalarga erishish uchun taxminan qancha vaqt ketishi borasida oldindan ma’lum bir tasavvur bo‘lishi maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Jamoa komandasini doimiy ravishda rivojlantirib borish va o‘qitish jamoa yetakchisining alohida muhim vazifasi hisoblanadi, ko‘pchilik holatlarda ayni mana shu omil yuqori texnologiyali biznesning raqobatbardoshligini belgilab beradi. Xay-tek kompaniyalar uchun jamoada ish yurituvchi muhit, doimiy

rivojlanib boruvchi muhit alohida ahamiyat kasb etadi. Bunday kompaniyalar uchun insonlarni o'z ustida doimiy ishlashga va rivojlantirishga undovchi muhitni yaratishni ko'zda tutuvchi knowledge-management zaruriy vosita hisoblanadi. Bunday muhitni yaratish eng avvalo, yetakchining shaxsiy namuna bo'lishiga, o'qish va o'qitish jarayonida olingan bilimlarni jamoaning boshqa a'zolariga ulashish, doimiy tarzda yangi bilimlarni rasmiy yoki norasmiy ko'rinishda muhokama qilib borishga zamin yaratib beradi.

Mehnat bozoridagi murakkab vaziyat bois, jamoaning faol a'zolarini va kompaniyaning buguni va istiqboli uchun zarur bo'lgan xodimlarni jamoada ushlab qolish oson emas. Xodimlarning jamoada qolishni istamasliklarini yana ham qulay ish joyiga ega bo'lish istagi, rahbar bilan kelisha olmaslik kabi ko'plab omillar bilan bog'lashimiz mumkin.

Rahbar va unga buysunuvchi xodimlar, jamoa yetakchisi va jamoa a'zolari, xodimlar va ish beruvchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarda shunday holatlar mavjudki, majud holatlarni baholash bizga zarur xodimlarning jamoadan ketib qolish sabablarini tushunishga va ularning qarorlarini o'zimiz tomonga o'zgartirish borasida kerakli tadbirlarni ishlab chiqishga imkon beradi:

- xalq orasida odamlar korxonaga ishlash uchun keladilar, ammo rahbarlardan ketadilar, degan gap yuradi. Vaziyatni obyektiv baholash uchun jamoadagi boshqaruv usuli va tavsifini tahlil qilgan holda, mazkur vaziyatni inkor qilishimiz mumkin;

- xodim avvaldan o'ziga hozirgi ishidan ham yaxshiroq ish izlayotganligini jamoadan va rahbariyatdan sir tutmagan holda, oxir-qibat o'ziga ma'qul ish topgan bo'lishi ham mumkin;

- xodimni mehnat haqidan boshqa hamma narsa qanoatlantirishi mumkin. Ushbu holatda o'zaro manfaatli va ikkala tomonni ham qanoatlantiruvchi variantlarni izlab topish va muhokama qilish tavsiya etiladi;

- xodimni mehnat haqidan boshqa hech narsa qanoatlantirmaydi. Unga har qancha haq taklif qilmang, uning jamoda qolish ehtimoli juda ham past;

- xodimda koʻzda tutilmagan muammolar paydo boʻlishi yoki bunday muammolar avvaldan mavjud boʻlsada, rahbariyat endi xabar topgan boʻlishi ham mumkin. Agar mazkur xodim kompaniya uchun kerak boʻlsa, u holda xodimning muammosini yechishga koʻmaklashish va bu borada har bir tomonning majburiyatlarini alohida kelishib olish talab etiladi.

Investorning jamoani baholash xususiyatlarini tushunib yetganligi innovatsion loyiha jamoasini shakllantirishning muhim jihati hisoblanadi. Ushbu holatni yaxshi tushunib olish uchun biznes-rejalashtirish boʻyicha ilmiy adabiyotlar va amaliy qoʻllanmalarga murojaat qilish tavsiya etiladi.

Innovatsion biznesni rivojlantirish borasida inson omili bilan bogʻliq boʻlgan bir qator xavf-xatarlar mavjud boʻlib, ularning darajasini pasaytirishning iqtisodiy vositalari va qonunchilikda koʻzda tutilgan tartib-qoidalari mavjuddir. Shuni alohida taʼkidlashimiz lozimki, barcha muammoli vaziyatlardan qutulib chiqib ketishga imkon beruvchi “baxt darmondorisi” amalda mavjud emas. Murakkab vaziyatlarda qay yoʻsinda ish koʻrish, bu albatta innovatsion jamoa yetakchisiga koʻp jihatdan bogʻliqdir.

Shu tariqa, jamoani shakllantirish, jamoa aʼzolarini saralab olish, ularni rivojlantirish va motivatsiya qilish masalalari boʻyicha quyidagi xulosalarga kelindi:

Motivatsiya – bu oʻzini va boshqalarni shaxsiy va jamoa maqsadlariga erishishga undash jarayonidir. Motivatsiyalash muassasadagi xodimlarni ehtiyoj va maqsadlarini qondirilishiga, oʻz ishi natijasidan manfaatdorligiga va shaxsiy ehtiyojlarini qondirishiga bogʻliq boʻladi. Jamoani shakllantirish va uni rivojlantirishda jamoaning maqsadi bilan xodim maqsadlarining bogʻliqligi taʼminlanishi lozim. Motivatsiyalashtirish jarayoni orqali insonlarning barcha ehtiyojlari – ijtimoiy, ruhiy, fiziologik, sotsial va boshqalar qondiriladi. Natijada xodimlar, ishchilarning oʻz ishiga boʻlgan masʼuliyati, qiziqishi ortadi. Ularda oʻz ish joyiga nisbatan vujudga kelgan muhabbat bevosita jamoaning samaradorligini va ish natijaviyligini oshiradi.

Bir qator mamlakatlar uchun jamoalar oʻzining zamonaviy talqinida yetarlicha chuqur tarixiy va madaniy ildizlarga ega ekanligi bilan ajralib turadi. Mamlakatimizda qadimdan mavjud

bo'lgan hunarmandlar guzari va mahallalarini jamoaning ilk ko'inishi sifatida baholashimiz mumkin.

Menejment nazariyasi va amaliyotida to'plangan boy tajriba, ishchi jamoa komandasi nazariyasi doirasida ularning integratsiyasi bugungi kunda yangi yo'nalish - inson resurslariga investitsiyalar to'g'risida fikr yuritish imkonini beradi. Zero, taraqqiy topgan davlatlar tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, inson va insoniy resurslar milliy boylikni yaratuvchi asosiy kuch hisoblanadi.

Nazorat va o'z-o'zini tekshirish uchun savollar

1. Jamoa komandasi tushunchasiga ta'rif bering. Innovatsion loyiha jamoasining o'ziga xos xususiyatlari nimalarda namoyon bo'ladi?

2. Jamoada ishlashning ijobiy va salbiy tomonlari nimada. An'anaviy ierarxik menejment bilan jamoa menejmenti o'rtasidagi asosiy farqlovchi jihatlarni ko'rsatib bering?

3. Innovatsion startap jamoasi uchun rolli tuzilmaning o'rni va ahamiyati nimada?

4. Jamoalarning asosiy tiplarini sanab bering va ularning o'ziga xos jihatlarni yoritib bering?

5. Jamoada ishni tashqil etishda jamoa yetakchisining o'rni qanday bo'lishi kerak. O'z fikringizni bayon qilib bering?

6. Innovatsion loyiha jamoasini shakllantirish, rivojlantirish, uning a'zolarini motivatsiyalash va jamoada ushlab qolishning asosiy tamoyillarini sanab bering?

7. Jamoada ishlash tipi bo'yicha jamoa ishini tashqil qilish bilan an'anaviy ierarxik menejmentga tayangan holda ishni tashqil qilish qanchalik bir-biriga mos tushadi. Yirik kompaniyalarda ishni jamoada ishlash tipi bo'yicha tashqil qilish qanday samara beradi?

8. Jamoalar menejmenti shakllanishining asosiy bosqichlarini sanab o'ting?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: O'zbekiston. 2017, 40 b.

2. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5583-son 2018-yil 24-noyabrdagi “Tadbirkorlik va innovatsiyalar sohasidagi loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 25.11.2018 y.
5. Vaxabov A.V., Razikova G.X. Modernizatsiya ekonomiki. Uch. Posobie. -T.: «IQTISOD-MOLIYA», 2014. -263s.
6. Гулямов С.С. Новая терминология в инновационной экономике: «умноэ образованиэ» // Илм-фан ва инновацион ривожланиш. №3. 2018. 17-22-б.
7. Йўлдошев Н.Қ., Мирсаидова Ш.А., Голдман Й.Д. Инновацион менежмент. Дарслик. –Т.: ТДИУ. 2011, 438 б.
8. Архипенков С. «Руководство командой разработчиков программного обеспечения». М.: 2008
9. Белбин Мередит Р. Команды менеджеров. Секреты успеха и причины неудач. НІРРО: 2003
10. Бенжамин Дж.А., Маргулис Д. Руководство для бизнес-ангелов. Как получит прибыль, инвестируя в растущий бизнес. Вершина. Москва. Санкт-Петербург: 2007.
11. Дрейпер У. «Стартапы: профессиональные игры Кремниевой долины. М.: Эксмо, 2012.
12. Емелянов Е.Н., Поварницына С.Е. «Психология бизнеса». М.: Армада, 1998.205
13. Зинкевич-Евстигнеева Т. Д., Фролов Д. Ф., Грабенко Т. М. «Теория и практика командообразования. Современная технология создания команд» /Под ред. Т. Д. Зинкевич-Евстигнеевой. СПб.: Реч, 2004.
14. Красностанова, Фёдорова, Дещеревская «Современные технологии в управлении персоналом»: учебно-методическое пособие. М.: ТЕИС, 2012.
15. Ленсиони П. «Как решит пять основных проблем команды». М.: Алпина Паблишерз, 2010.

15-MAVZU. INNOVATSION LOYIHANING QIYMATI VA SAMARADORLIGI BAHOLASH

Iqtisod deb, pul va mol kabi ne'matlarning qadrini bilmoqqa aytilur. Iqtisodni bilgan kishilar o'rinsiz sarf qilmaslar, o'rni kelganda pul va molni ayamalar...

A.Avloniy

Reja:

1. Innovatsion loyiha tavakkalchiliklari.
2. Loyihani amalga oshirish va uning samaradorligini nazorat qilish.
3. Diskontlash stavkasini aniqlash bo'yicha yondashuvlar.
4. Innovatsion loyihaning samaradorlik ko'rsatkichlari.
5. Innovatsion loyihaning qiymatini baholash bo'yicha yondashuvlar.
6. Innovatsion loyihalarning samaradorligi va qiymatini baholashdagi cheklashlar.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion loyiha, innovatsion dastur, loyihalar portfeli, tavakkalchilik, tavakkalchilik turlari, tavakkalchilikni boshqarish, tavakkalchilikni kamaytirish, diversifikatsiyalash, bozor konyunkturasi, faktoring, bo'sh pul mablag'lari, diskontlash, sof joriy qiymat, daromadlilikning ichki me'yor, investitsiyalarning rentabelligi usuli, innovatsion loyihalarning samaradorlik ko'rsatkichlari, multiplikator, opsiolar, varrant, emitent, Blek-Shoulz modeli, innovatsion loyiha qiymati.

1. Innovatsion loyiha tavakkalchiliklari

Innovatsion loyiha – bu innovatsiyalarni tijoratashtirishdan keladigan foyda to'g'risida matematik hisob-kitoblar asosida rasmiylashtirilgan shartnomadir. Innovatsion loyihaning samaradorligini baholash, o'z navbatida loyihaning kutilayotgan bozor

qiymatiga erishish uchun manfaatdor bo'lgan, venchur investorni muvaffaqiyatli jalb qilish uchun zarurdir. Mohiyatan loyihaning samaradorligi uning bozor qiymatini ifodalaydi va u albatta shunga mos ravishda maksimal darajada oshirib borilishi lozim. Biroq shuni hisobga olish kerakki, loyihaning tashabbuskori loyiha borasida obyektiv baho berishdan ko'ra, o'z g'oyasining avfzal tomonlarini ko'rsatish borasida hisob-kitoblarni amalga oshiradi. Buning natijasida u o'zining qarashlariga mos kelmaydigan axborotlarni inkor qilgan holda, o'ziga mos axborotlarni tanlab olgan holda ish ko'radi. Boshqa tomondan esa, venchur kapitalga ega bo'lgan investorni loyiha haqidagi barcha ma'lumotlar, xususan, salbiy tavakkalchilik (xavf-xatar) va tahdidlar qiziqtiradi. Ikkala muqobil qarashlarning to'qnashuvi natijasida, bugungi kunda innovatsion loyihani baholashning sifatiga qo'yiluvchi talablar juda ham ortib ketdi. Innovatsion loyihaning qiymati va samaradorligini hisoblash uslubiyati loyihani o'zlashtirish bosqichiga ko'p jihatdan bog'liqdir. Bunda loyihani qaysi o'zlashtirish bosqichida yoki tugallash, yakunlash bosqichida ekanligi muhim ahamiyat kasb etadi.

Birinchi holda, investitsion loyiha samaradorligini baholashda ilmiy tadqiqot ishlari allaqachon o'z nihoyasiga yetkazilgan va loyihaning texnik o'lchamlari bo'yicha noaniqliklar olib tashlanganligi sababli standart usullaridan foydalanishimiz mumkin. Ikkinchi holatda, samaradorlik va qiymatni baholashda innovatsion tavakkalchilik (xavf-xatar) omilining mavjudligi sababli birmuncha murakkablashadi. Ushbu tavakkalchilikning (xavfning) mohiyati shundan iboratki, bugungi kunda iqtisodiyot fani innovatsion loyihalarda joriy kapital qo'yilmalari qanday qilib istiqboldagi qiymatni yaratishni rag'batlantirishini tushuntirib bera olmagan. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, bugungi kunda bozor qiymatlarining 65 foizining kelib chiqish sabablari to'liq ochib berilmagan. Har qanday innovatsion qarorlarning qabul qilinishi va uning yechimiga erishish borasida ma'lum bir noaniqliklar, ya'ni tavakkalchilik bilan bog'liq hisoblanadi. Ushbu o'rinda tavakkalchilik (xavf-xatar) – bu kutilayotgan va haqiqiy natija o'rtasidagi farq ekanligini ta'kidlab o'tish lozim. Innovatsion qarorlar qabul qilishga turli-tuman tavakkalchiliklar, jumladan tizimli va tizimsiz tavakkalchiliklar ta'sir ko'rsatadi. Shunday qilib, investitsion

loyihalashtirishda tavakkalchilik omillarini hisobga olish uning darajasini baholash va uni pasaytirish borasida muayyan choratadbirlarni ishlab chiqish zarur. Bunda tavakkalchiliklarni boshqarishning klassik usul va vositalaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Biroq, innovatsion qarorlarning o'ziga xosligi bois, ularga tizimli bo'lmagan innovatsion tavakkalchiliklar ham mansubdir.

Asosiy muammo shundaki, odatda, qandaydir voqea yuzaga kelishi ehtimolini baholash uchun kuzatishlar soni yetarlicha bo'lmaydi. Ushbu muammo ko'pgina innovatsion loyihalarning o'ziga xos xususiyatlari va takrorlanmasligi bilan tushuntiriladi. Innovatsion tavakkalchiliklarning quyidagi ko'rinishlarini ajratib olishimiz mumkin:

- innovatsion loyihani noto'g'ri tanlash oqibatida yuzaga keluvchi tavakkalchilik;
- innovatsion loyihani kerakli darajada moliyaviy mablag'lar bilan ta'min etilmaslik oqibatida kelib chiquvchi tavakkalchiliklar;
- innovatsion loyihani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan resurslar bilan joriy ta'minlashning marketing tavakkalchiligi;
- xo'jalik shartnomalarining bajarilmaslik tavakkalchiligi;
- ko'zda tutilmagan xarajatlarning kelib chiqishi va daromadlarning pasayishi tavakkalchiligi;
- raqobatning kuchayishi tavakkalchiligi;
- innovatsion loyihaning mulkiy huquqini ta'minlash bilan bog'liq tavakkalchiliklar.

Innovatsion tavakkalchiliklarni baholash uchun, odatda, hisob-kitob qilinishi lozim bo'lgan ko'rsatkichning yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan tebranish chegaralari tanlanadi va qaror qabul qilish uchun zarur bo'lgan miqdoriy o'rtacha ko'lam qiymat asoslanib olinadi. Bunday yondashuv, masalan, IRO aksiyalarini joylashtirishda narxni hisob-kitob qilishda, shuningdek, innovatsion tavakkalchiliklarni hisoblashda qo'llaniladi, bunda har bir tavakkalchilik (xavf-xatar) 0 dan 5% chegarasida baholanadi. Innovatsion loyihaning samaradorligini baholashning o'ziga xos xususiyatlarini ajratib olish uchun tavakkalchilik omillarini hisobga olgan holda loyihaning hayotiylik siklining har bir bosqichini tahlil

qilish talab etiladi. Ta'kidlash joizki, innovatsion loyihani moliyalashtirishning yetarli darajasiga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar va boshqa shu kabi o'ziga xos tavakkalchiliklarning mavjudligi innovatsion loyiha hayotiylik siklining barcha bosqichlariga tegishlidir.

Birinchi bosqich – “xom g'oyalar”ni saralab olishda innovatsion loyihalarni tanlab olishdagi xatoliklar bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchiliklar katta ta'sir ko'rsatadi. Mazkur bosqich eng muhim bosqichlardan biri sanaladi, shu bois unga katta e'tibor qaratish talab etiladi, chunki avval boshidanoq noto'g'ri tanlab olingan g'oya keyingi barcha bosqichlarda qator salbiy oqibatlarni keltirib chiqaradi. Har qanday investitsion qarorni qabul qilishda ko'plab subyektlarning manfaatlari kesishganligi bois, amaliyotda vaziyat biz kutganimizdan ham jiddiyroq ko'rinish kasb etadi. Loyihaga aloqador barcha tomonlarning manfaatlarining o'zaro muvozanatiga erishilgandagina, investitsion loyihalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish mumkin bo'ladi. Odatda, mazkur bosqich uncha katta pul xarajatlarini talab etmaydi.

G'oyalarni saralab olish innovatsion loyihaning biznes-rejasini ishlab chiqish to'g'risida qaror qabul qilish va shunga mos ravishda konseptual bosqichga o'tish bilan yakunlanadi. Ushbu bosqichda g'oyalarning shakllanishi nihoyasiga yetadi, maqsadli bozorning chegaralari, patentli himoyalashning ehtimolda ko'zda tutiluvchi chegaralari aniqlashtiriladi, biznes-reja tuzish va loyihani asoslash jarayonlari amalga oshadi. Personal faoliyati endilikda ilmiy tadqiqot ishlarini rivojlantirishga yo'naltiriluvchi mablag'lar hisobidan moliyalashtirilganligi bois, mazkur mablag'lar qaytmaslik tavsifiga ega bo'ladi va biz ushbu holatda salbiy pul oqimlariga ega bo'lamiz. Mazkur bosqich texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchiliklarning yuqori darajasi bilan tavsiflanadi.

Innovatsion loyiha biznes-rejasining ma'qullanishi loyihani amalga oshirishning uchinchi - loyihaning texnik-iqtisodiy asoslash bosqichiga o'tish uchun asos hisoblanadi. Mazkur bosqichda ishlab chiqarish konsepsiyasi, resurslarga ehtiyoj, mahsulotning asosiy jihatlari va o'ziga xosliklari to'g'risida batafsil ma'lumot beruvchi marketing tadqiqotlari o'tkaziladi. Mazkur holatda texnik tavakkalchilik darajasi pasayib borsada, ijro etish bilan bog'liq

tavakkalchilik ortib boradi, resurslar bilan joriy ta'minlash borasida marketing tavakkalchiligi vujudga keladi. Pul oqimlarining salbiy ko'inishi saqlanib qoladi, chunki ushbu bosqichda ham bozorda marketing tadqiqotlarini o'tkazish, ekspertlarning maslahatlari uchun haq to'lash, tadqiqotchilarining mehnatiga haq to'lash fondi bilan bog'liq xarajatlarni qoplash uchun katta mablag' talab etiladi. Ushbu bosqichda bo'lg'usi pul oqimlari borasida tuzilgan prognozlarning ishonchliligi va sifatiga alohida e'tibor qaratish talab etiladi, chunki butun bir innovatsion loyiha uchun samaradorligini baholash ayni shunga bog'liq bo'ladi.

Yangi mahsulot sinovdan o'tkazish jarayoniga tayyor bo'lganidan so'ng, ishlab chiqish bosqichiga o'tildi, deb hisoblashimiz mumkin. Ushbu bosqichda ilk marotaba mahsulot potensial mijozlarga taklif etiladi, mahsulotni butlash va uning o'ziga xos jihatlari javobgar bo'lgan fokus guruhlar shakllantiriladi, bo'lg'usi mijozlar bilan dastlabki shartnomalar tuziladi. Mahsulotning dastlabki namunalarini tayyorlash bilan bog'liq xarajatlarning yuqoriligi va mahsulotlarning iste'molchilar tomonidan sinovdan o'tkazilayotganligi bois, pul oqimlari o'zining salbiy qiymatini saqlab qoladi. Ushbu bosqichda texnik tavakkalchilik darajasi pasayib borsada, ijro etish bilan bog'liq tavakkalchilik darajasi yuqori bo'ladi, shu bilan bir qatorda bozor tavakkalchiligi va mahsulotning iste'molchilar tomonidan qabul qilinmaslik tavakkalchiligi ham vujudga keladi.

Ishlab chiqish bosqichi tugallanganidan so'ng, sinov bosqichi boshlanadi, bunda tayyor mahsulot kichik partiyalarda ishlab chiqarila boshlanadi. Ushbu bosqichda katta investitsiyalar amalga oshiriladi, ammo dastlabki tushumlar ham paydo bo'la boshlaydi, buning natijasida pul oqimlarining egri chizig'ining bukilishi yuz beradi, o'sish sur'ati past bo'lganligi bois, ko'lam samarasi mavjud bo'lmaydi. Bozor tavakkalchiligi o'sib boradi, texnik tavakkalchilik amalda yo'q bo'ladi, ijro etish bilan bog'liq tavakkalchilik avvalgidek yuqoriligcha qoladi, mahsulot sifatini ta'minlash bilan bog'liq tavakkalchilik yuzaga keladi.

Agar loyiha bozorda e'tirof etilib, iste'molchilar uni yaxshi qabul qilsalar, u holda navbatdagi faol o'sish bosqichiga o'tish kerak bo'ladi. Tushum o'sib borgan sari bozor tavakkalchiligi

pasayib boradi. Loyihaga yirik miqdorda reinvestitsiya qilishga ehtiyoj tugʻiladi. Innovatsion loyiha natijalarini marketingli sotish borasida tavakkalchilik yuzaga keladi, geografik ekspansiya'ni amalga oshirish zaruriyati paydo boʻladi. Salbiy pul oqimlari ijobiy qiymatga ega boʻlgan pul oqimlari bilan almashadi, loyihaning oʻsish surʼatlari iqtisodiyotning oʻsish srʼatlaridan ilgarilab ketadi, bu esa bozorda yangi raqobatchilarning paydo boʻlishi va shunga mos ravishda raqobatning kuchayishi tavakkalchiligining yuzaga kelishiga olib keladi.

Maʼlum bir vaqtdan soʻng oʻsish surʼatlari barqarorlashadi, asosiy eʼtibor ustama xarajatlarni qisqartirishga qaratiladi, bu esa shubhasiz toʻyinish bosqichining boshlanishidan darak beradi. Mazkur bosqichda ijro etish bilan bogʻliq tavakkalchilik oʻzining eng past darajasiga ega boʻladi, pul oqimlari esa qisqara boshlaydi. Mahsulotning “halok boʻlish” va uni yangi innovatsion mahsulot bilan almashtirish tavakkalchiligi vujudga keladi. Ushbu bosqichda jarayonlar rivojlanishining ikki varianti mavjud. Birinchi variant loyihani yopish yoki uni qayta sotish va eski loyihaning oʻrniga uning yangi oʻxshashini joriy etishni koʻzda tutadi. Ushbu bosqichda loyihaning hayotiy sikli yangidan boshlanadi, ammo endi u yangi loyihani amalga oshirishni koʻzda tutadi. Ikkinchi variant xarajatlarni qisqartirish va maqbul boʻlgan rentabellik darajasiga chiqishdan iboratdir.

Soʻnish fazasida ishlab chiqarish quvvatlarining qisqarishi, keraksiz aktivlarning sotilishi, shtatlarning qisqarishini kuzatishimiz mumkin. Agar avvalgi bosqichda rivojlanishning ikkinchi varianti tanlangan boʻlsa, loyiha barqaror daromad keltiruvchi sifatida bir muddat amalda boʻlishi mumkin. Ushbu bosqichda isteʼmolchilarning mazkur mahsulotga qiziqishlarining soʻnishi bilan bogʻliq boʻlgan bozor tavakkalchiligi yuzaga keladi.

Tadbirkorning tavakkalchilikni boshqarish doirasidagi faoliyati oʻz subyektining daromadligiga tahdid soluvchi tahdidlarning taʼsiridan himoya qilishga yoʻnaltirilgan.

Tavakkalchilikni oqilona boshqarish subyektning uzoq muddatli istiqbolda muvaffaqiyatga erishish imkoniyatini oshiradi, uning moliyaviy holatining yomonlashish xavfini birmuncha boʻlsada kamaytiradi.

Innovatsion faoliyat bilan bog‘liq bo‘lgan tavakkalchiliklar

15.1-jadval

Tavakkalchilikning turlari	Tarkibi
Tabiiy jarayonlar bilan bog‘liq tavakkalchilik	<ul style="list-style-type: none"> – favqulodda yuz beradigan tabiiy ofatlarning (yer qimirlashi, yong‘in, suv toshqini, jala, do‘l, dovul, qurg‘oqchilik va boshqa) xavfi; – tabiiy-iqlimiy sharoitlar, ob-havoning keskin o‘zgarishi bilan bog‘liq xavf-xatarlar va boshqalar.
Ishlab chiqarishga oid tavakkalchilik	<ul style="list-style-type: none"> – ishlab chiqarish jarayonining izdan chiqishi yoki to‘xtab qolishi xavfi; – moddiy resurslar bo‘yicha ta‘minotdagi uzilishlarning xavfi; – texnologik asbob-uskunalarining jismoniy va ma‘naviy eskirishi, ishdan chiqishi va buzilish xavfi; – bino-inshootlarning yemirilishi, cho‘kishi va qulashi bilan bog‘liq xavflar; – sifatsiz xomashyo oqibatida yaroqsiz mahsulot ishlab chiqarish xavfi; – mehnat xavfsizligiga rioya etmaslik oqibatida xodimlarning jarohat olishi xavfi va boshqalar.
Mahsulotlarni asrash va tashishga oid tavakkalchilik	<ul style="list-style-type: none"> – transport vositalarida yuklarni tashish jarayonida ro‘y berishi mumkin bo‘lgan yo‘qotishlar va nobudgarchiliklar; – mahsulotlarni asrash jarayonida yuz berishi mumkin tabiiy me‘yordagi va undan yuqori bo‘lgan buzilishlar va nobudgarchiliklar xavfi; – tovar-moddiy qiymatliklarni o‘g‘irlash va talon-taroj qilish oqibatida ko‘rilishi mumkin bo‘lgan zararlar.

<p>Tijorat faoliyatiga oid tavakkalchilik</p>	<ul style="list-style-type: none"> – bozor konyukturasidagi o‘zgarishlar xavfi; – iste’molchilar talabining tushib ketishi xavfi; – bozorda taklif hajmining keskin oshib ketishi xavfi; – mahsulotning sotilmay qolishi xavfi; – raqobat ko‘rashiga bardosh berolmaslik xavfi; – mahsulot bahosining keskin pasayishi xavfi va boshqalar.
<p>Moliyaviy faoliyatga oid tavakkalchilik</p>	<ul style="list-style-type: none"> – pulning qadrsizlanishi va inflatsiya xavfi; – valuta hisob raqamidagi mablag‘larning salbiy farqlanishi xavfi; – investitsion sarflarning o‘zini qoplamasligi xavfi; – pul oqimlari va aylanma mablag‘larning yetishmasligi xavfi; – debitor va kreditor qarzlarning ko‘payib ketishi xavfi; – noto‘lovlar xavfi; – qimmatli qog‘ozlar qiymatining tushib ketishi xavfi;
<p>Siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy xarakterdagi tavakkalchilik</p>	<ul style="list-style-type: none"> – milliy mojarolar, harbiy to‘qnashuvlar, g‘alayonlar, terrorizm xavfi; – ish tashlashlar, korrupsiya va jinoyatchilik xavfi; – kutilmaganda soliq, bojxona va boshqa me’yoriy qonunchilik hujjatlarining o‘zgarishi; – iqtisodiy beqarorlik va o‘shish sur’atlarining pasayishi; – eksport va import tartibini murakkablashtirish xavfi.

Tadbirkor uchun paydo bo'ladigan tavakkalchilikni taxminiy bilish zarurdir, lekin buning o'zi yetarli emas. Muhimi, tavakkalchilikning aniq turi korxonada faoliyatiga qanday ta'sir ko'rsatayotganligi va qanday oqibatlariga olib kelishi mumkinligini aniqlab, uni to'g'ri baholay bilish va shundan so'ng subyektning iqtisodiy samaradorligiga ta'sirini hisoblab topishdir.

Tavakkalchilikni boshqarishda eng avvalo yuzaga kelishi mumkin bo'lgan uning turlari aniqlanadi, ular tahlil etiladi va zararning kutiladigan darajasi hisoblanadi. Keyingi bosqichda uning oldini olish, ko'rilishi mumkin bo'lgan zararlarni pasaytirish yoki sug'urtalash tadbirlari ishlab chiqiladi va uni boshqarish usullari tanlanadi. Yakuniy bosqichda esa ko'rilgan zararlarni qoplash, oqibatlarini tahlil etish va bartaraf qilish choralari ko'riladi. Umuman olganda, tavakkalchilikni boshqarish tadbirkorga resurslardan yanada oqilona foydalanish, javobgarlikni taqsimlash, firma faoliyatining natijalarini yaxshilash va tavakkalchilikning ta'siridan xavfsizligini ta'minlash imkoni yaratiladi.

Tavakkalchilikni baholash har bir tadbirkorning aql-idrokiga bog'liq. Konservativ toifadagi tadbirkorlar, odatda, yangiliklarga ko'p intilmasdan, mumkin bo'lgan har qanday tavakkalchilikdan qochishga harakat qiladilar. Boshqa toifadagi tadbirkorlar esa, agar tavakkalchilik me'yor darajasida bo'lib, uni baholash va oldini olish yoki oqibatlarini pasaytirish mumkin bo'lsa, tavakkal qilish yo'lini tanlaydilar. Ko'pchilik mutaxassislar fikriga ko'ra, tavakkalchilikka bormasdan biznesda muvaffaqiyatga erishib bo'lmaydi. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat tadbirkor ega bo'lgan sarmoya miqdoriga ham bog'liq. Mavjud noaniqliklar va xatarlar tadbirkorni o'z loyihasining foydaliligini chuqur tahlil etishga, ishlab chiqarish va boshqa xarajatlarni tejamkorlik asosida puxta sarflashga, asosiy vositalar va aylanma mablag'lardan samarali foydalanishga, baho siyosatini to'g'ri belgilashga undaydi. Aks holda korxonada faoliyati inqiroz bilan yakun topishi mumkin.

2. Loyihani amalga oshirish va uning samaradorligini nazorat qilish

Bozor sharoitida loyiha u yarata olishi mumkin bo'lgan uchta soha: sotishdan tushum, foyda va aksiyadorlar (mulkdorlar) boyligi nuqtayi nazaridan qarab chiqiladi. Ushbu holatda biznesning umumiy samaradorligi, g'arb iqtisodiy adabiyotlarida erkin pul oqimlari (FCF – freecashflow) deb ataladigan sof pul oqimida (CF – cashflow) aks etadi. Erkin pul oqimlari (FCF)ning o'ziga xos xususiyati shundaki, vaqt omilining kiritilishi bilan bu ko'rsatkichning o'sishi ikki qarama-qarshi ma'nodagi muvaffaqiyatga ega bo'lishi mumkin: qisqa muddatli muvaffaqiyat – sarmoyalarni tezda kapitalizatsiya qilish - erkin pul mablag'ini olish yoki qiymatni ko'zda tutgan holda uzoq muddatli muvaffaqiyat. Investitsiyalarni tezkor kapitallashtirishda loyiha rahbariyatining e'tibori birinchi navbatda foydaga qaratiladi, qiymatli yondashuvda esa asosiy e'tibor loyihaning kapitallashuviga qaratiladi. Shuning uchun ham, menejment jamoasi, aksiyadorlar, audit, nazorat qiluvchi va reyting tashqilotlarining turlicha iqtisodiy manfaatlarini hisobga olishni talab qilinadi.

Bir qator ekspertlarning xulosalariga ko'ra, qisqa muddatli moliyaviy natijalarga erishish borasida vaqtdan yutish va menejment jamoasini tashqil etish borasidagi o'ziga xos musobaqalashuv natijasida mahsulotning bozordagi hayotiylik davri 5-7-yildan 1-3-yilgacha qisqarmoqda.

Loyihaning amalga oshirilishi va uning samaradorligini nazorat qilishni 4S-omil konsepsiyasi asosida amalga oshirish maqsadga muvofiqdir. 4S-omil konsepsiyasi quyidagi to'rtta ko'rsatkichni o'z ichiga oladi: start-up costs -dastlabki investitsiyalar; speed - keng quloq yozish tezligi; scale - ko'lam samarasi (talab qilinuvchi hajmga erishish uchun zarur bo'ladigan vaqt); support costs - qo'llab-quvvatlovchi xarajatlar.

Loyihani joriy etish bosqichida zamonaviy korxonani bunyod qilish va yangi obyektlarni ishga tushurish borasida zamonaviy yuqori texnologiyalarni qo'llash orqali obyektlarni foydalanishga topshirish muddatlarini qisqartirish va ajratilgan mablag'larni

sezilarli darajada tejab qolish mumkin bo‘ladi. Loyihani joriy etish bosqichiga xos bo‘lgan mazkur tavsifni “innovatsion darcha” deb nomlash qabul qilingan bo‘lib, u loyihaning butun hayotiylik sikli davomida xarajatlarni shakllantirish mexanizmini belgilab beradi. Loyihani kengaytirish bosqichida moliyalashtirishning yetishmasligi “innovatsion darcha” tomonidan taqdim etilgan imkoniyatlarni yo‘qotishga olib keladi. Innovatsion loyihaning samaradorligini baholash maqsadida mahsulotning hayotiylik sikli bosqichlarini ajratib olish lozim. Oltita bosqichdan iborat bo‘lgan inkubatsiya davri loyihani kengaytirish bosqichi deb tushuniladi va odatda unga nisbatan “innovatsion darcha” atamasi qo‘llaniladi.

“Yetuklik” bosqichining boshlanishi bilan loyiha samaradorligini baholash to‘xtamaydi, texnologiyalarni “halokatga” olib keluvchi va odatiy ananalarga xos bo‘lgan loyihaning rentabellik darajasida mavjud bo‘lgan bozorning to‘yinish va tushkunlik fazalari chuqur tahlil qilinadi.

Innovatsion loyihani taqdim etishning mazkur modelining o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, innovatsion loyihaning hayotiylik siklining dastlabki bosqichlarida xarajatlarni imkon darajasida maksimal qisqatirish, loyiha konsepsiyasi "innovatsion darcha" boshqaruv vositasi yordamda kengaytiriladi. Loyihani konseptual takomillashtirish bosqichi doirasida “Innovatsion darcha” ning mavjudligi, loyihaning hayotiylik siklining keyingi bosqichlarida kompaniyada tashqiliy va boshqa turdagi innovatsiyalarni joriy etish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Modelning ikkinchi o‘ziga xos tomoni shundaki, loyihaning yakuniy bosqichida biz an’anaviy kompaniya sifatida pul oqimlarini qabul qilish imkoniyatidan voz kechmaymiz va bunday imkoniyatga ega bo‘lish haqiqatan ham innovatsion loyihaning samaradorligini baholash uchun qo‘shimcha mezon hisoblanadi. Loyihaning hayotiylik sikli bosqichlarining batafsil mayda qismlarga bo‘linishi-ning afzalligi shundaki, u bizga hayotiylik sikli bosqichlarining har birida boshqaruv qarorlarini qabul qilish va ularning samaradorligini baholash imkoniyatini beradi.

3. Diskontlash stavkasini aniqlashga bo‘yicha yondashuvlar

Jahon amaliyotida investitsiya loyihalarini baholashning diskontlashga asoslangan usullaridan foydalanish 80-90-yillardan boshlab keng qo'llanilgan va o'zining ijobiy natijalarini bergan. Ushbu usullardan, asosan, bank ekspertlari keng foydalanishgan. Masalan, Yevropa Tiklanish va Taraqqiyot Banki (ETTB) bu usullar yordamida loyihalarni baholashning o'z usullarini ishlab chiqqan. Shuningdek Jahon Banki, Xalqaro Valuta Fondi (XVF) va boshqa ko'plab nufuzli tashqilotlar tomonidan ham o'z yo'nalishi va xususiyatiga ega bo'lgan baholash uslubiyoti ishlab chiqilgan. Hozirda O'zbekiston Respublikasida ham ushbu usullardan, asosan, tijorat banklarida foydalanish keng yo'lga qo'yilgan va qo'yilmoqda, amaliy mahoratlar egallanmoqda, xorijiy tajribalar o'zlashtirilmoqda hamda ular o'z samarasini bermoqda. Pul mablag'larini (investitsiya loyihalari bo'yicha pul oqimlarini) diskontlashga asoslangan baholash usullaridan biri investitsiyalarning sof joriy qiymatini aniqlash usuli hisoblanadi (NPV). Ayrim zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda bu usul sof keltirilgan qiymat, sof diskontlangan daromad yoki sof zamonaviy qiymat deb ham ataladi. Bu usul ikkita xususiyatdan kelib chiqadi:

- har qanday firma o'z boyligini (qiymatini) maksimallashtirishga intiladi;

- turli xil vaqtdagi xarajatlar bir xil qiymatga ega bo'lmaydi.

Sof joriy qiymat – investitsiyalash obyektidan foydalanish davrida oldindan qat'iy belgilangan va o'zgarmas foiz stavkasi (me'yori)da olinadigan daromadlar va qilinadigan xarajatlarning alohida muayyan davrdagi barcha kirim va chiqimlarining diskontlashtirish yo'li bilan olingan va ular o'rtasidagi farqni ifodalovchi qiymat. Uning mohiyati shundaki,-yillik sof pul oqimi miqdori har bir davr uchun loyihani amalga oshirishning boshlang'ich-yiliga keltiriladi va u oqibatda o'zini pul miqdorida sof joriy qiymat yoki sof diskonlashtirilgan daromad (diskontlashtirilgan daromad va xarajatlar o'rtasidagi farq) sifatida namoyon etadi. Shuning uchun ham sof joriy qiymat muayyan vaqt oralig'i bo'yicha xarajatlar va daromadlarning farqlanishi bilan izohlanadi. Sof joriy qiymatni hisoblash firmaning investitsion qarorlar qabul qilish jarayonining asosi hisoblanadi. Uni hisoblash quyidagicha: eng avvalo, kerakli diskontlash stavkasi tanlab olinadi,

soʻngra loyihadan kutilayotgan daromadlarning joriy qiymati va ushbu loyiha uchun talab etilayotgan investitsiyalarning joriy qiymati hisoblab chiqiladi, keyin barcha daromadlarning sof joriy qiymatidan barcha investitsiyalarning sof joriy qiymati ayirib tashlanadi. Olingan farq, natija sof joriy qiymat hisoblanadi. Diskont stavkasi investorning oʻzi uchun undan past (kichigi) samarasiz deb hisoblagan minimal foyda meʼyori boʻlishi kerak. Bu koʻrsatkich investitsiyalar hayotiyliigi davrida, haqiqatan ham, daromadlilikni hisoblashdagi qoʻllanilgan darajaga yetishishligini koʻrsatib beradi. Shu sababli, u vaqt va daromadlilik darajasiga bogʻliq boʻladi. U muqobil loyihalarni taqqoslashda katta rol oʻynaydi. Investi-siya loyihalarini sof joriy qiymat usuli asosida baholashdan olingan natija, yaʼni sof joriy qiymat ijobiy miqdorga ega boʻlsa ($NPV > 0$), u holda investitsiya loyihasi samarali; $NPV < 0$ boʻlsa, investitsiya loyihasi samarasiz, undan voz kechish kerak; $NPV = 0$ boʻlgan holatda, investitsiya loyihasi foyda ham, zarar ham keltirmaydi. Birinchi holatda investitsiya loyihasini amalga oshirish mumkin. Bunda birinchi holatda investor kapitalining oʻsishi taʼminlanishini koʻrsatsa, ikkinchi holatda investitsiya loyihasini amalga oshirishni rad etishga toʻgʻri keladi. Sababi bunday holat loyihadan kutiladigan daromad, natijani olish imkonini bermaydi. Uchinchi holatda investor kapitalining koʻpaymasligini ham, kamaymasligini ham bildiradi.

Daromadlilikning ichki meʼyori usuli (IRR) – bu pul tushumlarining diskont qiymati pul chiqimlarining diskont stavkasiga teng boʻlgandagi daromadlilik darajasi. Boshqacha soʻz bilan aytganda, loyihadan olingan sof tushumlarning diskontlangan qiymati investitsiyalarning diskontlangan qiymatiga, sof joriy qiymat esa nolga teng boʻlgandagi diskont meʼyoridir. Bu koʻrsatkichni aniqlash uchun sof joriy qiymatni aniqlashda ishlatilgan formuladan foydalaniladi va sof joriy qiymat nolga tenglashadigan minimal foiz stavkasi topiladi. Aynan shu foiz stavkasi foydaning ichki meʼyori usuli deb nomlanadi. Bu usul iqtisodiy adabiyotlarda rentabellikning ichki meʼyori, qoplash yoki samaradorlik koeffitsiyenti, kapital qoʻyilmalarning chegaraviy samaradorligi deb ham yuritiladi. Daromadlilikning ichki meʼyori usuli sof joriy qiymat usuli kabi pul mablagʻlarini diskontlash

tamoyilidan foydalanishga asoslangan. U loyihadan kutiladigan daromadlarning sof joriy qiymati uni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan investitsiyalarning joriy qiymatiga teng bo'lgandagi diskontlash stavkasi to'g'risida ma'lumot beradi va aynan mana shu qiymatdagi diskont stavkasi investitsiyalardan kutilayotgan foydaning ichki me'yorini anglatadi. Agar tahlil qilinayotgan loyiha bo'yicha diskontlash stavkasi kapital uchun foizdan yuqori bo'lsa, u holda sof joriy qiymat noldan katta va loyiha samarali bo'ladi. Agar bu stavka kapital uchun foizdan kichik bo'lsa, u holda loyiha samarasiz deb topiladi, uning sof joriy qiymati noldan kichik bo'ladi. Demak, diskontlashning stavkasining shunday miqdorini topish kerakki, bunda sof joriy qiymat nolga teng bo'lsin. Aynan mana shu holatda yuqoridagi formuladagi k ko'rsatkich foydaning ichki me'yori IRR miqdorini ifodalaydi.

Investitsiya loyihalari samaradorligini tahlil qilishda IRRni hisoblashning ahamiyati quyidagicha: IRR loyihadan kutilayotgan daromadlilikni ko'rsatadi va qilinishi mumkin bo'lgan maksimal xarajatlar chegarasini belgilab beradi, ya'ni IRR olinayotgan kredit bo'yicha bank foiz stavkasining yuqori chegarasini ko'rsatadi, ayni shu foiz chegarasidan yuqori miqdorga ega bo'linganda loyiha daromad keltiradi. Shunday holatlar ham bo'lishi mumkinki, investorning o'zi investitsiya loyihasini moliyalash uchun biror subyektdan muayyan foiz ostida kredit olishi mumkin. Bu paytda loyihadan kutiladigan natija kredit uchun foizdan, albatta, yuqori bo'lishi lozim. Yoki investor o'zining maqsad qilgan foydasini olish darajasini ham biladi. Aynan mana shu ikki holat: ya'ni kredit uchun foiz yoki foyda olish darajasi, odatda, barerli (to'siqli) koeffitsiyent (HR) deb ham nomlanadi. Bu ko'rsatkich foydaning ichki me'yoridan tafovut qilishi shart. Bunda HR o'rtacha tortilgan kapital qiymati (kredit uchun foiz yoki kiritilgan kapital uchun qaytarilishi zarur bo'lgan minimum, foyda) sifatida ham qaraladi. Taqqoslash natijalariga asoslanib, menejer qaror qabul qiladi. IRR va HR larni taqqoslash natijasida ular orasida quyidagi bog'liqlik hosil bo'ladi:

- agar $IRR > HR$ – loyiha samarali hisoblanadi va u foydalanish uchun qabul qilinadi;

- agar $IRR < HR$ – loyiha zararli bo‘lib, uni amalga oshirib bo‘lmaydi;

- agar $IRR = HR$ – ixtiyoriy yechimni qabul qilish mumkin, ya’ni loyihani amalga oshirishdan zarar ham, foyda ham ko‘rilmaydi.

Har bir investitsiya loyihasini amalga oshirishdan eng asosiy maqsad foyda olishdir. Umuman, jamiyatda bo‘lib o‘tadigan barcha moliyaviy-iqtisodiy munosabatlar asosini foyda tashqil etadi. Shu sababli, ko‘p hollarda moliyaviy-iqtisodiy munosabatlar foydaliligini bilish maqsadida rentabellik ko‘rsatkichlaridan foydalaniladi. Umumiy holda, bu ko‘rsatkich xo‘jalik faoliyatidan olingan yoki kelib tushgan tushumni mahsulot tannarxiga bo‘lish orqali hisoblab topiladi. Investitsiya rentabelligini baholash usuli ham mantiqan xuddi shunday aniqlanadi. Ammo undan farqi shuki, bunda ma’lum foiz ostida diskontlangan pul tushumlari diskontlangan investitsiya xarajatlariga bo‘linadi. Odatda, xarajatlar, ko‘pincha, boshlang‘ich investitsiya xarajatlaridan tashqil topadi.

Investitsiyalarning rentabelligi usuli (PI) – diskontlashtirilgan daromadlarning diskontlashtirilgan investitsiya xarajatlariga nisbatini hisoblab topishga asoslangan. Lekin mazkur usulning kelgusi davrlardagi pul tushumlarining qiymatini hisobga olmasligi uni diskontlashtirilgan usullar yordamida ham hisoblash zarurligini taqozo qiladi. Buning uchun diskontlashtirishni hisobga olgan holda investitsiyalarni qoplash muddatini (DPP) hisoblash usulida diskontlashgan yillik pul tushumlarining diskontlashgan investitsiyalarga nisbatini topish orqali amalga oshiriladi.

Innovatsion loyianing har bir bosqichida loyiha samaradorligining asosiy ko‘rsatkichlarini hisoblash uchun, birinchi navbatda, pul oqimlarining diskontlash stavkasini aniqlash kerak, chunki u innovatsion loyiha xatarlarini va investorning talab qilinadigan daromadlilik me’yorini ifoda etadi. Agarda hech qanday xavf-xatar elementlari mavjud bo‘lmasa, diskontlash stavkasi pulni jalb qilish xarajatlar sifatida baholanadi. Sarmoyaga sarflangan xarajatlar bahosi erkin pul oqimlari modeliga mos kelishi uchun, quyidagi shartlarga javob berishi kerak:

- kapital jalb qilishning barcha manbalari (qarz, aksionerlarning mablag‘lari va boshqalar)dan kapital jalb qilishning o‘rtacha

tortilgan xarajatlarini qamrab olishi lozim, chunki erkin pul oqimlari oʻzida barcha kapital taʼminotchilarning vositalarini ifoda etadi;

- korporativ soliqlar toʻlangandan keyingi hisob-kitoblarga asoslanish kerak, chunki erkin pul oqimlari oʻz mohiyatiga koʻra, soliq toʻlovlaridan qolgan keyingi pul oqimi hisoblanadi;

- erkin pul oqimlari nominal qiymatga ega boʻlganligi bois, real daromadlilikni kutilayotgan inflatsiya koʻrsatkichlariga tuzatishlar qilish orqali nominal daromadlilikni ifoda ettirish;

- har bir kapital yetkazib beruvchining oʻz zimmasiga olgan tizimli tavakkalchiliklarga tuzatishlar kiritish, zero ularning har biri oʻzlari qabul qilgan tavakkalchilikni toʻlaligicha qoplovchi qaytinga umid qiladilar;

- har bir moliyalashtirish manbasining solishtirma ogʻirliklarini (ogʻirlik koeffitsiyenti) bozor qiymati boʻyicha oʻzida hisobga olish, chunki bozor qiymati bozor sarmoyadorlarining har bir kategoriyalarining haqqoniy iqtisodiy talablarini ifoda etadi;

- inflatsion kutilmalardagi oʻzgarishlar, tizimli tavakkalchilik va kapital tuzilishini hisobga olgan holda pul oqimlari bashoratlarning butun davri davomida tuzatishlar kiritib borish.

Moliyalashtirishning turli xil manbalari mavjudligi sharoitida kapital xarajatlarini aniqlashda oʻrtacha tortilgan kapital xarajatlari modeli (WACC-weighted average cost of capital) qoʻllaniladi:

$$\text{WACC} = rd * (1 - Tc) * \frac{D}{V} + re * \frac{E}{V}$$

Bu yerda,

rd – firmaning qarzlari boʻyicha joriy foiz stavkasi;

Tc – korporativ daromad soligʻining chegaraviy stavkasi;

re – firmaning ishbilarmonlik tavakkalchiligi va uning kapitali tarkibiga bogʻliq boʻlgan firma aksiyalaridan kutilayotgan daromadlilik meʼyori;

D, E – ayni vaqtdagi kompaniyaning aksionerlik kapitali va qarz majburiyatlariga mos ravishdagi mavjud bozor qiymati;

V = (D + E) – firmaning umumiy bozor qiymati.

Tashqi manbalardan kapitalni jalb qilish xarajatlarini baholash (qarzdorlik boʻyicha joriy foiz stavkasi) alternativ bozor xarajatlarini baholashni ifoda etadi va quyidagi moliyalashtirish instrumentlari bilan bogʻliq:

- qat'iy yoki o'zgaruvchan foiz stavkasigv ega bo'lgan investitsion sinfga mansub bo'lgan to'g'ridan-to'g'ri qarzlari;
- investitsion sinf darajasidan past bo'lgan qarzlari ("tashlandiq" obligatsiyalari);
- subsidiyalangan qarzlari (masalan, daromad keltiruvchi sanoat obligatsiyalari);
- chet el valutasidagi qarzlari;
- lizing (moliyaviy va operatsion);
- to'g'ridan-to'g'ri imtiyozli aksiyalar kabi moliyalashtirish vositalari bilan bog'liq bo'lgan muqobil bozor xarajatlarini baholashni o'zida aks ettiradi.

Bundan tashqari, agar baholanayotgan kompaniyada korxonalar ishchi va xizmatchilariga taqdim etilgan aksiyalar bo'yicha opsionlar bajarilmagan bo'lsa, mazkur bajarilmagan opsionlar summasi ham kapitalga o'rtacha tortilgan xarajatlarni hisoblashda e'tiborga olinishi lozim.

McKinsey ekspertlari xususiy kapitalni jalb qilish borasidagi xarajatlarni baholash uchun uzoq muddatli aktivlarni baholash modeli CAPM (Capital Asset Pricing Model)dan foydalanishni tavsiya qiladilar. Ushbu modelga ko'ra, xususiy kapitalni jalb qilish xarajatlari quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$r_e = r_f + \beta^* (r_m - r_f)$$

bu yerda,

r_f – tavakkalchiliksiz foiz stavkasi;

β – bozor daromadliligi va aksiyalarning daromadliligi o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiruvchi koeffitsiyent;

$r_m - r_f$ – tavakkalchilik uchun mukofot;

r_m – bozor portfelining kutilayotgan daromadliligi.

WACC modelining asosiy o'lchamlarini yetuklik davrida bo'lgan kompaniyalar uchun hisoblashi ancha yengil vazifa bo'lgani holda, endi oyoqqa turib kelayotgan yosh innovatsion kompaniyalar uchun bu vazifa ancha murakkab hisoblanadi.

Birinchidan, faoliyatini yangidan yo'lga qo'yayotgan kompaniyalar odatda, o'z mablag'larini diversifikatsiya qilish imkoniga ega bo'lmagan yoki investitsiyalarni qisman diversifikatsiya qiluvchi venchurli kapitalistlarga tegishli bo'ladi. Shu sababli xususiy kapitalni jalb qilish xarajatlari nafaqat bozor

tavakkalchiliklarini, balki korxonaning individual tavakkalchiliklarini ham aks ettirishi lozim. β koeffitsiyentni aksiyalarning bozor narxi bo'yicha baholashning standart amaliyoti, faqatgina kompaniya bozorda savdo qilgandagina, maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Ikkinchidan, startaplar odatda, obligatsiyali zayomlar chiqarmaganliklari bois, tavakkalchilik uchun mukofotlarni zayom reytingidan foydalangan holda baholash mumkin emas. Banklar tomonidan taqdim etilgan yosh konpanyalarning yuqori tavakkalchiligiga bog'liq holda qo'shimcha mukofotni tashqil etishi mumkin. Ya'ni kredit reytingi yordamida risk mukofotini baholash imkoni yo'q.

Uchinchidan, agar kompaniya bozorda savdo qilmas ekan, uning kapital tuzilmasida o'z qarz mablag'larining bozor ulushlarini baholash mumkin emas. Shunga qaramay, model o'lchamlarining qiymatini baholashga imkon beradigan muayyan yondashuvlar mavjud. Diskontlash stavkasini baholashning alternativ varianti sifatida tavakkalchiliksiz stavkaga mukofot uchun tavakkalchilik qo'shilgan holda komulyativ model tuzilmasi hisoblanadi.

Jahon banki diskontlash stavkasida quyidagi tavakkalchiliklarga tegishli mukofotlarni hisobga olishni tavsiya qiladi:

15.2 jadval

Tavakkalchilik omillari	Tavakkalchilik uchun mukofot,%
Kompaniyani boshqarish sifati	0-5%
Moliyaviy tuzilma	0-5%
Kompaniyaning o'lchamlari	0-5%
Geografik va ishlab chiqarish diversifikatsiyasi	0-5%
Mijozlar (diversifikatsiyasi) sifati	0-5%
Daromadlarning barqarorligi	0-5%
O'ziga xos (innovatsion) tavakkalchiliklar	0-5%

Har bir tavakkalchilik turi uchun mukofot qiymati 0% dan 5% oralig'ida bo'lib, uning qiymati ekspertli baholashlar natijasida aniqlanadi. Kapital xarajatlarini aniqlashda - innovatsion

kompaniyaning hayotiylik sikli davomida ularning pasayib boruvchi dinamikasi muhim holat hisoblanadi. Loyihaga yo'naltirilayotgan dastlabki investitsiyalarning tavakkalchilik darajasi konseptual tadqiqotlar bosqichidan boshlab, innovatsion mahsulot yoki xizmatlarni yaratishgacha bo'lgan bosqichlar davomida pasayib boradi. Chunonchi, yangi mahsulot yoki xizmatlarni yaratish laboratoriya tadqiqotlariga qaraganda birmuncha qimmat bo'lgani holda, xarajatlarning asosiy qismi loyihani yakunlash bosqichiga to'g'ri keladi va unda tavakkalchilik darajasi birmuncha past bo'ladi.

Loyiha bo'yicha ishlarni tugallashda opsionning mavjudligi ham tavakkalchilik darajasini kamaytiradi. Muvaffaqiyatli mahsulotga investitsiyalarni davom ettirishda mos keladigan diskont stavkasi ham kapitalga sarflangan xarajatlar bo'ladi. Shuning uchun ham mahsulotning hayotiylik siklining barcha davrlarida diskontlashning yagona stavkasini qo'llash konseptual xatolik hisoblanadi, chunki tavakkalchilik barcha davrlarda o'zgarib boradi. Loyihani amalga oshirishga sarflangan xarajatlar, qaytim bera boshlashi bilan, loyiha barqaror daromad keltiruvchi biznesga aylanib boradi.

4. Innovatsion loyihaning samaradorlik ko'rsatkichlari

Innovatsion loyihalar samaradorligini baholash juda muhim jarayon hisoblanib, u o'z ichiga texnik-iqtisodiy va moliyaviy ko'rsatkichlarni tahlil qilish va baholashni qamrab oladi. Innovatsion-investitsiya loyihalari samaradorligini baholash orqali mablag'larni samarali joylashtirish yo'llarining eng optimalini tanlash mumkin. Har qanday investitsiya loyihasini baholashning mazmuni bugungi xarajatlarni loyihadan olinadigan daromadlar oqlaydimi? degan savolga javob topishdan iboratdir. Biroq, bu savol shunchalik oddiy bo'lishiga qaramasdan, agar diqqat bilan ko'rib chiqilsa, uning ko'plab qirralari ochiladiki, ba'zan unga bir xil ma'nodagi javobni topish juda mushkul.

Innovatsion loyihalari samaradorligini baholash usuli – bu turli obyektlarga (yangi mahsulot va xizmatlarga) uzoq muddatga kapital mablag'larni qo'yishning maqsadga muvofiqligini aniqlash usuli bo'lib, bunda qo'yilgan mablag'lar kelajakda foyda keltirishi va

o'zini to'liq qoplashi ko'zda tutiladi. Har qanday investitsiya loyihasi, garchi u ko'pgina ijobiy tavsiflarga ega bo'lsada, unga qo'yilgan mablag'lar, ya'ni qilingan investitsiya xarajatlari loyiha mahsuloti (ish, xizmat) sotishdan kelgan daromadlar bilan qoplanmasa, ko'rilgan foyda darajasi ko'zda tutilgan darajada bo'lmasa, u amalga oshirilmay qoladi. Innovatsiya loyihalarini tahlil qilish va baholashdan asosiy maqsad, aynan ko'zda tutilgan natijalarga erishishni realligini baholashdir.

Iqtisodiyoti rivojlangan malakatlarda turli loyihalarga qo'yilgan mablag'larning foydaliligini (samaradorligini) taqqoslashga asoslangan baholash usullaridan keng foydalanadilar. Bunda investitsiya loyihalaridan ko'riladigan samara mablag'larni bankka foiz hisobida qo'yishdan yoki qimmatbaho qog'ozlar sotib olishdan keladigan daromad (foyda) bilan taqqoslanadi. Innovatsion-investitsiya loyihalari samaradorligini baholashda loyihadan ko'riladigan daromadning ko'pligiga, mehnat resurslarining kam sarflanishiga, loyihaning amalga oshirish muddatining qisqaligiga, loyiha bo'yicha ishlab chiqariladigan mahsulotning sifatiga, bozorda tutgan o'rniga, shuningdek, xarajatlarning to'g'ri olib borilishiga ko'proq e'tibor beriladi. Shu bilan birga, baholashda pul oqimini to'g'ri ishlatilishi va nazorat qilinishi ham katta ahamiyatga ega. Bunda kapital xarajatlarni yerni ijaraga olish, u yerda bino va inshootlar qurish, mashina va jixozlar sotib olish, mutaxassislar tayyorlash kabi ishlarga sarflanishi, joriy xarajatlar esa, xom ashyo va materiallar sotib olish, suv, energiya, mehnat va boshqa resurslarga sarflanishi e'tiborga olinadi hamda asosiy faoliyatdan keladigan daromadlar, ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish, royalti, davlatning obligatsiyalari orqali keladigan daromadlarga e'tibor qaratiladi. Innovatsiya loyihalarini turli usullar bilan baholash mumkin, lekin barcha usullarda eng asosiy e'tibor ularning daromadlilik darajasi hamda ko'riladigan foydaning hajmini aniqlashga qaratiladi.

Innovatsiya loyihalari samaradorligini baholashda aniq natijalarga erishish, ya'ni loyihalashtirishni yakunlash, bozorga chiqish va unda o'z o'rnini mustaxkamlash, belgilangan foydaga erishish, qilingan investitsiya xarajatlarini qoplash kabi natijalarga erishish uchun belgilangan muddat ham ayniksa muhimdir.

Shuningdek, baholashda ilmiy tadqiqot va konstruktorlik ishlarining samaradorligi ham hisobga olinadi. Buning muhimligi shundan iboratki, tadqiqot va ilmiy izlanish ishlarining qisqa bo‘lishi bir tomondan mablag‘larning kam sarflanishiga olib kelsa, ikkinchi tomondan nisbatan kam muddatda loyiha amalga oshirilib, bozorga ertaroq yangi mahsulot olib chiqiladi va hech bo‘lmaganda, qisqa muddat ichida korxonaga ushbu mahsuloti bilan bozorda monopoliya mavqega ega bo‘lishi mumkin. Shuni alohida qayd etish kerakki, har bir loyiha mamlakatda mavjud bo‘lgan siyosiy va ijtimoiy sharoitlarni hamda ularning o‘zgarishini hisobga olgan holda baholanishi lozim.

Hozirgi paytda innovatsion loyihalarni tuzish va amalga oshirish uzluksiz jarayon bo‘lganligi sababli uni tasvirlashda kompyuter texnikasidan keng foydalanilmoqda. Bunda loyihaning texnik-iqtisodiy va moliyaviy ko‘rsatkichlari hamda tashqi iqtisodiy muhitni belgilovchi omillar hisobga olinib, loyihaning matematik modeli tuziladi va shu model asosida loyihaning xarajatlar va daromadlar oqimi aniqlanadi, samaradorlik ko‘rsatkichlari hisoblanadi, ishlab chiqarish natijalarining-yillik balansi tuziladi hamda tashqi va ichki omillar ta’siri tahlil qilinadi.

Innovatsion loyiha samaradorligining asosiy ko‘rsatkichlari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

- loyihaning sof joriy qiymati;
- ichki daromad normasi;
- investitsiyalarni qoplash muddati;
- rentabellik indeksi.

Loyihaning sof joriy qiymati (Net present value – NPV)-korxonaga investitsiya qilingan kapitalning barcha egalari uchun mavjud bo‘lgan diskontlangan pul oqimi summasi hisoblanadi. U quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$NPV = \frac{\sum_{t=1}^T FCF_t}{(1 + r_t)^t} = \frac{\sum_{t=1}^T (B_t - C_t)}{(1 + r_t)^t},$$

Bu yerda,

$FCFF_t$ – t mos davrdagi daromadlar (B_t) va xarajatlar (C_t) o'rtasidagi farqqa teng bo'lgan t davrdagi bo'sh pul mablag'lari oqimi; T – loyihaning hayotiylik davri; r_t – diskontlash stavkasi. Loyihaning hayotiylik davri (kompaniyaning ijobiy pul oqimlarini ta'min eta olishi mumkin bo'lgan muddat) ko'pincha noma'lum va uzoq muddatli davrlar uchun bashoratlar tuzish ancha mushkul muammo bo'lganligi bois, tahlilchilar loyihaning hayotiylik davrini bashoratlashdan oldingi va bashoratdan keyingi davrlarga ajratishadi. Bashoratlanayotgan muddatda bo'sh pul oqimlarining batafsil bashoratlari tuziladi, bashoratlashdan keyingi davrda kompaniya tomonidan yaratiluvchi pul oqimlari miqdori loyihaning kengaytirilgan (terminal) qiymati sifatida hisoblanadi.

Biroq globallashuv va texnologiya rivojlanishining jadallashishi tufayli so'nggi yillarda mahsulotlarning hayotiylik siklining qisqarishi kuzatilmoqda. Masalan, dasturiy ta'minot mahsulotlarining o'rtacha hayotiylik davri ko'pi bilan 2-yilni tashqil etsa, bu ko'rsatkich yengil avtomashinalar va kompyuterlar uchun 3-4-yil, kimyoviy moddalar va havo transporti vositalari uchun 6-7-yil, farmasevtika sanoati va biotexnologiya mahsulotlari uchun - 10-yil, aloqa tizimlari uchun - 12-yil, yog'ochni qayta ishlash va transport tizimlari uchun esa - 20-yildan ortiqroqni tashqil etadi. "Yetuklik pallasi" – bu mahsulot bozorga butunlay kirib kelgan oy yoki yilni anglatadi. Bozorga to'liq kirib borilganidan so'ng, o'sish sur'atlari bozorning uzoq muddatli o'sish sur'atlariga yaqinlashishini kutish mumkin.

Agar vaqtning uzoqligi bois, loyihaning yetuklik davriga qadar pul oqimlarini bashoratlash qiyin bo'lsa, u holda tijoratlash-tirilayotgan mahsulotlarining pul oqimlarini dastlabki ikki bosqich uchun bashoratlash, so'ngra yetuklik va undan keyingi bosqichlarni alohida tavsiflovchi tashqil yetuvchilarni ajratib olgan holda uzaytirilgan qiymatdan foydalanish tavsiya etiladi. Bunda katta o'sish imkoniyatiga ega bo'lgan kompaniyalarda biznesning asosiy qiymati yetuklik davridagi uzaytirilgan qiymatda aks etishini hisobga olishimiz lozim, bu esa albatta o'sishning ushbu bosqichi uchun bashorat qilinayotgan yuqori sur'atlarida aks etishi zarur.

Kompaniyani rivojlantirish borasida qanday strategiya tanlanganligiga bog'liq holda kengaytirilgan qiymatni baholashning

oltita usuli farqlanadi. Kengaytirilgan qiymatni baholashning dastlabki ikkita usuli biznesni tugatishni ifoda etadi, ushbu vaziyatda terminal qiymat tugatish xarajatlarini chegirib tashlagan holdagi aylanma aktivlar yoki biznesning balans qiymatini ifoda etadi. Amalda kengaytirilgan qiymat biznesni tugatish bilan bog'liq xarajatlarni chegirib tashlagan holdagi korxonaning sof aktivlari qiymatini ifoda etadi.

Kengaytirilgan qiymatni izlab topish va hisoblashning navbatdagi ikki usuli o'zaro taqqoslanuvchi kompaniyalarni izlab topish va P/E (the price-to-earnings (P/E) ratio) va EV/EBITDA (enterprise value/EBITDA) multiplikatorlaridan foydalanishdan iboratdir. Ushbu ikki usuldan foydalanish kompaniya IPO bosqichiga chiqqanda maqsadga muvofiq hisoblanadi. Innovatsion biznes o'ziga xos biznes hisoblanganligi bois, o'xshash kompaniyalarni qidirib topish ancha mushkul vazifa hisoblanadi.

Kengaytirilgan qiymatni baholashning navbatdagi ikki usuli muddatsiz renta va o'sib boruvchi muddatsiz renta formulalaridan foydalanishni ko'zda tutadi. Agar kompaniyaning rivojlanish ssenariysi qandaydir vaqt oralig'ida bo'sh pul mablag'lari oqimi barqarorlashishi va o'sishdan to'xtashini ko'zda tutsa, u holda quyidagi formuladan foydalanishimiz mumkin:

$$TV = \frac{FCFF}{WACC}$$

Bu yerda,

TV – biznesning terminal qiymati;

FCFF – bashoratlanuvchi-yildan keyingi-yildagi kompaniyaning bo'sh pul mablag'lari oqimi qiymati= $CF_{last} \cdot (1+g)$;

WACC – o'rtacha tortilgan kapital xarajatlari.

Agar kompaniya bundan buyon ham barqaror sur'atlarda o'sishda davom etadi, deb tasavvur qilsak, u holda kengaytirilgan qiymatni baholash uchun quyidagi formuladan foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

$$TV = \frac{FCFF}{WACC - g}$$

Bu yerada: g – bo'sh pul mablag'lari oqimining doimiy uzoq muddatli o'sish sur'atlari

O‘z-o‘zidan ayonki, o‘sib boruvchi muddatsiz renta modelidan faqatgina, o‘shish sur‘atlari o‘rtacha tortilgan kapital xarajatlaridan past bo‘lgandagina foydalanish mumkin. Teskari vaziyat kuzatilgan hollarda bashorat qilinayotgan muddatni oshirish va terminal qiymatni hisob-kitob qilish uchun uzoq vaqtni tanlash yoki biznes uchun yuqori o‘shish sur‘atlaridan foydalangan holda multiplikator usuliga murojaat qilish tavsiya etiladi. Shuni ta’kidlab o‘tish lozimki, innovatsion kompaniyalarning kengaytirilgan qiymati albatta, kompaniya xodimlarining ilmiy salohiyatini, shuningdek, menejerlarning yangi ishlanmalarni samarali tarzda tijoratlash tiratish qobiliyatini hisobga olishi lozim. Bu omillarni erkin pul oqimining yuqori o‘shish sur‘atlarini yoki kamroq o‘rtacha sarmoya qiymatini tanlash orqali hisobga olish mumkin.

Daromadlilikning ichki me‘yori (IRR-internal rate of return) - bu pul tushumlarining diskont qiymati pul chiqimlarining diskont stavkasiga teng bo‘lgandagi daromadlilik darajasi. Boshqacha so‘z bilan aytganda, loyihadan olingan sof tushumlarning diskontlangan qiymati investitsiyalarning diskontlangan qiymatiga, sof joriy qiymat esa nolga teng bo‘lgandagi diskont me‘yoridir. Bu ko‘rsatkichni aniqlash uchun sof joriy qiymatni aniqlashda ishlatilgan formuladan foydalaniladi va sof joriy qiymat nolga tenglashadigan minimal foiz stavkasi topiladi. Aynan shu foiz stavkasi daromadlilikning ichki me‘yori usuli deb nomlanadi. Bu usul iqtisodiy adabiyotlarda rentabellikning ichki me‘yori, qoplash yoki samaradorlik koeffitsiyenti, kapital qo‘yilmalarning chegaraviy samaradorligi deb ham yuritiladi.

Loyihaning qoplanish muddati (DPP-discount payback period) – jamg‘arilgan diskontlangan pul oqimi investitsiyalangan kapitalni qoplaydigan muddatni ifoda etadi. Loyihaning qoplanish muddati qanchalik kichik bo‘lsa, uning samaradorligi shuncha yuqori bo‘ladi.

Foydalilik indeksi (PI-profitability index) – kompaniyaning sof keltirilgan qiymatini investitsiyalangan kapitalga nisbati sifatida hisoblab topiladi. Indeks qiymati qancha yuqori bo‘lsa, investitsiyalarning rentabelligi shuncha yuqori bo‘ladi.

5. Innovatsion loyihaning qiymatini baholash bo'yicha yondashuvlar

Iqtisodiy fanlarning taraqqiyotidan kelib chiqqan holda so'z yuritadigan bo'lsak, bugungi kunda klassik moliyaviy nazariya'ning loyihalarning qiymati va samaradorligini baholashning to'rtta yo'nalishi mavjud. Bu nazariyalar quyidagilardan iborat:

1. Gordon va Lintner nazariyasi (XX asrning 50-yillari);
2. Miller va Modilya'ni kashfiyoti yoki MM paradoksi (XX asrning 60-yillari boshi);
3. Tahlil jarayonida birinchi marotaba tavakkalchilik omilini hisobga olgan Sharpning CAPM modeli;
4. Opcionlarni baholashning eng yangi modeli (1973-yil).

Ushbu nazariyalarning tadrijiy rivojlanishi samaradorlikni boshqarishning uchta yo'nalishini shakllantirdi (1):

- kompaniya moliyaviy faoliyatining natijaviyligi borasida tasavvurlarni rivojlantirish va ushbu natijalarni boshqarish usullarini takomillashtirish;
- korxonaning moliyaviy holatini tashxislash borasida texnika va texnologiyalarning tadrijiy rivojlanishi;
- tavakkalchiliklarni baholash va ularni boshqarish nazariyasi va amaliyotini shakllantirish va rivojlantirish.

Birinchi yo'nalishdagi konsepsiyada pul oqimlari konsepsiyasi markaziy o'rinni egallagan holda, undan keyingi konsepsiyalarning rivojlanishida boshlang'ich manba hisoblanadi. Jahon amaliyotida pul oqimlari konsepsiyasi bo'lg'usi iqtisodiy daromadlarni baholashda keng qo'llaniladi. Mazkur jarayon birinchi marotaba Dj.B.Uilyams tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, diskontlangan pul oqimlari tahlili deb ataladi.

Ikkinchi yo'nalish, moliyaviy qarorlar qabul qilish uchun asos sifatida koeffitsiyent tahlilini takomillashtirish asnosida ishlab chiqilgan. Loyihaning moliyaviy ko'rsatkichlarini tahlil qilishning ko'pchilik usullari quyidagi: likvidlik ko'rsatkichlari (moliyaviy barqarorlik, to'lov qobillik), ish faolligi (tavakkalchilik) ko'rsatkichlari, rentabellik (daromadlilik) ko'rsatkichlarini o'rganishni ko'zda tutadi. Ikkinchi yo'nalish doirasida firmaning bozor qiymati konsepsiyasi muhim o'rin tutadi. Mazkur konsepsiya

rivojlanishining dastlabki bosqichida bozor qiymati deyilganda oddiy va imtiyozli aksiyalar va shuningdek, qarz majburiyatlarining umumiy qiymati tushunilar edi. M.Miller va F.Modilya'nilar ushbu konsepsiya'ni asos sifatida qabul qilganlari holda, asosiy aktivlarni baholashning klassik modelini ishlab chiqdilar. Korxonalar samaradorligini reyting asosida tahlil qilish konsepsiyalari orasida 1978-yilda Boston konsalting guruhi tomonidan ishlab chiqilgan CAMEL modeli muhim o'rin tutadi.

Korxonaning moliyaviy holatini baholash va shuningdek, uning nochor holatga tushib qolishiga sabab bo'luvchi omillarni oldindan izlab topish ikkinchi yo'nalish doirasida amalga oshiriluvchi tahlillarning markaziy o'rnida turadi. Mazkur yo'nalish doirasida korxonalar bankrotligini tashxislash uslubiyoti ishlab chiqilgan bo'lib, bunday modellarga quyidagilar kiritiladi: Oltmen modeli, Chesser modeli, to'lovga qobiliyatsiz korxonalarni aniqlash mezonlari tizimi, moliyaviy oqimlarni tahlil qilish asosida bankrotlikni tashxislash.

Ikkinchi yo'nalishning rivojlanishi natijasida kompaniyani boshqarish asosiga qiymatni boshqarish qo'yiladi. Ko'pchilik ekspertlarning fikriga ko'ra, qiymatni boshqarish – bu qiymatning asosiy omillari borasida barcha xatti-harakatlarni birlashtirish evaziga tashqilotning barcha bo'g'inlarida operativ va strategik yechimlarni sifat jihatdan takomillashtirishga yo'naltirilgan integratsion jarayondir. Amaliyotda keq qo'llaniluvchi konsepsiyalar orasida 1982-yilda D.Shtern va D.Styuartlar tomonidan ishlab chiqilgan economic value added (EVA) va 1995-yilda ishlab chiqilgan Olson modeli (EBO) muhim o'rin tutadi.

Rivojlanishning uchinchi yo'nalishi ko'p jihatdan qimmatli qog'ozlar bozori bilan bog'liq bo'lib, tavakkalchiliklarni o'rganishga asoslanadi. Tavakkalchilikning mohiyati daromad olishning mavhumligi va yo'qotish xavfining mavjudligidan iboratdir. Ushbu yo'nalish doirasida XX asrning 60-yillarida Uilyam F.Sharp tomonidan ishlab chiqilgan CAPM modeli va 1973-yilda yaratilgan Blek-Shoulz opsiya modeli keng tarqalgan. Shu tariqa, qiymatni baholash borasida uch asosiy yondashuv shakllandi. A. Damodaran tasniflashiga ko'ra, ularga "diskontlangan pul oqimlarini baholash", "qiyosiy baholash" va "shartli da'volarni

baholash" deb, nom berilgan. Ta'kidlash joizki, firmaning qiymatini baholash/tiklash yondashuvi asosida baholash qiymatni baholash borasida mavjud bo'lgan boshqa yondashuvlarga asoslanadi.

Biznes qiymatini baholash borasidagi yondashuvlarni to'raligicha anglab yetish uchun FCFF va FCFEni farqlab olishimiz lozim.

FCFF(Free Cash Flow to firm) – korxonaga mulki egalari (aksiyadorlar, qarz vositalari va imtiyozli aksiya egalari)ning korxonaga barcha talablarining pul mablag'lari ko'rinishidagi moliyaviy oqimlar;

$FCFE = EBIT(1-t) + \text{amortizatsiya} - \text{kapital xarajatlari} - \text{aylanma mablag'larning o'zgarishi}$. Ushbu modelda kompaniya xususiy kapitalining qiymati kompaniya asosiy faoliyatining qiymati bilan qarz majburiyatlari va investorlarning boshqa qonuniy da'volari o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi. Asosiy faoliyat qiymati (operatsion qiymat) va qarz majburiyatlari qiymati pul oqimlarining tavakkalchilik darajasini ko'rsatib beruvchi diskontlangan stavkalar bo'yicha tegishli pul oqimlari qiymatiga teng hisoblanadi.

FCFE usulida pul oqimlari (cash flows) kompaniya tomonidan barcha moliyaviy majburiyatlarning bajarilishi, kapital xarajatlarning amalga oshirilishi va aylanma kapitalga bo'lgan ehtiyojlarning qondirilishidan keyingi pul oqimlari sifatida baholanadi.

Ushbu o'zgarishlardan keyin qolgan pul oqimlarini "aksiyalarga to'g'ri keluvchi erkin pul oqimi" (free cash flow to equity-FCFE) deb ta'riflashimiz va uni quyidagi tarzda yozishimiz mumkin:

Aksiyalarga to'g'ri keluvchi pul oqimlari = sof daromad – (kapital xarajatlari – eskirish) – (pulsiz aylanma kapitalning o'zgarishi) + (yangi qarz majburiyatlari – qarzlarni so'ndirish).

FCFF bilan FCFE o'rtasida quyidagicha nisbat mavjud: $FCFF = FCFE + \text{Dividends} + (1-t) \times \text{Interest}$.

Kompaniyaning qiymati kompaniya balans qiymatining bo'lg'usi qo'shilgan qiymatning joriy qiymati bilan yig'indisiga teng. Boshqacha qilib aytganda, kompaniyaning qiymati investitsiyalangan kapital, mavjud loyihalarning diskontlangan qo'shilgan iqtisodiy qiymati va bo'lg'usi investitsiyalarning diskontlangan qo'shilgan iqtisodiy qiymati yig'indisidan tashqil topadi:

$$EVA = (ROIC - WACC) * IC = NOPLAT - WACC * IC,$$

Bu yerda,

EVA – qo‘shilgan iqtisodiy qiymat;

ROIC – investitsiyalangan kapitalning daromadlilikligi;

WACC – o‘rtacha tortilgan kapital xarajatlari;

IC – investitsiyalangan kapital;

NOPLAT – soliqlar chegirib tashlangan, ammo foizlar to‘languncha bo‘lgan operatsion foyda.

Kompaniya faoliyatini tavsiflovchi mazkur moliyaviy ko‘rsatkichdan strategik rejalashtirish (biznes qiymatini maksimallashtirish) bosqichidayoq, foydalanishimiz mumkin. Shuningdek, ushbu ko‘rsatkichni korxonaga bo‘lim va bo‘linmalari, mahsulotlar liniyasi bo‘yicha ham hisoblash va undan xodimlarni moddiy rag‘batlantirish sifatida ham ishlatish mumkin. Bugungi kunda biznesni rivojlantirishda nomoddiy aktivlarning ulushi oshib borayotgan bir sharoitda mazkur konsepsiyadan foydalanish birmuncha noqulayliklar tug‘diradi.

Qiyosiy yondashuv kompaniyalarning bozor qiymatini baholashning turli usullarini o‘z ichiga oladi. Bu borada multiplikator usuli asosiy usul hisoblanadi. Ushbu usulning mohiyati muayyan bozor qiymatiga ega va turli mezonlar bo‘yicha taqqoslash mumkin bo‘lgan o‘xshash kompaniyani izlashdan iboratdir. Ushbu mezonlar multiplikator deb, ataladi. Ular ikki yoki uchta moliyaviy ko‘rsatkichlarning nisbatini ifoda etadi. Amalda juda ham ko‘p moliyaviy koeffitsiyentlar to‘plami va shunga mos ravishda ko‘plab multiplikatorlar mavjud: narx/tushum; foyda multiplikatori (ushbu holatda koeffitsiyentlardan biri foyda bo‘lsa, boshqasi turli moliyaviy ko‘rsatkichlar hisoblanadi), PEG (narx/foydaning o‘shish sur‘atiga nisbati), ITTKI xarajatlarini hisobga olgunga qadar foydaning narxga nisbati, EV/EBITDA, balans qiymati multiplikatori, tushum multiplikatori, maxsus tarmoq multiplikatorlari va boshqalar.

Barcha multiplikatorlarni quyidagi ikkita xususiyat birlashtirib turadi:

- baholashlar avvalgi davrlarning ma‘lumotlariga asoslanadi va o‘z navbatida korxonaning moliyaviy-xo‘jalik faoliyati natijasida

amalda erishgan natijalarini yoki faoliyat natijalarining istiqboldagi ko'rsatkichlarini aks ettiradi;

- amalda tuzilgan bitimning narxi bozordagi vaziyatni to'liq hisobga oladi va talab va taklif o'rtasidagi nisbatni haqqoniy aks ettiradi.

Ushbu ikkita xususiyat amalda innovatsion loyihalarni baholashni qiyinlashtiradi. Innovatsiyalar, odatda, bozorda o'zining o'xshashiga ega bo'lmaganligi bois, ularni taqqoslashning iloji yo'q. Biroq, bu o'rinda ikkita holatga e'tibor berishimiz lozim. Birinchidan, agar innovatsion loyihani amalga oshirishning so'nggi bosqichlari haqida gap borsa, u holda qiyosiy yondashuvdan foydalanishimiz mumkin, zero, ushbu bosqichga kelib, bozorda raqobatchilar paydo bo'ladi va bozor o'z shakllanishining yetuklik pallasiga o'ta boshlaydi.

Ikkinchidan, qiyosiy yondashuvdan ayrim sohalarda loyihani ishlab chiqishning dastlabki bosqichlarida ham foydalanishimiz mumkin. Misol uchun, farmasevtika sanoatida innovatsiya juda keng quloq yozganligi bois, mazkur sohada innovatsiyalarning amalga oshishi uchun zarur bo'lgan investitsiyalarning qachon va qaysi muddat oralig'ida qoplanishini ko'rsatib beruvchi muayyan bir o'rtacha qiymat shakllanib ulgurgan. Bu o'rinda qiyosiy yondashuvdan tarmoq ko'rsatkichlariga nisbatan mo'ljal olish maqsadida foydalaniladi.

Opsionli yondashuv, Opsion (nemischa option so'zidan) – bu bitimda ishtirok etayotgan tomonlarning biriga qimmatli qog'ozlar ma'lum bir miqdorini muayyan vaqt mobaynida belgilangan narxda sotib olish yoki kontragentga sotish huquqini beruvchi shartnomadir. Kontragent esa, mukofot evaziga ushbu huquqni amalga oshirish majburiyatini o'z zimmasiga oladi.

Opsionning o'ziga xos xususiyati shundaki, uning egasi qimmatli qog'ozning o'zini xarid qilmaydi, balki uni sotib olish yoki sotish huquqiga ega bo'ladi. Bunda u o'zining xarid qilish yoki sotish huquqidan foydalanishi yo bo'lmasa, undan voz kechishi mumkin.

Opsion shartnomasida ikki tomon ishtirok etadi: opsion xaridori (egasi)-ma'lum miqdordagi qimmatli qog'ozlarni sotib olish yoki sotish huquqiga ega bo'ladigan shaxs hamda sotuvchi (ustiga

yoʻzuvchi)-tegishli ravishda ushbu qimmatli qogʻozlarni sotish yoki xarid qilish majburiyatini oʻz zimmasiga oluvchi shaxs.

Barcha opsionlar xarid qilish va sotish opsionlariga boʻlinadi. Opsionlar "Yevropa opsionlari" va "amerika opsionlari"ga boʻlinadi.

Yevropa opsioni – bu uning ijro etilishiga faqat kelishilgan boʻlajak sanada ruxsat etiladigan shartnomadir. Amerika opsioni – bu uning ijro etilishiga kelishilgan sanagacha va kelishilgan boʻlajak sanada istalgan vaqtda ruxsat etiladigan shartnomadir.

Opsionning majburiy rekvizitlari:

⇒ Nomi: "xarid qilish uchun opsion yoki "sotish uchun opsion";

⇒ Davlat roʻyxatiga olingan sana va raqam;

⇒ Opsionni roʻyxatdan chiqarish sanasi;

⇒ Opsion emitentining nomi, manzili va bank rekvizitlari;

⇒ Emitentning bazis aktivini sotish (xarid qilish opsioni uchun) yoki sotib olish (sotish opsioni uchun) majburiyati,

⇒ Opsionning amal qilish muddati yoki ijro etilish sanasi;

⇒ Bazis aktivining oʻziga xos xususiyati;

⇒ Emitentning imzosi va muxri.

Opsionlar bilan operatsiyalar qimmatli qogʻozlarning birja xamda birjadan tashqari bozorlarida amalga oshirilishi mumkin.

Opsionning turlaridan biri varrant (varrant) hisoblanadi.

Varrant – bu uning egasi maʼlum muddat davomida yoki maʼlum bir kunda varrantlar emitenti tomonidan dastlabki chiqarilgan qimmatli qogʻozlarni xarid qilish huquqini olganligini tasdiqlovchi hujjat. Shunday qilib, varrantlarni chiqarish bazis aktivini tashqil etuvchi qimmatli qogʻozlarni chiqarish bilan bogʻlanadi. Varrantning bazis aktivini boʻlgan qimmatli qogʻozlarning bir nashri faqat varrantning bitta nashriga huquq beradi (1).

Varrantlar muomalaga chiqarilgan va uchinchi shaxslarning qoʻlida boʻlgan yoki emitentning oʻzi tomonidan sotib olingan qimmatli qogʻozlar boʻyicha chiqarilishi mumkin emas. Bazis aktivining bahosi qimmatli qogʻozlar nominalidan past boʻlgan varrantlarning emissiyasi taqiqanadi (obligatsiyalar bundan mustasno).

Varrantning majburiy rekvizitlari:

- Qimmatliqog‘ozning nomi.
- Davlat ro‘yxatiga olingan sana va raqami.
- Varrantni ro‘yxatdan chiqarish sanasi.
- Varrant emitentining nomi, manzili va bank rekvizitlari.
- Emitentining bazis aktivini sotish majburiyati.
- Varrantning amal qilish muddati yoki ijro etilish sanasi.
- Bazis aktivining o‘ziga xos xususiyati.
- Varrant xaridorining nomi (egasining nomi yoziladigan varrantlar uchun).
- Varrant emitentining imzosi va muhri.

Varrant emitentlari ularning dastlabki egalariga ularni xarid qilish uchun teng narx shartlarini ta‘minlashi kerak. Varrantlar egalari uchun qimmatli qog‘ozlarni joylashtirish narxi ushbu qimmatli qog‘ozlarni varrantlar egasi bo‘lmagan sarmoyador tomonidan joylashtirilishi narxidan farq qilishi mumkin. Varrantlar bilan operatsiyalar qimmatli qog‘ozlarning birja va birjadan tashqari bozorlarida bajarilishi mumkin.

Opsionli modelni quyidagicha tasavvur qilishimiz mumkin:

$$V_0 = V_s N(d_1) - (E \cdot e^{-rt}) N(d_2),$$

Bu yerda: V_0 – opsionning muvozanatli narxi; V_s – aksiya’ning joriy narxi; E – opsiondan foydalanish narxi; $e=2,71828$; r – qisqa muddatli murakkab foiz stavkasi; t – opsionning amal qilish muddati tugagunga qadar bo‘lgan yillar soni; $N(d)$ – me’yoriy zichlikning akkumulyasiyalangan funksiyasi qiymati; d – aksiyalarning yoyilish ehtimoli.

Shunday qilib, opsionning qiymati – bu qisqa muddatli foiz stavkasi, opsionning amal qilish muddati, aksiyalar bo‘yicha foydaning chetga chiqish funksiyasi hisoblanadi. O‘tgan davrlarda aksiyaga to‘g‘ri keluvchi foydaning tebranishlari sifatida aniqlanuvchi, standart og‘ish, mazkur modelning asosiy muammosi hisoblanadi.

Mazkur yondashuv asosida:

- kompaniya balansida aks ettiriluvchi kompaniya aktivlari va majburiyatlari;
- kompaniya aktivlaridan foydalanish darajasi;
- kompaniyaning obro‘-e’tibori va kompaniya balansidan aks ettirilmagan boshqa nomoddiy aktivlar;

- kompaniyaning mulkiy va shu kabi boshqa huquqlari;
- majburiyatlarni bajarish bilan bog‘liq bo‘lgan vazifalar;
- korxonaning buxgalteriya balansida aks ettirilmagan boshqa aktivlari, huquq va majburiyatlari baholanadi.

Xarajat yondashuvi doirasida qiymatni baholashning ikkita usuli farqlanadi. Tugatish qiymati (liquidation value) usuli – aktivlarni bozorda sotish yo‘li bilan olinishi mumkin bo‘lgan pul mablag‘lari miqdorini ifoda etadi. Tiklash qiymati usuli (replacement value) – tiklash qiymati va amaldagi eskirish qiymati o‘rtasidagi farq sifatida qoldiq qiymatni hisob-kitob qilish va aktivlarning amaldagi eskirishini baholashni ko‘zda tutadi. Innovatsion loyihaning samaradorligini baholash uchun ushbu yondashuv uncha ham mos kelavermaydi, chunki loyihani amalga oshirishning dastlabki bosqichlarida bozorda sotish uchun biror bir aktivning o‘zi mavjud bo‘lmaydi (faqatgina, kompaniya litsenziya va patentlarni sotishi mumkin bo‘lgan holatlarni istisno qilgan holda). Ammo shunday bo‘lsada, baholash ishlab chiqarish nuqtayi nazaridan emas, balki litsenziya yoki patentlarni sotishdan olinadigan bo‘lg‘usi daromadlar nuqtayi nazaridan amalga oshiriladi. Loyihalarning qiymatini baholash borasida ko‘plab yondashuvlar mavjudligiga qaramasdan, ularning barchasi ham innovatsion kompaniyalarga mos kelavermaydi. Innovatsion biznesning o‘ziga xosligi shundaki, kompaniyaning eng muhim raqobat ustunligi bu uning nomoddiy aktivlari hisoblanadi va aynan mana shu nomoddiy aktivlar qiymatning yaratuvchisi hisoblanadi. Kompaniyaning aynan nomoddiy aktivlari (yangi mahsulotlar, ishlab chiqarishni tashqil etishning yangi usul va vositalari uchun patentlar va sertifikatlar) ulardan samarali foydalanilganda kompaniyaga yuqori foyda olish imkonini beradi.

6. Innovatsion loyihalarning samaradorligi va qiymatini baholashdagi cheklashlar

Innovatsion loyihalarga daromad bo‘yicha yondashuv, amalda deyarli barcha investitsiya loyihalariga nisbatan qo‘llaniladi. Ushbu yondashuvda innovatsion loyihaning deyarli barcha zaruriy elementlari – bo‘lg‘usi pul oqimlarining joriy qiymati, tavakkalchilik

omilini diskontlash stavkasida va hatto investorlarning innovatsion loyihalarni amalga oshirishdan kutilmalarini ham hisobga olishimiz mumkin. Ammo amalda rejalashtirilgan natijaga yaqin boʻlgan natijaga erishish juda ham mushkul vazifa hisoblanadi. Bunday farqlanishni ekspert baholashlarning subyektivligi, loyihaga tashabbuskor tomonidan haddan tashqari ijobiy yondashish, baholash oʻta mushkul boʻlgan tavakkalchiliklarning mavjudligi bilan izohlaymiz. Innovatsion kompaniyalarning amaldagi faoliyati uchun tavakkalchilikning yuqori darajasi xos boʻlgani holda, bunday kompaniyalarda yangi gʻoyalarning paydo boʻlishi va ularni tijoratlashtirib foyda olishgacha boʻlgan vaqt oraligʻi ancha katta muddatni tashqil etadi. Innovatsion kompaniyalar oʻzlarining faoliyat natijalari bozorda talab yuqori boʻlgan pirovard mahsulot yoki xizmatga aylanishi kafolatlanmagan boʻlsada, ilmiy izlanishlar va tajriba-konstruktorlik ishlariga katta mablagʻlar sarflaydilar. Bugungi turmush tarzini va mehnat sharoitlarini shakllantirgan, ulkan moddiy boyliklarning yaratilishiga katta ulush qoʻshgan koʻpgina texnologik yutuqlar uzoq vaqt mobaynida "inkubatsiya davri"ni boshdan kechirgan. Loyihani oʻylab pishitish, uni takomiliga yetkazib ishlab chiqish, tijoratlashtirish va barqaror foydaga ega boʻlish uchun koʻpincha bir necha oʻn yillar talab etiladi.

Bozorga yangi mahsulot bilan kirib boruvchi kompaniya uchun "bozorga kirish" atamasini qoʻllash ham nooʻrin hisoblanadi. Kompaniya aslida bozorga kirib bormaydi, balki bozorni shakllantiradi. Bunday vaziyatda bozorning hajmi, undagi talab, taklif toʻgʻrisida maʼlumotlar mavjud boʻlmaydi va umuman bozorning shakllanishi haqida ham gapirish baʼzi holatlarda mushkul boʻlib qoladi.

Ushbu muammoni "aylanib oʻtish" variantlaridan biri loyihani baholashda senariyli yondashuv hisoblanadi. Yaʼni uchta "optimistik", "pessimistik" va "normal" ssenariy ishlab chiqiladi, ularga maʼlum bir ehtimollik darajasi berilib, tahlilchi ishonchlilik darajasi yuqori boʻlgan "oʻrtacha" qiymatga ega boʻladi. Biroq, ushbu nazariyaga binoan, yuqorida tilga olib oʻtilgan hodisalarning yuz berishi ham shartli boʻlgani holda, ularning ehtimollik darajasi nimaga asoslanishi kerakligi ham aniq belgilab berilmagan.

Odatda, innovatsion loyihalar uchun qiyosiy yondashuvni qoʻllash birmuncha cheklangan hisoblanadi, chunki agar shunday

mahsulot bozorida mavjud bo'lsa, innovatsiyalar o'zining raqobat ustunligini asta-sekinlik bilan yo'qotib boradi. Avvalgi davrlarning ma'lumotlariga asoslangan yondashuvdan foydalanib, kompaniyaning kelajakdagi rivojlanish istiqbollari baholab bo'lmaydi. Hatto yaqinda tashqil topgan va o'xshash innovatsiyalarni rivojlantirayotgan kompaniyalar mavjud bo'lsa ham, ularning qiymati to'g'risida ishonchli ma'lumotlarni topish qiyin kechadi. Bundan tashqari, odatda obyektiv baholash maqsadida mazkur innovatsion kompaniyaga o'xshash bo'lgan bir nechta firmalarni topish ham ancha mushkul vazifa hisoblanadi. Texnologiyalarning rivojlanish sur'atlarini aks ettiruvchi multiplikatorlardan foydalanish ham ko'zlangan natijaga erishish imkonini bermaydi.

Opsionli yondashuv uchun ko'p kamchiliklar xos bo'lmasada, mazkur yondashuv ham ideal hisoblanmaydi. Biroq real opsionlarda kompaniya yoki individ o'z investitsion imkoniyatlarini istalgan paytda sotishi mumkin emas. Ushbu nuqtayi nazardan, birmuncha aniq natijalarni beruvchi va loyihaning butun mazmun-mohiyatini aks ettiruvchi binominal model ancha ahamiyatli.

Ikkinchidan, Blek-Shoulz modeli aktiv qiymatining bir tekis dinamikada rivojlanishini ko'zda tutgan holda, uning notekis dinamikaga ega bo'lishini inkor etadi, zero, innovatsion loyiha ko'tarilish va pasayish bosqichlarini bosib o'tadi. Dispersiya ko'rsatkichi ham doimiy hisoblanmaydi, chunki innovatsion loyihaning bir qator tavakkalchiliklari u tijoratlashirish tomon yaqinlashib borgani sari shunchalik pasayib boraveradi.

Mazkur vaziyatda Monte-Karlo usuli va kompyuter dasturlaridan foydalangan holda, muammoning yechimini topish mumkin bo'ladi.

Blek-Shoulz modelini qo'llashdagi cheklovlardan yana biri shundaki, u faqatgina Yevropa opsionlariga nisbatan qo'llanilishi mumkin xolos. Chunki Yevropa opsionlarida ularni bajarish muddati aniq ko'rsatilgan bo'ladi. Amerika opsionlariga nisbatan Blek-Shoulz modelini qo'llash birmuncha qiyinchiliklar tug'diradi.

Shunday qilib, innovatsion loyihalarning qiymati va samaradorligini baholashning mavjud modellari ikkita asosiy kamchiliklarga ega: birinchi navbatda, tavakkalchiliklar va noaniqliklarning ta'siri to'liq hisobga olinmaydi, ikkinchidan,

mazkur modellar faqat moliyaviy ko'rsatkichlarga bog'liq bo'lib, nomoliyaviy ko'rsatkichlar mutlaqo hisobga olinmaydi.

Birinchi kamchilikni, ya'ni tavakkalchiliklarni hisobga olishni ko'rib chiqamiz. Ma'lumki, tavakkalchiliklarni hisobga olish oson kechmasada, ularni boshqarish mumkin va albatta, ular boshqarilishi shart. Afsuski, samaradorlikni baholash borasidagi zamonaviy yondashuvlarning hech biri tavakkalchiliklarni boshqara olmaydi. Tavakkalchiliklarni boshqarish bilan mutlaqo boshqa bir tizim-risk menejmenti shug'ullanishi talab etiladi. Loyiha bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchiliklarni boshqarishning bunday tizimini yaratish jarayoni, innovatsion tavakkalchiliklarni nazorat qilish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish borasida tavakkalchiliklarni tahlil qilishning asosli tamoyillarini hisobga olish imkonini beradi. Risk-menejmentning har bir instrumentidan muayyan shart-sharoitlarda foydalanish bo'yicha tavsiyalarni ishlab chiqish talab etiladi. Bu esa, joriy etilayotgan innovatsiyalarning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, innovatsion loyihani amalga oshirishning butun bir davri mobaynida tavakkalchiliklarni nazorat qilish tizimining amalda bo'lishiga imkon yaratib beradi. mazkur tizim tavakkalchiliklarni farqlay olishi, baholay olish va guruhlariga ajrata olishi lozim.

Innovatsion loyihalar qiymatini baholash borasidagi samaradorlik va qiymatni baholash modelining ikkinchi kamchiligi, ya'ni faqat moliyaviy ko'rsatkichlardan foydalanish holatini ko'rib chiqamiz. Innovatsion loyihalarni amaliyotga joriy etish bilan bog'liq bo'lgan muammolar, ilmiy tadqiqot ishlari bilan shug'ullanuvchi muassasalar va innovatsion korxonalarda marketingning yetarlicha taraqqiy etmaganligi bilan izohlanadi. Loyihalarning qiymati va samaradorligini baholash modellari nafaqat bo'lg'usi pul oqimlarini, balki shu bilan bir qatorda, yangi mahsulotlar yaratilishini marketing chora-tadbirlari asosida qo'llab-quvvatlash, xodimlar sifati va ularni rag'batlantirish, kompaniyaning umumiy strategiyasi kabilarni ham e'tiborga olishi lozim. Amaliy tajriba shuni ko'rsatadiki, yangi mahsulotlarning uchdan bir qismi mag'lubiyatga uchraydi va kompaniya uchun faqat zarar keltiradi. Bozorga yangi mahsulotlarni kiritish eng avvalo, mahsulotning o'ziga xos tavsifi va bozorning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liqdir. Yangi mahsulotlarning bozorda

kasodga uchrashi quyidagi sabablar bilan izohlanishi mumkin: mahsulotdagi nuqsonlar, bozorning atroflicha o'rganilmaganligi, haddan tashqari yuqori xarajatlar, raqobatchilarning xatti-harakatlari, samarali marketing faoliyatining yo'lga qo'yilmaganligi, yetarlicha qo'llab-quvvatlanmaslik, ishlab chiqarishdagi muammolar.

Innovatsion loyihaning qiymati va samaradorligini baholashda tovarning raqobatlashayotgan tovarlardan ustunligini ta'min etuvchi omillar, kompaniyaning marketing sohasidagi ustunliklari, loyiha-ning texnologik avfzalliklari kabi nomoliyaviy ko'rsatkichlarni e'ti- borga olish muhim ahamiyat kasb etadi. Iste'molchiga noma'lum bo'lgan innovatsion mahsulotni bozorga olib kirish chog'ida vujudga keluvchi va bunda iste'molchilarning xulq-atvori borasidagi tavakkalchilik tahlil etilayotgan tavakkalchiliklar orasida birinchi o'ringa qo'yiladi. Kompaniyaning marketing bo'limi bu borada jiddiy bosh qotirishiga to'g'ri keladi.

Nazorat va o'z-o'zini tekshirish uchun savollar

1. Innovatsion loyihaning rivojlanish bosqichlari davomida vujudga keluvchi asosiy tavakkalchiliklarni ajratib ko'rsating?

2. Loyihani amalga oshirish va uning samaradorligini nazorat qilish usullarini ko'rsatib bering?

3. Diskont stavkasini aniqlash borasidagi asosiy yondashuvlarni tavsiflab bering?

4. Innovatsion loyihaning samaradorligini belgilab beruvchi asosiy ko'rsatkichlarni sanab bering?

5. Innovatsion loyiha qiymatini baholash borasidagi asosiy yondashuvlarni yoritib bering?

6. Innovatsion loyihalar samaradorligi va qiymatini baholash borasida amaliyotda uchraydigan asosiy cheklashlar nimalardan iborat?

Mavzuga doir adabiyotlar

2. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O'zbekiston. 2017, 40 b.

3. O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5583-son 2018-yil 24-noyabrdagi “Tadbirkorlik va innovatsiyalar sohasidagi loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 25.11.2018 y.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3697-son 2018-yil 5-maydagi “Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 06.05.2018 y.

7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi “Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 08.05.2018 y.

8. Вахабов А.В., Разыкова Г.Х. Модернизация экономики. Уч. Пособие. –Т.: «IQTISOD-MOLIYA», 2014, 263с.

9. Гулямов С.С. Новая терминология в инновационной экономике: «умное образование» // Илм-фан ва инновацион ривожланиш. №3. 2018. 17-22-б.

10. Ёўлдошев Н.Қ., Мирсаидова Ш.А., Голдман Й.Д. Инновацион менежмент. Дарслик. –Т.: ТДИУ. 2011, 438 б.

11. Белолипецкий В.Г. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2008.

11.Бертонеш Марк. Управление денежными потоками. Спб.: Питер, 2003.

12.Боер Ф. Питер. Практические примеры оценки стоимости технологий. Олимп-Бизнес, 2007.

13. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. Альпина Паблишер, 2011.

14. Дубровин В.В. Оценка стоимости высокотехнологичной компании на различных этапах развития. – М.: ГУ – ВШЭ, 2009.

15. Коупленд Т., Долгофф А. Expectations-Based Management. Как достичь превосходства в управлении стоимостью компании. – М.: Эксмо, 2009.

16. Чесбро Генри. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент. – М: Поколение, 2008.

17. Umarov B. Innovatsion faoliyatni moliyaviy boshqarish fanidan ma'ruza matni. Toshkent Moliya instituti. 2013-yil, 95 b.

16-MAVZU. BIZNESNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH

Orzularingiz ushalingizga erishishingizning eng yaxshi usuli – bu uygʻonishdir.

Pol Valeri.

Reja:

1. Ochiq bozorlarda innovatsiyalarni xarid qilish biznesni innovatsion rivojlantirish usullaridan biri sifatida.
2. Yangi texnologiyalarni joriy etishda innovatsion rivojlanishning omillari.
3. Yangi texnologiyalarni joriy qilish orqali kompaniyalarni muvaffaqiyatli innovatsion rivojlantirish borasida misollar.

Asosiy atama va tushunchalar:

Kompaniyalarni qoʻshib olish, kompaniyalarni sotib olish, raqobat ustunligi, iqtisodiy oʻsish, M&A bozori, qoʻshib olish yoki sotib olishdan koʻzlangan strategik maqsadlar, daromadlar sinergiyasi, xarajatlar sinergiyasi, korrelyasion bogʻlanish, gudvil.

1. Ochiq bozorlarda innovatsiyalarni xarid qilish biznesni innovatsion rivojlantirish usullaridan biri sifatida

Bir tomondan toʻsiqlarga yuzma-yuz kelish jarayonlarining mantigʻi, boshqa bir tomondan esa ushbu toʻsiqlarni yengib oʻtishga boʻlgan intilish yirik korporatsiyalarning innovatsion rivojlanishini belgilab beradi. Avval boshidanoq, talab yoki isteʼmolchilarning xulqi, ijtimoiy-iqtisodiy matrisalarning oʻzgarishidan darak beruvchi signallarni aniqlab olish bir tomondan, yana boshqa bir tomondan esa, muayyan toʻsiqlar bilan kompaniyaning kreativ fikrlashining toʻqnash kelishi haqida xabar beruvchi signallarni vaqtida aniqlash bozor oʻzgarishlari taʼsirida vujudga keluvchi yoki texnologiyalar sohasidan kirib keluvchi tom maʼnodagi innovatsiyalarning darakchisi hisoblanadi. Bozordagi raqobat muhiti tez oʻzgaruvchan sharoitlarda innovatsiyalarni joriy etish zaruriyati muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, innovatsion faoliyatning shiddatli kechishi

yoki baynalmilallashuv (xalqaro rivojlanish) darajasining oʻsib borishi va shuningdek, inqiroz sharoitida “soʻnib” borayotgan bozorda oʻz ulushini saqlab qolish va xarajatlarni pasaytirishning yagona yoʻli sifatida yangi texnologiyalarni joriy etish har qachongidan ham dolzarb boʻlib boradi. Tashqi muhitda bunday shiddatli oʻzgarishlar yuz bergan holatda, kompaniyalar oʻz strategiyalarini, aktivlarini, uskunalarini va texnologik kompetensiyalarini oʻzgartirishlari talab etiladi. Bu oʻzgarishlar kompaniya aktivlarining muayyan qismini qadrsizlantirsa, ayni paytda muayyan aktivlarning qadri-qimmati juda ham oʻsib ketadi. Baʼzi bir kompaniyalar mazkur oʻzgarishlar natijasida bir lahzada tanazzulga uchrasalar, ayni paytda maʼlum bir kompaniyalar industrial tashqilotlarning yangi shakllari, yangi bozorlar, ishlab chiqarish va mahsulotlarni tashishning yangicha usullari, yangi tovar va xizmatlar, yangi isteʼmolchilarga tayangan holda tezkor oʻsish bosqichiga erishadilar. Bunday tezkor oʻsishining asosida bozor muhitiga moslashish, uning halokatli taʼsir etuvchi omillarining taʼsiridan oʻziga xos kreativ yondashuvga asoslangan xulosalar yasash yotadi. Ayniqsa, inqiroz davrida, kashfiyotlarning joriy etilishi koʻpincha korxonalarining ochiq bozorda texnologiyalarni sotib olishiga asoslangan tarmoqlardagi qoʻshilish va sotib olish toʻlqinining xatti-harakatlarini ifoda etadi. Ushbu davrda yangi texnologiyalarni qoʻllash qimmat va qaltis hisoblansa ham, korxonalar uni joriy etishga majbur boʻladilar. Innovatsiyalarni joriy etish natijasida yuzaga kelgan qoʻshilish va sotib olish statistikasi "ijodiy halokat" jarayonining barcha kuchli tomonlarini va samaradorligini taʼkidlashga imkon beradi. Ochiq bozorda innovatsiyalarni sotib olish jarayoni kichik innovatsion kompaniya uchun bozorga "chiqish"ning asosiy yoʻllaridan biri ekanligini va yirik kompaniyalar uchun asosiy yoʻli ekanligini tushunib olish muhimdir. Iqtisodiy oʻsish iqtisodiy faoliyatning kengayishi, iqtisodiy tanazzul sharoitida avval erishilgan natijalarni himoya qilish va bozor ulushini yangi "ijodiy" yechimlar orqali saqlab qolishni ifoda etishini taʼkidlash muhim. Aynan shuning uchun ham, inqiroz sharoitida kompaniyalar oʻzlarining “omon qolishlari”ga imkon beruvchi yangi texnologiyalarni izlaydilar. Bunday yangi texnologiyalar kompaniyaga:

- joriy mahsulotlari uchun yangi sotish bozorlarini izlab topishga;
- yangi texnologiyalarni joriy etish orqali yangi bozorlarni egallash;
- yangi texnologiyalarni joriy qilish (kompaniyalar, texnologiyalar tashuvchilarini sotib olish) orqali mavjud mahsulotlarining tannarxini pasaytirish imkonini beradi.

XX asrning 80-yillaridan boshlab, to o'tgan asrning 90-yillari oxiriga qadar AQSHning mudofaa sanoati bozordagi o'z ustun mavqeini saqlab qolish maqsadida harakat qilganligini yangi texnologiyalarni muvaffaqiyatli joriy etishning namunasi sifatida keltirib o'tishimiz mumkin.

Misol uchun, IBM kompaniyasi mudofaa elektronikasidan voz kechgan holda, kompyuter texnologiyalari sohasida fuqarolik loyihalariga katta e'tibor qarata boshladi va bu ishni muvaffaqiyatli uddalay oldi.

Kompaniyalarning qo'shib olinishi va sotib olinishi XIX asrning oxirlarida AQSHda amerika sanoatining kichik va o'rta korxonalaridan transmilliy korporatsiyalarga o'tishi asnosida keng quloq yoza boshladi. Qo'shilish (merger) – bu ikki yoki undan ortiq kompaniyalarning birlashishini ifoda etuvchi operatsiya hisoblanadi. Sotib olish (takeover) – maqsadli kompaniyaning 50 foiz yoki undan ko'proq aksiyasini sotib olish yo'li bilan uning ustidan nazorat o'rnatishdir. G'araz maqsadlar va yo'llar bilan kompaniyalarni sotib olish haqida gap borsa, ko'pincha mazkur termindan foydalaniladi. Acquisition – bir kompaniya boshqa kompaniyani to'lig'icha yoki qisman sotib olishi bilan bog'liq operatsiyalarni ifoda etadi.

Qo'shib olish va sotib olishlar jarayoni ma'lum bir motivlarga asoslanadi va muayyan maqsadlarni ko'zlaydi. Barcha motivlar va maqsadlar strategik motiv va maqsadlar hisoblanadi, chunki ular kompaniyaning bozordagi mavqeini mustahkamlash, korxonani barqaror rivojlantirish, resurslarni samarali boshqarishni ko'zda tutadi. Strategik maqsadlar korxonaning quyidagi global maqsadlarini ifoda etadi:

1. Himoyalani maqsadlari.
2. Investitsion maqsadlar.

3. Informasion maqsadlar.
4. Sinergitik navf ko‘rish.
5. Boshqaruv sifatini oshirish.
6. Soliq motivlari.
7. Kompaniyaning bozor narxi va uning o‘rnini qoplash qiymati o‘rtasidagi farq.

1. Kompaniyaning himoya maqsadlari uning o‘zi faoliyat ko‘rsatayotgan sektor yoki boshqa sektordan xaridlarni amalga oshirishi, qo‘shimcha aktivlarni sotib olishi; qo‘shilish orqali bozordagi mavqeini mustahkamlash, turli vosita va usullar yordamida raqobatchilardan xalos bo‘lish evaziga o‘sish imkoniyatlarining mavjudligida aks etadi.

2. Investitsion maqsadlar. Kompaniyalar, ularning menejerlari va investorlar quyidagi maqsadlarni ko‘zlaydilar: bo‘sh mablag‘larni joylashtirish; foydali biznesda ishtirok etish; yetarlicha yaxshi baholanmangan va kelgusida qiymati oshishi mumkin bo‘lgan aktivlarni sotib olish; boshqaruv tajribalaridan unumli foydalanish; ortiqcha naqd pullarni investitsiyalarga yo‘naltirish; portfel uchun antisiklik yoki balanslovchi aktivlarni sotib olish.

3. Informatsion maqsadlar. Qo‘shib olish va sotib olishlar kompaniyaning mol yetkazib beruvchilarning texnologiyalari va xarajatlari to‘g‘risida, iste‘molchilarning qaysi mahsulotlarni afzal ko‘rishlari borasida xabardorlik darajasini oshiradi.

4. Sinergitik samaraga ega bo‘lish. Kompaniyalarni qo‘shib olish va sotib olishlar ko‘rinishida qaytadan tashqil etish sinergitik samaraga erishish va uning ta‘sir kuchini oshirishda namoyon bo‘ladi, ya‘ni ikki yoki undan ortiq kompaniyalarning o‘zaro bir-birini to‘ldiruvchi faoliyatlari ushbu kompaniyalarning yakka o‘zlari erishish mumkin bo‘lgan natijadan bir necha barobar ko‘p natijaga erishish imkonini beradi. Ushbu holatda ITTKI sohasida bir-birlarining o‘rnini to‘ldirish, transaksion xarajatlarning qisqarishi evaziga moliyaviy tejashga erishish, raqobatning susayishi sababli bozor ulushini ortishi kabilar evaziga sinergitik samaraga erishiladi.

5. Boshqaruv sifatini oshirish. Kompaniyalarning qo‘shilishi yoki sotib olinishidan avval muayyan bir firmaning aktivlarni boshqarish borasidagi faoliyati samarasiz bo‘lgan bo‘lsa, qo‘shilish yoki sotib olish jarayonlaridan so‘ng, kompaniya aktivlarini

boshqarish samaradorligi ortadi. Aktivlardan samarali foydalana olmayotgan, xarajatlarni pasaytirish va sotish hajmini oshirish imkoniyatlarini yetarlicha ishga sola olmayotgan kompaniyalar amalda ko‘plab topiladi, aynan mana shunday kompaniyalar qo‘shib olish va sotib olishlarning obyektiga aylanadi.

6. Soliq motivlari. Amaldagi soliq qonunchiligi ba’zan pirovard natijasi soliqlarni pasaytirish yoki soliq imtiyozlarini qo‘lga kiritish bo‘lgan qo‘shib olish va sotib olishlarni rag‘batlantiradi. Masalan, soliq yuki yetarlicha og‘ir bo‘lgan serdaromad firma kelgusida yaxlit korporatsiya tashqil etishda foydalanilishi mumkin bo‘lgan katta soliq imtiyozlariga ega kompaniyani sotib olishi mumkin. Ushbu kompaniya soliq tushumlari evaziga resurslarni tejash borasida katta imkoniyatga ega bo‘lsada, ammo uning foyda darajasi mazkur imkoniyatdan to‘laqonli tarzda foydalanish imkonini bermaydi.

7. Kompaniyaning bozor narxi va uning o‘rnini qoplash qiymati o‘rtasidagi farq. Odatda, yangi korxonani tashqil etishdan ko‘ra, amalda faoliyat ko‘rsatayotgan korxonani sotib olish osonroq kechadi. Nishon-kompaniya mulkiy kompleksining bozor bahosi kompaniyaning aktivlarini almashtirish uchun sarflanadigan sarf-xarajatlarni qiymatidan past bo‘lgan hollarda, kompaniyani sotib olish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Kompaniyaning bozor narxi va uning o‘rnini qoplash qiymati o‘rtasidagi farq sotib olinayotgan firmaning bozor va balans qiymatlari bir-biriga to‘g‘ri kelmasligidan kelib chiqadi.

2. Yangi texnologiyalarni joriy etishda innovatsion rivojlanishning omillari

Birlashish va sotib olishda yangi texnologiyalarni joriy etishning muvaffaqiyati quyidagi ikkita omilga bog‘liq:

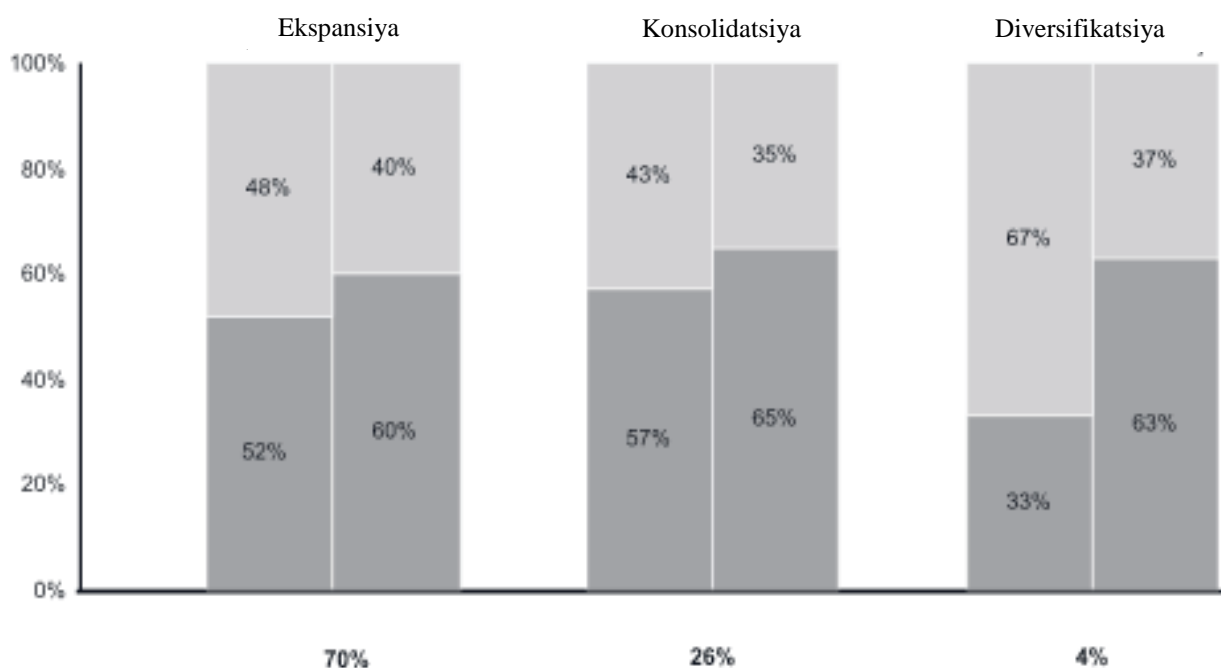
1. Izlab topilgan sinergitik samaraga.
2. Xalqaro rivojlanishda samarali integratsiyaga. Yangi texnologiyalarni joriy etishda innovatsion rivojlanishning muvaffaqiyatini belgilab beruvchi asosiy omillar quyidagilar hisoblanadi:

1. Daromadlar sinergiyasi: eng yuqori innovatsion qobiliyatlarni shakllantirish evaziga bozorga eng yuqori sifat darajasiga ega

boʻlgan tovarlarni sotish (yangi mahsulotlar, bozorga chiqish sarflanadigan vaqtning kamligi) yoki bozorning toʻliq qamrovi (geografik va gamma mahsulotlar).

2. Xarajatlar sinergiyasi qoʻshib olishning uch modeli – (sotib oluvchi sotib olinayotgan kompaniyaning barcha tuzilmalarini toʻlaligicha oʻzgartiradi), ustuvorlik (qoʻshib olish va sotib olish borasidagi qiyin kechgan muzokaralar natijasida yangi tuzilma borasida 50%-50% qaror qabul qilinadi), ikkita kompaniyaning qoʻshilishi jarayonida ikkita kompaniyadan eng yaxshi tuzilma qoldiriladi.

Oʻtgan asrning 80-yillari va 2000-yillari oraligʻida muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsiz chiqqan bitimlarning ulushi keltirib oʻtilgan. Birinchi ustunda turdosh tarmoqlar va ikkinchi ustunda turdosh boʻlmagan tarmoqlar aks ettirilgan.



16.2-rasm. Oʻtgan asrning 80-yillari va 2000-yillari oraligʻida muvaffaqiyatli (yuqorida) va muvaffaqiyatsiz (pastda) chiqqan bitimlarning ulushi.

Ayni damda, innovatsion mahsulotning tijorat yutugʻi koʻp jihatdan isteʼmolchilarning: iqtisodiy modelning hayotiylik sikliga, jamiyatdagi oʻzgarishlarga, birlamchi xulqning oʻzgarishi kabi elementlardan tarkib topgan xulq-atvorining oʻzgarishlariga bogʻliq.

Ushbu holatda quyidagilarni tushunish va anglab yetish kerak:

- iqtisodiy modellar bir necha o‘n-yildan tortib bir necha asrga bo‘lgan hayotiylik davriga ega ekanligini;
- jamiyatdagi muhim o‘zgarishlar bir necha o‘n yilliklar davomida amalga oshirishini;
- texnologiyalarning hayotiylik sikli yarim yildan o‘n yilgacha, ba’zi holatlarda ellik yilgacha davom etishini;
- inson xulqi bir necha oydan tortib, to insonning butun umri davomida o‘zgarishi.

Innovatsiyalarning eng yuqori darajada muvaffaqiyatga erishish ehtimoli yuqorida tilga olib o‘tilgan to‘rt yo‘nalishlardan birining burilish pallasiga to‘g‘ri keladi. Turli vaqt oraliqlari bilan takrorlanib turuvchi sikllarga moslashish innovatsion kompaniya muvaffaqiyatini ta‘minlashning muhim omili sanaladi, ammo bu o‘rinda quyidagi holatlarni hisobga olish talab etiladi:

Kompaniyaning hayotiy ritmi bilan innovatsion ritm bir-biriga mos kelmaydi;

- uzoq muddatli moliyaviy rejalashtirishni amalga oshirish murakkab vazifa hisoblanadi;
- ko‘plab sektorlarda texnologik sikl qisqarib boradi.

Shu bilan birga, ilg‘or texnologiyalarni joriy etishda zamonaviy kompaniyalarning zaif tomonlari quyidagilarda ko‘rinadi:

- keskin raqobat iste‘molchilarning xulqiga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi;
- butun e‘tiborning omon qolishga qaratilishi strategik investitsiyalardan chalg‘itadi;
- kichik kompaniyalarda ishlab chiqaruvchi roli odatda bir kishiga beriladi;
- kompaniyada innovatsion jarayonlarni markazlashtirish tendensiyasi;
- inson omili ko‘pincha e‘tiborga olinmaydi;
- kapital brendiga mutlaq bog‘liqlik;
- standartlashtirilgan komponentlardan foydalanib ishlab chiqarishni tashqil etishda xizmatlari standartlashtirish;
- ko‘pincha ishlab chiquvchilar muvaffaqiyatli rivojlanishdagi o‘z hissalariga mos tarzda moliyaviy jihatdan rag‘batlantirilmaydilar.

Ayni chogʻda kompaniyaga yangi texnologiyalarni joriy etishda muvaffaqiyat keltiruvchi asosiy omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- texnologik jarayonni rejalashtirish;
- texnik axborotlarni topa olish qobiliyati;
- oʻz intellektual kapitalini himoya qila olish qobiliyati;
- isteʼmolchilarning xulqini tizimli tahlil qilish;
- innovatsion jarayon cheklangan sondagi xodimlar bilan hamkorlik darajasida amalga oshiriladi;
- menejer innovatsion jarayonlarning borishini doimiy kuzatib borishi va ayni vaqtda ishlab chiquvchilar faoliyatining yetarlicha erkin boʻlishini taʼminlashlari talab etiladi.

Yangi texnologiyaʼni sotib olgandan soʻng, uning texnologiyaga moslashishga eʼtibor qaratish ham muhimdir. Yangi texnologiyalarni moslashtirish samaradorligini tahlil qilish odatda, bir necha bosqichlarda amalga oshiriladi, yaʼni: qoʻshilishdan oldin, dastlabki olti oy davomida, birinchi yarim-yildan soʻng. Odatda, texnologiyaʼni sotib olgandan keyin uni muvaffaqiyatli joriy etilishini tahlil qilish/auditdan oʻtkazishda quyidagi savollarga batafsil javob olishimiz kerak boʻladi:

Qoʻshilishdan oldin:

- biznes sheriklar: xodimlar, aksionerlar, OAV, mol yetkazib beruvchilar, mijozlar bilan qay tarzda muloqot qilish lozim?
- zaruriy texnologiyaʼning tashuvchisi boʻlgan kompaniya maqsadlarining kuchli va zaif tomonlari nimalarda koʻrinadi?
- sotib olish, paritet, ikkitasidan eng yaxshisini tanlash masalalariga qandan yondashish kerak?
- loyiha integratsiyasi uchun vaqtni qanday hisoblash mumkin?
- eng yaxshi xodimlarni qanday ushlab qolish mumkin?
- xarajatlar sinergiyasining potentsiali qay darajada?
- daromad sinergiyasining potentsiali qay darajada?

Dastlabki olti oy:

- barcha vakolatlarga ega boʻlgan integratsiya masalalari boʻyicha kengash tashqil etilganmi?
- barcha boshqaruvchi menejerlar oʻz oʻrniga qoʻyilganmi?
- butun loyiha puxta rejalashtirilganmi?

- ma'lumotlarning yoritilishi aniq va mukammalmi?
- monitoring va sinergiyaga erishish uchun kim javobgar?
- ichki va tashqi xarajatlar sinergiyasini izlab topish nihoyasiga yetdimi?

- mijozlarning kutishlari qanday?

Birinchi yarim yillikdan so'ng:

- rejalashtirilgan ssenariyning amalda olingan natijalarga mos kelishi yoki mos kelmasligini o'rganish amalga oshiriladi. Yuqorida keltirilgan barcha omillar kompaniyani kerakli texnologiya tashuvchisini sotib olishni yoki yirik sanoat kompaniyasining muvaffaqiyatli innovatsion rivojlanishi uchun qaror qabul qilish ssenariysini rejalashtirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

3. Yangi texnologiyalarni joriy qilish orqali kompaniyalarni muvaffaqiyatli innovatsion rivojlantirish borasida misollar

Bayer (Bayer AG) kompaniyasi tomonidan Shering (Schering AG) kompaniyasi, Hewlet Packard kompaniyasi tomonidan EDS Corporation kompaniyasi, Procter&Gamble kompaniyasi tomonidan Gillete kompaniyasining sotib olinishini innovatsion rivojlanishda ochiq bozorlarda texnologiyalarni sotib olish borasida yorqin misollar sifatida keltirib o'tishimiz mumkin.

Bayer (Bayer AG) kompaniyasi tomonidan Shering (Schering AG) kompaniyasining sotib olinishi. Bayer (Bayer AG) kompaniyasi 1863-yila tashqil topgan bo'lib, sog'liqni saqlash, o'simliklarni himoya qilish va yuqori texnologiyali materiallar ishlab chiqarish sohasida dunyoda yetakchi mavqega ega bo'lgan yirik kimyo-farmasevtika konserni hisoblanadi. Kompaniya o'z faoliyatini tashqil etishda ilmiy izlanishlarga alohida urg'u bergani holda, innovatsiyalarni rivojlanishni ta'min etuvchi asosiy kuch sifatida e'tirof etadi. Kompaniya ilmiy tadqiqot ishlari asosida taraqqiyotni ta'minlash borasida barcha talab etiluvchi moddiy va nomoddiy resurslarga ega. Birgina 2006-yilda, kompaniya ilmiy tadqiqot ishlari uchun 2,297 mln. yevro mablag' sarflaganligi, fikrimizning yaqqol isbotidir. Asosiy faoliyat yo'nalishlarida kompaniyaning mavqeini mustahkamlashga xizmat qiluvchi yangi

mahsulotlarni yaratish va ularni ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish muhim ahamiyat kasb etadi. Kompaniya innovatsion taraqqiyotga erishish maqsadida o'z ilmiy tadqiqot bazasini mustahkamlash bilan bir qatorda, bu borada yetakchi universitetlar, ilmiy tadqiqot markazlari va laboratoriyalari bilan yaqindan hamkorlik qilib keladi. Aynan mana shunday hamkorlik evaziga konsern yangi g'oyalarni tezlik bilan muvaffaqiyatli mahsulotlarga aylantiradi. 2006-yilda kompaniyaning sotuvlari hajmi 28,956 mln. yevroni, yalpi foydasi esa 13,681 mln. yevroni tashqil etdi.

Shering (Schering AG) kompaniyasiga 1851-yilda Berlinda asos solingan. Shering (Schering AG)ning asosiy faoliyati ginekologiya va andrologiya, onkologik va dermatologik kasalliklarni umumiy va maxsus terapevtik davolashga yo'naltirilgan.

Shering (Schering AG) o'z tadbirkorlik faoliyatining barcha sohalarida va dori vositalarini terapevtik qo'llash borasida yangi dori vositalarining klinik sharoitlarda ishlab chiqish va shuningdek, ro'yxatdan o'tkazilgan mahsulotlarni yanada takomillashtirish ustida doimiy ish olib boradi. Faol dori vositalari va moddalari ustida ish olib bora turib, Shering (Schering AG) o'z e'tiborini quyidagi to'rt asosiy sohaga qaratadi: onkologiya, kardiologiya, ayollar salomatligi va diagnostik vizualizatsiya. Bundan tashqari, klinik ishlanmalar yangi mahsulotlar ishlab chiqarishni va shuningdek, kompaniya faoliyatining barcha sohalarida ro'yxatdan o'tgan mahsulotlarni yanada takomillashtirishni rag'batlantiradi.

Ilmiy tadqiqot va ishlanmalar sohasida Shering (Schering AG) o'z faoliyatini kasalliklarni davolash borasida yuqori samaradorlikka ega bo'lgan dori-darmonlarni davolashning innovatsion usullari, bemorlarning hayot sifatini yaxshilash va ularning umr ko'rish davomiyligini oshirishga yo'naltiradi. Kompaniya terapevtik sohalarda, xususan, gemofiliya va sklerozni davolashda, kontrast moddalar va gormonal kontrasepsiya sohalarida yetakchi mavqega ega. 2005-yilda Shering (Schering AG) o'zining sotish hajmini sezilarli darajada oshirdi, bu esa o'tgan-yilga nisbatan 8 foizga oshib, 5,3 milliard yevroni tashqil qildi.

Farmasevtika sohasida o'z mavqeini mustahkamlash maqsadida, 2006-yilda Bayer (Bayer AG) Schering AG, Berlin, Germany kompaniyasini sotib oldi. Bitimning umumiy qiymati 17,007 mln.

yevroni tashqil etdi. Kompaniyani sotib olish natijasida Bayer (Bayer AG)ning nomoddiy aktivlari (gudvillsiz) qariyb 3 barobar oʻsdi, bundan bir yil avval nomoddiy aktivlarning ulush 21% ni tashqil etgan boʻlsa, xaridlar amalga oshganidan soʻng, nomoddiy aktivlarning ulushi jami aktivlarning 43% ni tashqil etdi.

Hewlett Packard tomonidan EDS Corporation kompaniyasining sotib olinishi. Xyulett Pakkard (Hewlett Packard - HP) kompaniyasiga 1939-yilda asos solingan. HP – isteʼmolchilar, tashqilotlar va biznes uchun yuqori texnologik yechimlarga ega boʻlgan mahsulotlarning yirik yetkazib beruvchisi hisoblanadi. Kompaniya yirik korxonalar, kichik va oʻrta biznes tashqilotlari va ommaviy isteʼmolchilarga IT-infratuzilmasi borasida yechimlar taqdim etish, personal hisoblash tizimlari va axborotlarni qayta ishlash qurilmalari, butun dunyo boʻyicha servisli qoʻllab-quvvatlash xizmatlari hamda tasvir va matnlarni qayta ishlash va chop etish qurilmalarini yetkazib berish bilan shugʻullanadi. 2007-yilda kompaniyaning tushumlari 104,286 mln. dollarni tashqil etgan boʻlsa, bitta aksiyaga toʻgʻri keluvchi daromad 2,76 dollarga teng boʻldi.

EDS (Electronic Data Systems) Corporation kompaniyasi 1962-yilda tashqil etilgan. Kompaniya IT-xizmatlari bozorida oʻz mijozlariga yuqori texnologiyali biznes yechimlar taqdim etuvchi kompaniyalar orasida yetakchilardan biri sanaladi. EDS moliyaviy xizmatlar, telekommunikatsiya, tomoshalar uyushtirish, energetika va boshqa shu kabi sohalarda faoliyat koʻrsatuvchi buyurtmachilar uchun keng assortimentli xizmatlar va biznes yechimlarni taklif etadi. Kompaniya asosan xizmatlar sohasida oʻz faoliyatini amalga oshirganligi bois, uning asosiy aktivlarini kompaniya xodimlari, ularning tajriba, koʻnikma va bilimlari tashqil etadi. Kompaniya birinchilardan boʻlib asinxron uzatish tartibidan foydalangan holda pul mablagʻlarini hisob-kitob qilish usulini, qidiruvning maxsus mezonini boʻyicha hujjatlarning relevantligini baholash imkonini beruvchi matnli tahlil usulini ishlab chiqqan. Bundan tashqari, kompaniya tomonidan samolyotlarga chiptalarni avtomatik tarzda saralash imkonini beruvchi qurilma ham yaratilgan. Kompaniya xizmatlar koʻrsatganligi bois, uning asosiy resurslaridan biri, bu

sifatli xizmatlar ko'rsatilishini ta'min etuvchi tashqilot personali hisoblanadi.

EDS Corporation kompaniyasi 2008-yilning 26-avgustida sotildi. Mazkur xarid HP kompaniyasining IT outsorsing, biznes jarayonlar va ilovalar outsorsingi, shu jumladan ishlab chiqarishni modernizatsiyalash va boshqaruv bo'yicha xizmatlarni taklif etish borasida mavqeini mustahkamlashga xizmat qilishi ko'zda tutilgan edi. Kompaniyani sotib olishdan ko'zlangan asosiy maqsad informatsion texnologiyalar sohasida yuqori texnologiyali qurilmalar yaratishdan tortib, keng qamrovli servis xizmatlarini ko'rsatilishini ta'min etuvchi korporatsiyaga asos solishdan iborat bo'lgan. Xarid narxi qariyb 13 milliard dollarni tashqil etdi. EDS Corporation kompaniyasining HP tomonidan sotib olinishi natijasida HP kompaniyasining aktivlari (gudvildan tashqari) qariyb ikki barobar o'sdi. Bundan tashqari HP kompaniyasi Compaq kompaniyasini 2001-yilda 33,6 milliard dollarga, Autonomy kompaniyasini esa 2011-yilda 11,7 milliard dollarga sotib olgan.

Procter&Gamble kompaniyasi tomonidan Gillete kompaniyasining sotib olinishi. Procter&Gamble kompaniyasi o'z faoliyatini 1837-yildan buyon davom ettirib keladi. Bugungi kunda u dunyoning 160 dan ortiq mamlakatlarida 300 dan ziyod savdo markalarini bozorda taklif etadi. Kompaniyaning yillik umumiy aylanmasi 68 milliard dollardan oshiqroqni tashqil etadi. Kompaniyaning asosiy faoliyat yo'nalishi yuqori iste'mol xususiyatlariga ega bo'lgan beshta asosiy kategoriyadagi mahsulotlarni ishlab chiqarishdan iborat. Bular: kosmetika va parfyumeriya, shaxsiy gigiena vositalari, sog'liq uchun zarur bo'lgan tovarlar, oilaviy foydalanish va bola parvarishi uchun zarur bo'lgan tovarlar, uy yig'ishtirish va tozalash uchun kerakli tovarlar, uy hayvonlari uchun ozuqa. 2005-yilda moliyaviy yil yakunlari bo'yicha kompaniyaning tushumlari 56,741 mln. dollarni tashqil etdi.

Gilletekompaniyasi 1901-yilda o'z faoliyatini boshlagan. Kompaniya sotilguniga qadar ustalar, tishni parvarishlash vositalari va batareykalar kabi bir qator tovarlarni ishlab chiqarishda yetakchi o'rinni egallagan. Gillete kompaniyasi ma'lum ma'noda Procter&Gamble kompaniyasining tarixini takrorlaydi. Gillete kompaniyasi ham bir qator xaridlarni amalga oshirgan. Xususan,

kompaniya 1967-yilda o‘z tarkibiga elektr ustalar va mayda elektr jihozlari ishlab chiqaruvchi Braun kompaniyasini qo‘shib oladi, 1984-yilda esa tish cho‘tkalari va tishni parvarishlash vositalari ishlab chiqaruvchi Oral-B kompaniyasini sotib oladi. 1996-yilda kompaniya batareykalar ishlab chiqaruvchi–Duracell kompaniyasini sotib oladi. 2004-yilda Gillette kompaniyasining sotish hajmi 10,5 milliard dollarni yoki P&G kompaniyasining sotuvlar hajmidan besh barobar kamni tashqil etdi. P&G kompaniyasi Gillette kompaniyasini 2005-yil 1 oktabrda sotib oldi. Xarid narxi (aksiyalar qiymatini hisobga olgan holda) qariyb 53,4 milliard dollarni tashqil etdi.

Xaridning amalga oshirilishi natijasida P&G kompaniyasining nomoddiy aktivlar ulushi bir yilda 66 foizga oshdi, shundan 44 foizi gudvillga to‘g‘ri keldi. Xarid bilan bog‘liq ravishda kompaniyaning sof aktivlari 62,908 million dollarga, ya‘ni qariyb 3 barobarga o‘ydi. Brendlarning qiymati esa 8 martaga oshdi.

Nazorat savollari

1. Iqtisodiy tushkunlik sharoitida qo‘shib olish va sotib olishlar jarayonining asosiy sabablarini sanab bering?

2. “Mergers and Acquisitions (M&A)” terminlarining mazmun-mohiyatini tushuntirib bering?

3. Yangi texnologiyalarni joriy etishda innovatsion rivojlanishning muvaffaqiyatini belgilab beruvchi asosiy omillarni sanab bering?

4. 2017-yilda tuzilgan M&A bitimlari to‘g‘risida o‘z fikringizni bildiring?

5. Ochiq bozorlarda texnologiyalarni sotib olish borasida muvaffaqiyatli amalga oshirilgan bitimlarga misollar keltiring?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O‘zbekiston. 2017, 40 b.

2. O‘zbekiston Respublikasining “Tovar belgilari, xizmat ko‘rsatish belgilari va tovar kelib chiqqan joy nomlari to‘g‘risida”gi Qonuni. –T.: 2001, 89 b.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5583-son 2018-yil 24-noyabrdagi “Tadbirkorlik va innovatsiyalar sohasidagi loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 25.11.2018 y.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3697-son 2018-yil 5-maydagi “Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 06.05.2018 y.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi “Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 08.05.2018 y.

7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3899-son 2018-yil 6-avgustdagi “Ilmiy va innovatsion faoliyatni integratsiya qilish tizimi samaradorligini oshirishga doir chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 07.08.2018 y.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3855-son 2018-yil 14-iyuldagi “Ilmiy va ilmiy-texnikaviy faoliyat natijalarini tijoratlash tirish samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi Qarori // Xalq so‘zi. 15.07.2018 y.

9. Вахабов А.В., Разыкова Г.Х. Модернизация экономики. Уч. Пособие. –Т.: «IQTISOD-MOLIYA», 2014, 263 с.

10. Гулямов С.С. Новая терминология в инновационной экономике: «умное образование» // Илм-фан ва инновацион ривожланиш. №3. 2018. 17-22-б.

11. Йўлдошев Н.Қ., Мирсаидова Ш.А., Голдман Й.Д. Инновацион менежмент. Дарслик. –Т.: ТДИУ. 2011, 438 б.

12. Гохан П. «Слияния, поглощения и реструктуризация компаний» // М.: Альпина Бизнес Букс, 2006, 741 с.

13. Кемпбелл Э., Кэтлин Саммерс Лачс. «Стратегический синергизм: как создается кумулятивный положительный эффект» // Спб, 2004, 416 с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).

17-MAVZU: INNOVATSION G‘OYALAR, ISHLANMALAR VA TEXNOLOGIYALARNI AMALGA OSHIRISHDA KLASTER USULLARINI QO‘LLASH

Navoiy, Buxoro va Sirdaryo viloyatlarida paxta-to‘qimachilik klasterlarini yaratish doirasida paxta xomashyosini bozor talablari asosida yetishtirish, narx-navoni shakllantirish va sotishni tashqil etish bo‘yicha tajriba boshlandi. Kelgusida bunday ijobiy tajribani butun mamlakatimiz miqyosida joriy qilishni bugun hayotning o‘zi taqozo etmoqda”.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev

Reja:

1. Innovatsion texnologiyalarni amalga oshirishda klaster usulining mohiyati va qo‘llashning ahamiyati.
2. Innovatsion klaster doirasida fan, ta‘lim va ishlab chiqarish integratsiyasini tashqil etishning uslubiy jihatlari.
3. Klaster – ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va iqtisodiy o‘sishni ta‘minlashning muhim omilidir

Asosiy atama va tushunchalar:

Kompaniya, innovatsion loyiha, integratsiya, texnologik zanjir, institut, fan, ta‘lim, ishlab chiqarish, klaster, ilmiy tadqiqot, paxtachilik-to‘qimachilik klasteri, venchur firma, innovatsiya markazlari, texnopolis, innovatsion infratuzilma, innovatsion jamg‘arma, samaradorlik, innovatsion mahsulot.

1. Innovatsion texnologiyalarni amalga oshirishda klaster usulining mohiyati va qo‘llashning ahamiyati.

Jahon iqtisodiyotida kechayotgan integratsiya jarayoni uning globallashuviga katta ta‘sir ko‘rsatmoqda. Bu bir tomondan qo‘shimcha qiymat yaratishning transmilliy zanjirini ko‘zda tutgan holda, ikkinchi tomondan ishlab chiqarish sohasida ham raqobatni kuchaytirmoqda. Globallashiv asosida logistika va tovarlar hamda xizmatlar sifatini ham standartlashtirishni ta‘minlovchi umumjahon

kommunikatsiya tizimi ham rivojlanib bormoqda. Qolaversa, aholi soni muttasil oshib borishi ish bilan ta'minlash, aholiga qulay faoliyat jarayonini yaratishni taqozo etayotir. Bulardan biri klasterdir. «Klaster» atamasi fransuzcha soʻz boʻlib, oʻzbekcha tarjimasi «bogʻlam», «guruh», «toʻplanish» maʼnolarini beradi. «Klaster» nazariyasining asosi boʻlib, Alfred Marshallning «Iqtisodiyot prinsiplari» nomli asarida (1890) ixtisoslashgan tarmoq-sohalarning alohida hududlarda uygʻunlashishi toʻgʻrisidagi fikr-mulohazalari hisoblanadi.

Integratsiyalashuvning kichik darajasi mamlakatlar iqtisodiyotida yangi xoʻjalik yuritish tizimini shakllantirish yoʻli hisoblanib, oʻzaro pirovard mahsulot ishlab chiqaradigan va geografik yaqin boʻlgan korxonalar va tashqilotlarni oʻz ichiga olgan klasterlar yaratishdir. Klasterlarni shakllantirishdan maqsad – shahar, tuman va viloyat ichida joylashgan bir xil soha korxonalarini va ular bilan yagona texnologik zanjirda boʻlgan taʼlim, ilmiy, injenering, konsalting, standartlashtirish, sertifikatlashtirish va boshqa xizmatlarni uygʻunlashtirish - innovatsion ishlab chiqarishni tashqil etish asosida raqobatbardosh tovarlar yaratishga yoʻnaltirishdan iboratdir. Bunda aholini ish bilan taʼminlashdek muhim jihat ham oʻzini namoyon etadi.

«Klaster» nazariyasini oʻrganish jahon hamjamiyatida tez surʼatlarda oʻsib bormoqda va uni amaliyotda qoʻllash esa milliy va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning asosiy yoʻnalishiga aylanmoqda. 1980-yillardan keyin «Klaster nazariyasi»ning rivojlanishida 3 ta muhim (Amerika, Britaniya va Skandinaviya va boshqa) ilmiy maktablar yutuqlarini koʻrishimiz mumkin.

Aynan shu olimlar nazariyalarida klasterlar — ishlab chiqaruvchilar raqobat ustunligini oshirishda yuqori samarali boʻlib, ularning hududdagi taʼlim, fan, texnologik, iqtisodiy va boshqa xizmat koʻrsatuvchi subyektlar faoliyati bilan uygʻunlashgan tizimi ekanligi taʼkidlanadi.

Ekspertlar hisob-kitoblariga koʻra, bugungi kunda dunyodagi ilgʻor davlatlar iqtisodiyotining qariyb 50 foizi klaster usuliga oʻtgan. Masalan, Yevropa Ittifoqida 2 mingdan ziyod klasterlar mavjud boʻlib, ularda ishchi kuchining 38 foizi qamrab olingan. Daniya, Finlandiya, Norvegiya, Shvetsiya sanoatida toʻliq klaster

usuli tatbiq qilingan. AQSHda esa mamlakatdagi mavjud korxonalarining yarmidan ziyodi shu tizimda ishlab, ular tomonidan tayyorlanayotgan tovarlar yalpi ichki mahsulotning 60 foizini tashqil qiladi. Ularning eng mashhuri sizni bizga tanish boʻlgan “Silikon vodiysi”dir. 87 mingta kompaniya, 40 ta tadqiqot markazi va koʻplab universitetlar faoliyat yuritadigan mazkur innovatsion klaster infratuzilmasiga 180 ta venchur firmasi, 47 ta investitsiya va 700 ta tijorat banki xizmat koʻrsatib keladi. Germaniyalik mutaxassislar fikricha, aynan klaster kelajakdagi kuchli, murosasiz raqobat muhitida yutib chiqishning eng oqilona usulidir. Zero, bunday mexanizm har qanday sharoitga moslasha oladi, ham iqtisodiy, ham ijtimoiy muammolarni izchillik bilan samarali yechib beradi, nafaqat muayyan hudud, balki davlatning xalqaro maydondagi raqobatdoshligini mustahkamlaydi, nufuzini oshiradi. Qolaversa, innovatsion iqtisodiyotga oʻtishning muhim bosqichi hisoblangan ushbu tizim ilm-fan, taʼlim hamda ishlab chiqarish integratsiyasini chuqurlashtirish, yangi innovatsion texnologiyalarni amaliyotga jadal joriy etishga xizmat qiladi.

Klaster tizimi mamlakatimizda keng joriy etilmoqda. Hozirgi kunga kelib, Respublikamizning deyarli barcha viloyatlari oʻz katta-kichik klasterlariga ega. Davlatimiz rahbari 2019-yil 12-sentabr kuni boʻlib oʻtgan yigʻilishda kelgusi-yildan boshlab bu tizim barcha tumanlarda agrar sohani jadal rivojlantirishning lokomotivi boʻlishi kerakligini taʼkidlab oʻtdi. Qishloq xoʻjaligi sohasida zamonaviy bozor munosabatlarini keng joriy etish maqsadida paxta-toʻqimachilik klasterlarini rivojlantirishga alohida eʼtibor berishimiz kerakligi taʼkidlandi. Kelgusida paxta yetishtiruvchi 133 tumandan 70 tasi toʻliq klaster tizimiga oʻtadi. Yangi tashqil etilayotgan klasterlar tomonidan 41 korxonalar tashqil etilib, 25 mingga yaqin ish oʻrni yaratiladi.

Iqtisodiyotni innovatsion taraqqiy ettirishda, ayniqsa, iqtisodiy rivojlanishning anʼanaviy usullari yetarli darajada foyda bera olmayotgan hozirgi davrda, Klaster nazariyasini amaliyotga tatbiq etish eng maqbul yoʻl hisoblanadi. Klasterlashtirishni korxonalar innovatsion faoliyatini tezlashtirish asosida raqobatbardoshligini oshirish va ularning global raqobatning kuchli taʼsiriga qarshi

turisdagi milliy va mintaqaviy rivojlanish talablariga to'la javob beradigan yangi iqtisodiy tizim deb ham qarash mumkin.

Klasterning shakllanishida davlatning roli muhim o'rin tutadi. Agar dastlab klasterlar faqat bozorning ko'rinmas qo'li (raqobat) tufayli, avvalo, transmilliy kompaniyalarni zamonaviylashtirishda tashqil etilgan bo'lsa, keyingi vaqtda ko'pgina mamlakatlarning hukumatlari bu jarayonga sezilarli darajada ta'sir etgani holda ularga yordam bermoqdalar. Klaster strategiyasi jozibadorligi, yo'nalishlarning turli-tumanligi bois ham, innovatsion klasterlarni davlatning o'zi shakllatirishini taqozo etmoqda.

Klaster ishtirokchilari deganda – klasterda faoliyat yurutuvchi bozor subyektlari tushuniladi. Rivojlangan davlatlarning tajribalari shuni ko'rsatmoqdaki, barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda, investitsion faollikni oshirishda, raqobatbardosh tovarlar ishlab chiqarishda klasterlarning, xalqaro logistik markazlarining, erkin iqtisodiy zonalarining o'рни va ahamiyati juda yuqori. Rivojlangan mamlakatlarda innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish va boshqarishda klasterlardan foydalanish bo'yicha ma'lum tajriba to'plangan.

Klasterlarni shakllantirish jarayoni janubiy - sharqiy Osiyo, Xitoy, Singapur, Yaponiya va boshqa mamlakatlarda faollashib bormoqda. Klaster «Erkin ilmiy-texnikaviy zonalar» shaklida tashqil etilmoqda. Erkin ilmiy-texnikaviy zonalar alohida ajratilgan hududlardan iborat bo'lib, u yerda ilmiy-ishlab chiqarish va o'quv markazlari jamlanadi hamda ular uchun ilmiy va ishlab chiqarish imkoniyatini rivojlantirishga qaratilgan maxsus huquqiy tartibot o'rnatiladi. Erkin ilmiy-texnikaviy zonalar yuksak texnologiyalar amal qiladigan zonalar, texnoparklar, mintaqaviy innovatsiya markazlari — texnopolislar shaklida tashqil etiladi.

Texnoparklar ikkita asosiy komponentlar: ishlab chiqarish sanoatning ilg'or sohasidagi korxonalar va mutaxassislar (universitet, institut, ilmiy tadqiqot instituti, laboratoriyalarning kuchli guruhlari) dan tarkib topadi va ularning faoliyati raqobatbardosh tovarlar ishlab chiqarishga yo'naltiriladi.

Shunday qilib, xorijiy va mahalliy tadqiqotchilar tahlillarida «klaster» tushunchasiga quyidagi ta'riflar berilgan:

- klaster — bitta sohaga birlashgan va bir-biri bilan uzviy aloqada bo‘lgan korxonalar guruhi;
- klaster — bitta geografik hududda joylashgan va bitta tarmoqni tashqil qiladigan korxonalar guruhi;
- klaster — maxsus sohalar bo‘yicha bitta geografik hududda faoliyat yuritayotgan, bir-biri bilan bog‘liq bo‘lgan va bir-birini to‘ldiruvchi kompaniyalar, institutlar guruhi;
- klaster — gorizontaal va vertikal ravishda funksional bog‘liq bo‘lgan korxonalar guruhi;
- klaster — jamoaviy, xususiy va yarim jamoaviy ko‘rinishda bir-biri bilan bog‘liq va o‘zaro bir-birini to‘ldiruvchi korxonalar, tadqiqot va rivojlanish institutlari guruhi;
- klaster — tijorat va notijorat tashqilotlari guruhi bo‘lib, u guruhda faoliyat yuritayotgan har bir korxonaning raqobatbardoshligini ta’minlashga xizmat qiladi;
- klaster — hududiy konsentratsiyalashuviga asoslangan va texnologik zanjirga bog‘langan tovar va xom ashyo yetkazib beruvchilar, asosiy ishlab chiqaruvchilarni birlashtirgan industirlashgan majmua.

Bugungi kunda O‘zbekistonda neft, gaz, himiya, biotexnologiya, farmatseptika, informatika, avtoqurilish, transport-logistika, rekreatsion-turistik, oziq-ovqat, ta’lim, baliqchilik, parrandachilik, asalarichilik, ipakchilik va boshqa sohalarda klaster tizimlari yaratilmoqda. Bundan tashqari, klaster tizimida ta’lim ishlanmalari yaratish, ularni qisqa muddatda sinovdan o‘tkazish, ishlab chiqarish va ilmiy izlanishlardagi xodimlar hamda mutaxassislar mehnatlarini ko‘proq rag‘batlantirish, yangi tovarlarni O‘zbekiston brendi bilan ixtiro qilish uchun keng imkoniyatlar va sharoit paydo bo‘ladi.

Iqtisodiyotning tarkibiy qismi bo‘lgan xizmat ko‘rsatish sohasida mazkur yo‘nalish alohida ahamiyat kasb etadi. Chunki xizmat ko‘rsatish ishlab chiqarishga ta’sir ko‘rsatadi, o‘z navbatida, uning o‘sish darajasi xizmat ko‘rsatishni rivojlantiradi. Bunday o‘zaro bog‘liqlik iqtisodiyotning barcha sohalarida kuzatiladi. Xizmat ko‘rsatish sohasining muayyan qismi bo‘lgan saqlash va sotish xizmatlarini rivojlantirishda ham klaster usulidan foydalanish maqsadga muvofiq.

2. Innovatsion klaster doirasida fan, ta'lim va ishlab chiqarish integratsiyasini tashqil etishning uslubiy jihatlari

O'zbekistonda iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishning hozirgi bosqichida ilg'or ilm-fan yutuqlari va innovatsiyalarni joriy etish – iqtisodiyot tarmoqlarining raqobatdoshligini oshirish, ularning iqtisodiy mustaqilligi va bozordagi mavqeini mustahkamlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Shu jihatdan, bugungi kunda iste'molchilar talablarining o'zgarishiga moslashuvchanlik qobiliyatini mustahkamlash uchun xo'jalik yuritishning jahon amaliyotida raqobat ustunliklarining zamonaviy manbai sifatida namoyon bo'ladigan innovatsion boshqaruvni tashqil etishga ehtiyoj ortib bormoqda.

Bugungi kunda fan va ishlab chiqarish integratsiyasining eng muhim tashqiliy-iqtisodiy mexanizmlaridan biri texnik jihatdan tatbiq etish tuzilmalari hisoblanadi: texnopolislar, ilmiy parklar, texnoparklar va hokazo. Ular ko'pincha ilmiy tadqiqot muassasalari va universitetlar negizida yoki sanoat hududlarini qayta isloh qilish yo'li bilan tashqil etiladi. Davlat va mahalliy hokimiyat tomonidan ushbu hududlarni rivojlantirish uchun ko'mak berish ishlanmalarga bo'lgan buyurtmalar, ishlab chiqarish va ofis xonalarini imtiyozli va bepul ijaraga berish, laboratoriya uskunalari taqdim etish, kreditlarni olishga ko'maklashish shaklida amalga oshiriladi. Texnoparklar hududida yangi turdagi sinov mahsulotlari chiqarilayotgan katta bo'lmagan yuqori texnologiya sohasidagi korxonalar tashqil etilmoqda.

Innovatsion klaster rivojlangan innovatsion jamlanma – innovatsion infratuzilma, shu jumladan, texnopark yoki innovatsion-texnologik park, sertifikatlashtirish, litsenziyalash, marketing markazlari va boshqalar mavjudligi bilan farqlanib, ular ilmiy tadqiqotlar, ishlanmalar, ta'lim xizmatlari va ularning texnologik transferlarining natijalarini tijoratlashtirishni ta'minlaydi. Innovatsion klasterlarni shakllantirish ilmiy muassasalar va oliy o'quv yurtlarining sanoat va ijtimoiy soha integratsiyasi uchun sharoitlarni

yaratish hamda mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida integratsiyadan sinergetik samara olishga imkon beradi.

Innovatsion klasterning asosiy maqsadi “fan-ta’lim-ishlab chiqarish” integratsion tizimning subyektlari faoliyatini muvofiqlashtirish va iqtisodiyotni rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini oshirishda mintaqaning innovatsion salohiyatidan foydalanish uchun shart-sharoitlarni yaratish hisoblanadi.

Innovatsion rivojlanishni boshqarish mexanizmi hukumat organlari, fan, ta’lim va xususiy kompaniya vakillari va shaxslardan tarkib topgan muvofiqlashtiruvchi kengashni tashqil etishni ko‘zda tutadi. Mazkur kengash innovatsiyalarni qidirish va innovatsiyalar bankini yaratish bilan shug‘ullanadi. Muvofiqlashtiruvchi kengash innovatsion loyihalarni ekspertizadan o‘tkazish, ularning raqobatli ustunliklarini baholash ishlarini olib boradi, salbiy baholangan taqdirda – loyiha bekor qilinadi, ijobiy baholagan taqdirda – ularni qo‘llab-quvvatlash va turli manbalar (davlat tomonidan moliyalashtirish, tijorat banklari, lizing kompaniyalar, venchur jamg‘armalar, xususiy korxonalar va shaxslar) hisobiga moliya mablag‘larni jalb etish to‘g‘risida qaror qabul qilinadi. Pul mablag‘larini jalb etish dastaklaridan biri konsession mexanizm bo‘lishi mumkin. So‘ng ushbu innovatsiyalar innovatsion klasterlar doirasida rivojlanadi. Keyinchalik yangi innovatsion korxonalar paydo bo‘ladi. Mazkur mexanizm innovatsion korxonalar monitoringiga asoslanadi.

Monitoring deb quyidagi maqsadlar uchun innovatsion korxonaning ko‘mak berish infratuzilmasini (innovatsion klasterni) boshqarish organi (bo‘linma, tuzilma) tomonidan olib boradigan tashqiliy chora-tadbirlar tushuniladi:

- innovatsion jamg‘armalari tomonidan qo‘makka muhtoj sezayotgan innovatsion korxonalar va loyihalarni aniqlash hamda ularning mahsulotlarini sotish;
- innovatsion korxonalarning loyihalarini rivojlantirishdagi muammolarni aniqlash;
- innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun taqdim etilgan budjet mablag‘larini maqsadli sarf qilish ustidan nazorat olib borish;

- ko‘mak beruvchi infratuzilmalarning innovatsion jamg‘armalarni jalb etishdagi ishlarining samaradorligini baholash va mahsulotini sotish.

Hozirgi kunda birlamchi va ikkilamchi monitoring turlari ma’lum. Birlamchi monitoring innovatsion korxonaning tanlab olish jarayonining boshlanishidan oldin olib boriladi. Unda ko‘mak berish infratuzilma organlari (tadbirkorlikni rivojlantirish markazlarning keng tarmoqlari, innovatsion korxonalariga ko‘mak berish infratuzilmalarning e’tiborini jalb qilish uchun turli tanlov va anjumanlar)ning o‘z kuchlari bilan ko‘makka ehtiyoj sezayotgan innovatsion korxonalarni aniqlashni nazarda tutadi. Birlamchi tanlovga jalb qilingan tashqilotlar ham loyihaning o‘ziga, ham hujjatlarni tanlab olishga qo‘yilgan talablari to‘g‘risida xabardor bo‘lishi, ya’ni innovatsion korxonalar “askar” vazifasini bajarishi lozim.

Mazkur yondashuv ko‘makka ehtiyoj sezayotgan korxonalarining to‘g‘ridan-to‘g‘ri murojatlarini istisno qilmaydi, chunki infratuzilmaga bo‘lgan asosiy talablardan biri-barcha innovatsion korxonalar uchun tengligi va ochiqligini ta’minlash hamda imkon qadar ko‘proq innovatsion korxonalarni infratuzilmalar to‘g‘risida xabardor qilishdan iborat.

Ikkilamchi monitoring ko‘mak berish uchun tanlovdan o‘tgan korxonalar/loyihalar bilan ishlashni nazarda tutadi va infratuzilmalar bilan o‘zaro aloqa qilish bo‘yicha turli bosqichlarda turgan korxonalarni qamrab oladi.

Innovatsion korxonalariga zarur bo‘lgan innovatsion jamg‘armalar tavsiflari va turlarini baholash, innovatsion korxonalariga mahsulotni sotishda muammolarni aniqlash korxonalar rahbarlari o‘rtasida so‘rovnoma orqali amalga oshirilishi mumkin. Ehtiyojlarni aniqlash bo‘yicha tadqiqotlarni davriy holda, ammo bir yilda ko‘pi bilan bir marta olib borish lozim, chunki ushbu vaqt oralig‘i innovatsion korxonalarining muammo va ehtiyojlarida uzoq muddatli tendensiyalarning o‘zgarishini kuzatishga imkon beradi.

Infratuzilmaning ishlash samaradorligini baholash diagnostik intervyu, so‘rovnoma va innovatsion jamg‘armalarni jalb etish, ham mahsulotni sotishda ko‘mak olgan korxonalarining innovatsion qobiliyatlaridagi o‘zgarishlarini tadqiq etishni olib borish yo‘li bilan

amalga oshirish tavsiya etiladi. Innovatsion jamg'armalarni jalb etishga ko'maklashish samaradorligini baholashda korxonaning innovatsion qobiliyatlarini so'rov qilish va tadqiq etish innovatsion jamg'armalarni olish muddati tugagandan keyin uch yil davomida olib borish tavsiya etiladi.

Mahsulotni sotish chora-tadbirlarini qo'llab-quvvatlash samaradorligini baholashni har yarim-yilda amalga oshirish lozim. Mahsulotni sotish samaradorligini bunday tez-tez baholanishi shu bilan shartlanganki, uning samarasi muayyan tavsifga ega, uning natijasi esa qisqa muddat ichida sezilmas bo'ladi. Masalan, sertifikatlashtirishdan o'tgan yoki ta'lim olish paytida olingan bilimlardan foydalanmagan holda; yangi mijozlar paydo bo'lganda yoki ko'rgazma natijalari bo'yicha paydo bo'lmagan hollarda. Jalb etishni qo'llab-quvvatlash samaradorligining mezonlari bo'lib o'tgan innovatsion mahsulotlarni sertifikatlashtirish, litsenziya olish, ko'rgazmalardan yangi mijozlar kelishi bo'yicha miqdor o'lchamlari hamda ta'lim olish paytida olingan bilimlardan foydalanishi va maslahatchilar xulosalari bo'yicha sifat o'lchamlari bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, samaradorlikni baholash natijalari bo'yicha ko'rgazmalarni o'tkazish, mahsulotni sotish chora-tadbirlarini olib borish bo'yicha xarajatlarni qoplash usuli, shakli va shartlariga o'zgartirishlar kiritish mumkin.

Shunday qilib, monitoring infratuzilma ko'magini innovatsion korxonalarining innovatsion jamg'armalarni jalb etish va mahsulotni sotishda muammo va ehtiyojlar tendensiyalarini aniqlash, infratuzilmaga tegishli tuzatishlarni o'z vaqtida kiritish va shu bilan nafaqat samarasiz qo'llab-quvvatlash usul va chora-tadbirlarga ketadigan xarajatlarni kamaytirish, balki innovatsion korxonalariga sifatli xizmat ko'rsatishga imkon beradi. Ta'lim, fan va ishlab chiqarish tizimlarining integratsiyasi jarayonini mustahkamlash maqsadida innovatsion klasterda iqtisodiy mexanizmni shakllantirish lozim.

Yuqori texnologiyali kompaniyalarni tashqil etishda innovatsion klasterni shakllantiruvchi innovatsion loyihalarni moliyalashtirish eng muhim hisoblanib, u kutilayotgan foyda hisobiga, ya'ni tashqil etilayotgan yuqori texnologiyali kompaniya o'z faoliyati davomida keltirishi mumkin bo'lgan daromad hisobiga investitsion loyihalarni

moliyalashtirish konsepsiyasi negizida turgan uzoq muddatli davlat-xususiy loyihalarni moliyalashtirishning egiluvchan, oqilona va istiqboli tizimini o'zida namoyon etishi lozim.

Konsessiya sharoitida yuqori texnologiyali kompaniyalarni tashqil etishni moliyalashtirishning o'ziga xos xususiyatlari shundan iboratki, innovatsion loyihaning qiymati uning ta'sischilari balansidan alohidalashgan, kreditlarni va qo'yilgan sarmoyalarni qaytarib olish kafolati sifatida faqat loyihaning amalga oshirilishidan iqtisodiy samarasi bo'lishi mumkin. Bunda qarz oluvchi tashkilotning aktivlari, agar ular mavjud bo'lsa, garov evaziga ishtirok etishi, davlat hamda turli moliya institutlari turli xil kafolatlarni taqdim etishi mumkin.

Innovatsion loyihalarni amalga oshirishni moliyalashtirish jarayonida asosiy investorlar davlat, xususiy korxonalar, jismoniy va boshqa manfaatdor shaxslar hisoblanadi. Ular mavjud innovatsiyalarning axborot bankidan moliyalashtirishga tayyor bo'lgan istiqbolli innovatsiyalarni aniqlashga bevosita ta'sir ko'rsatadi. O'z navbatida, innovatsiyalarning axborot banki akademik, oliy o'quv yurtlari va tarmoq ilmiy korxonalar tomonidan taqdim etilgan hamda nafaqat bitta mintaqada, balki butun davlat miqyosida shakllanayotgan turli xil ishlanmalardan tarkib topadi.

Xususiy kompaniya – investor, davlat (mintaqa hukumati) hamda konsessionchi o'zi (ya'ni yuqori texnologiyali korxonalar) hamda loyihada bevosita band va manfaatdor shaxslar amalga oshirishda eng istiqbolli va ustuvor innovatsiyalarni aniqlash jarayonida taqdim etilayotgan loyihalarning moliyaviy-iqtisodiy holatini o'rganish, ularni rivojlantirish strategiyalarini, kafolat va majburiyatlar paketini ishlab chiqish bo'yicha maqsadga qaratilgan maxsus vaqtinchalik tuzilmani tashqil etadi.

Salohiyatli investorlarning eng ko'p ijobiy taqrizlar olgan loyihalari innovatsiyalarni tijoratlashtirish bilan va yakuniy innovatsion mahsulotni (uni sotishdan keyin olingan daromadining bir qismi konsession to'lovlar ko'rinishida investor va innovatsiyalarning novatorlariga (fan va ta'limga) qaytib keladi) olish bilan shug'ullanadigan mavjud yoki tashqil etiladigan yuqori texnologiyali korxonalarining faoliyatida qo'llaniladi. Loyiha bo'yicha barcha xatarlar loyihaning barcha ishtirokchilari o'rtasida

mutanosib ravishda taqsimlanadi va konsession kelishuvi bilan tartibga solinadi.

Innovatsion loyihalarni moliyalashtirishni tashqil etish haqiqiy investorlar va sheriklarni topish, salohiyatli sotish bozorlarini tadqiq etish, ishlab chiqarish sikllarining xususiyatlarini o'rganish, rivojlanish va korporativ siyosatning istiqbollarni baholash kabilarni o'z ichiga oluvchi mufassal dastlabki ishlarni talab etadi. Mintaqalar uchun strategik muhim bo'lgan innovatsion loyihalarni amalga oshirishda turli xil qarz va ulushli, tashqi va ichki moliyalashtirish, kafolat berish, sug'urtalash usullaridan foydalanish lozim.

Innovatsion loyihalarni moliyalashtirish tizimida turli xil moliyaviy-kredit institutlari ishtirokidan sinergetik samara shundan iboratki, investorlar, konsedentlar va konsessionchilar nafaqat o'z ishtirokini, balki butun loyiha xatarini identifikatsiya qiladi, baholaydi va tahlil qiladi. Ular, shuningdek, loyihaga kiritilgan mablag'larning qaytib kelish istiqbolini aniqlash va loyihani amalga oshirish oqibatlarini majmuaviy holda hisobga olish uchun moliyaviy oqimlar dinamikasi (xarajatlar saldosi va kutilayotgan kirimlar)ni rejalashtiradi va prognoz qiladi.

Agar innovatsiyalar salohiyatli loyihalar shakliga aylangan bo'lsa, ular innovatsiyalarning axborot bankida qayd etilishi lozim. Investorlar o'z manfaatlariga amal qilib, eng ustuvor va muayyan talablarga ko'proq javob beradigan innovatsiyalarni tanlab olib ishga kirishadi. So'ng innovatsiyalarni yaratuvchilar va investorlar u yoki bu innovatsiyalarni rivojlantirish yoki tubdan yangi tuzilmani tashqil etish maqsadida konsessionchilarni qidirib topish to'g'risidagi masalani qo'yishi mumkin. Holbuki, mintaqada innovatsion klasteri shakllantiruvchi loyihalar katta hajm va ko'p sarf-xarajat talab etayotgan bo'lsa, salohiyatli konsessionchini tanlab olish tanlovini o'tkazishda da'vogar mos kelishi lozim bo'lgan aniq va qat'iy mezonlarin o'rnatish lozim. Bunda nafaqat texnik va iqtisodiy tafsilotlar, balki ekoloik xavfsizlikni ta'minlash bo'yicha talablar e'tiborga olinishi lozim. Tanlovni o'tkazish natijasi konsessionchini tanlab olish bo'lib, u bilan innovatsiyalarni tijoratlashtirish uchun konsession kelishuv imzolanadi.

Konsedent va investorlarga mablagʻlar qaytarib berilishi oldindan kelishilgan miqdorda konsession toʻlovlar koʻrinishida amalga oshiriladi. Konsession kelishuvning amal qilish muddati dastlabki xarajatlar qoplangandan keyin zudlik bilan tugatilishi mumkin. Yuqori texnologiyali korxonalar konsession kelishuvi tugagandan keyin mustaqil agentlar boʻlishi va bozorda alohida faoliyat koʻrsatishi mumkin. Innovatsion klasterni amalga oshirishda konsession mexanizmidan foydalanish mintaqada innovatsion faoliyatni faollashtirish, koʻplab korxonalar va jismoniy shaxslarga zamonaviy talablar va ehtiyojlarni qondiradigan yuqori texnologiyali mahsulotni ishlab chiqarishga imkon beradi.

3. Klaster – ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va iqtisodiy oʻsishni taʼminlashning muhim omilidir

Agrar tarmoqqa innovatsiyalarni keng tatbiq qilish, zaminimizda etishtirilayotgan xomashyoni oʻzimizda qayta ishlashni chuqurlashtirish bugungi zamon talabi hisoblanadi. Zero, qishloq xoʻjaligi qanchalik sanoatlashsa, davlatning iqtisodiy va eksport salohiyati shunchalik ortadi, aholi turmush farovonligi yuksaladi. Shu bois Oʻzbekistonda keyingi paytlarda ilgʻor texnologiyalarga asoslangan infratuzilmani yaratish, qishloq xoʻjaligida klaster usulini joriy etishga jiddiy eʼtibor qaratilmoqda.

Klasterning innovatsion toʻqimachilik korxonalarini uchun sanoatbop xomashyoning bir qismi esa tomchilatib sugʻoriladigan ekin maydonlarida yetishtiriladi. Yogʻ-moy zavodida chigitni qayta ishlash hisobiga olingan yogʻ isteʼmolchilarga joʻnatilsa, kunjara hamda sheluxa shu yerdagi ferma ehtiyojlarini taʼminlashda qoʻl keladi. Oʻz navbatida, chorvachilik majmuasi va ishlab chiqarish jarayonida hosil boʻladigan organik chiqindilar kelgusida bunyod etiladigan issiqxonani isitish manbai boʻlgan biogaz hamda qimmatbaho oʻgʻit - biogumus ishlab chiqarishga yoʻnaltiriladi. Endi bevosita paxta-toʻqimachilik klasterining boshqa ishlab chiqarish tuzilmalaridan afzalliklariga toʻxtaladigan boʻlsak, bu yagona texnologik zanjirga birlashtirilgan korxonalar majmui va aholi turli qatlamlarini oʻzida jamlovchi bogʻlam, ayni paytda sohada innovatsion iqtisodiyotga oʻtishning muhim bosqichidir. U

ilm-fan, ta'lim hamda ishlab chiqarish integratsiyasini chuqurlashtirish, yangi innovatsion texnologiyalarni amaliyotga jadal joriy etishda dolzarb ahamiyatga ega. Chunki bu yerda xomashyo qayta ishlashning barcha bosqichidan o'tib, eksportbop tayyor mahsulotga aylanadi.

Shunday ekan, klasterni yaratish olim va iqtisodchilar, qishloq xo'jaligi, sanoat xodimlari, dizaynerlar salohiyati, ilg'or tajribasini yagona maqsad yo'lida birlashtirishni taqozo qiladi. Shu bois yangi loyihani ishlab chiqishda nafaqat o'zbekistonlik, balki xorijlik yetakchi olimlar, ilmiy tadqiqot markazlari xodimlari, mutaxassislari hamda tadbirkorlar bilan maslahatlashildi. Oddiy qilib aytganda, innovatsion klaster, bu – bir majmua doirasida bir jamoa bo'lib yerlarni shudgorlash, chigit ekish, paxtani parvarishlab, hosilini yig'ib-terib olish, xomashyoni chuqur qayta ishlash bilan bog'liq korxonalarni birlashtiruvchi ishlab chiqarish uslubidir.

Mazkur jarayonda hamma ishchilar manfaatlari uyg'unlashadi. Ya'ni xomashyo yetishtiruvchidan tortib, uni qayta ishlovchilargacha bo'lgan barcha ishchi xodim mahsulot sifatiga birdek javobgar bo'ladi. Chunki shunga yarasha oxirgi tovarni sotishdan paydo bo'ladigan qo'shimcha qiymatning bir qismi shu ishga bosh qo'shgan ishchilarga taqsimlanadi. Bunday rag'bat ularni sidqidildan mehnat qilishga undaydi. Hayot haqiqati shuki, agar oxirgi mahsulot oluvchilar bilan yerga ishlov beruvchilar manfaatlari bir-biriga bog'lanmas ekan, bundan nafaqat dehqon yoki investor, balki davlat ham yutqazadi.

Klaster tizimida dehqon ham, rahbar ham qishin-yozin ishlaydi. Ya'ni ular yil davomida nafaqat maosh, balki yaxshi ishlasa, mukofot puli ham oladi. Umuman, kelajakda klaster tizimi to'liq ishga tushirilsa, jami o'n mingga yaqin doimiy ish joylari paydo bo'ladi. E'tiborlisi, mavjud qoramollardan olinadigan qatiq, go'sht, sariyog', kolbasa singari sut-go'sht mahsulotlari ishchi-xodimlarga maoshlari hisobidan imtiyozli narxlarda beriladi. Shunday qilib, jamoa a'zolari ham oylik ish haqiga va sifatli mahsulotga ega bo'ladi.

Klaster tizimi ekin maydonlarining meliorativ holatini yaxshilashda ham juda qulay hisoblanadi. Shu maqsadda yerlarni

41-45 santimetr chuqurlikda haydaladi, sho‘rini yuvib, ekish uchun taxt holga keltiriladi. Tuproq tarkibini yaxshilash uchun almashlab ekishni yo‘lga qo‘yiladi. Natijada, yer ham “tiriladi”, quvvatga to‘ladi, paxta hosili ham zo‘r bo‘ladi. Shuni alohida ta’kidlash lozimki, almashlab ekish sxemasini qo‘llab, yerlarning bir qismida paxta ekish qisqarishi olinadigan hosil miqdorini aslo kamaytirmaydi. Aksincha, hosildorlik oshishi hisobiga ko‘payadi. Shu ma’noda, yurtimizdagi klaster tizimidagi qaldirg‘och majmua mintaqa iqtisodiyoti ravnaqida alohida o‘rin tutadi.

Paxta-to‘qimachilik korxonasi tarkibida bir kilogramm tola ko‘pi bilan 1,5 dollarga sotiladi. Klaster tizimida qayta ishlangan 1 kilogramm toladan to‘qilgan mato masalan, bitta “Denim-indigo” jinsi shimini tikish uchun yetarli. Bunday mahsulot dunyo bozorida 500-1000 dollargacha turadi. Buni minimal qiymatda 15-25 dollar, deb baholanadi.

Paxta-to‘qimachilik klaster tizimi qishloq xo‘jaligi mehnatkashlari turmush darajasini ko‘tarishda asosiy omillardan biriga aylanmoqda. Ayni paytda klaster tizimimizdagi qurilish-montaj ishlari qizg‘in pallaga kirgan. Xususan, “Bukhara cotton textile” klaster korxonasi hududida mavjud ishlab chiqarish binolari qayta ta’mirlanib, yangi inshootlar bunyod etildi. Aniqrog‘i, bugungi kunga qadar 34 milliard so‘mlik qurilish ishlari bajarildi. Suv yo‘llari va qishloqning yaxlitligini saqlagan holda, aholi bilan kelishib, 5 ta hududdagi maydonlar 90-120 gektardan 77 ta uchastkaga bo‘lindi.

Bugungi kunda joriy yil hosilidan tayyorlangan mahsulotlar eksportini 45 million, 2020-yilda 100 million, 2021-yilda 150 million AQSH dollarigacha yetkazishni asosiy vazifa qilib qo‘yilgan. O‘z navbatida, O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi bilan hamkorlikda oliy o‘quv yurtlari talabalari amaliyot o‘tashlari uchun sharoit yaratish, kelgusida ularni ishga olish sharti bilan eng iqtidorli hamda a‘lochilariga stipendiya joriy etish, shuningdek, Yaponiya, Italiya va boshqa chet davlatlarga malakasini oshirish uchun jo‘natish chora-tadbirlari ko‘rilmoqda. Zero, Buxorodagi klaster zanjirining uzilmas halqasi bu ilmiy, ta‘lim hamda kadrlarni tayyorlash tizimi ham hisoblanadi. Bundan tashqari, dunyodagi mashhur kompaniyalar bilan hamkorlikda eng kuchli dizayner-modelerlarni olib kelish bo‘yicha sa’y-

harakatlar davom ettirilmoqda. Bularning barchasi insonlar va davlat manfaatlarini birlashtirib, pirovardida klaster – integratsiya, innovatsiya va iqtisodiy o‘shish mezonini ekanligini amalda to‘liq isbotlashi muqarrar.

Nazorat savollari

1. Ta’lim, fan va ishlab chiqarish tizimlarining integratsiyasi deganda nimani tushunasiz?

2. Klasterni ma’nosini yoritib bering?

3. Yangi texnologiyalarni joriy etishda innovatsion rivojlanishning muvaffaqiyatini belgilab beruvchi asosiy omillarni sanab bering?

4. Innovatsion klaster tushunchasiga tushuntirish bering?

5. Paxta-to‘qimachilik klaster tizimi qishloq xo‘jaligi mehnatkashlari turmush darajasini ko‘tarishda asosiy omilidir ma’nosini tushuntiring ?

6. Klaster – ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va iqtisodiy o‘shishni ta’minlashning muhim omili ekanligini asoslang?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O‘zbekiston. 2017, 40 b.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5544-son 2018-yil 21-sentabrdagi “2019-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 22.09.2018 y.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5583-son 2018-yil 24-noyabrdagi “Tadbirkorlik va innovatsiyalar sohasidagi loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi. 25.11.2018 y.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3698-son 2018-yil 7-maydagi “Iqtisodiyotning soha va tarmoqlariga innovatsiyalarni joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 08.05.2018 y.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3899-son 2018-yil 6-avgustdagi “Ilmiy va innovatsion faoliyatni integratsiya qilish tizimi samaradorligini oshirishga doir chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori // Xalq so‘zi. 07.08.2018 y.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3855-son 2018-yil 14-iyuldagi “Ilmiy va ilmiy-texnikaviy faoliyat natijalarini tijoratlash tirish samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi Qarori // Xalq so‘zi. 15.07.2018 y.

7. Ergashev R.X., Xalikov S.R., Toshbayev A.J. Innovatsion iqtisodiyot. Darslik. –T.: “Iqtisod-moliya”. 2019, 396 b.

18-MAVZU. INNOVATSION FAOLIYATNI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISH

Xalqimiz dunyoqarashida innovatsiya muhitini yaratish eng muhim vazifamizdir. Innovatsiya bo‘lmas ekan, hech bir sohada raqobat, rivojlanish bo‘lmaydi. Bu sohadagi o‘zgarishlarni xalqimizga keng targ‘ib qilmasak, odamlarda ko‘nikma paydo qilmasak, bugungi davr shiddati, fan-texnikaning mislsiz yutuqlari bilan hamqadam bo‘lolmaymiz.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev

Reja:

1. Bozor sharoitida innovatsiyalar va korxonalar taraqqiyotining asosiy yo‘nalishlari.
2. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida innovatsion faoliyatni boshqarish tajribasi.
3. Davlatning innovatsion siyosati korxonalar raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili sifatida.
4. O‘zbekiston Respublikasida innovatsion faoliyatni rivojlantirish konsepsiyasi asoslari.

Asosiy atama va tushunchalar:

Innovatsion faoliyatni boshqarish, davlatning innovatsion siyosati, innovatsion muhit, intellektual mulk obyektlarini tijoratlash-tirish, ilmiy-texnik mahsulot, innovatsion klaster, innovatsion tavakkalchilik, innovatsion fond, milliy innovatsion tizim, innovatsion faoliyat subyektlari, barqaror rivojlanish.

1. Bozor sharoitida innovatsiyalar va korxonalar taraqqiyotining asosiy yo‘nalishlari

Jahon tajribasi barcha sohalarda sifatli o‘shishni ta’minlovchi yangiliklarni uzluksiz tarzda amaliyotga joriy etish jamiyat va iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchiga aylanganligini ko‘rsatmoqda. Bugun rivojlanishning innovatsion modellari va aqlli texnologiyalar amalga oshirilayotgan mamlakatlar eng muvaffaqiyatli va barqaror hisoblanadi. Bunday mamlakatlarning barqaror

taraqqiyoti, ularning jahon bozorlarida raqobatbardoshligi tabiiy resurslarni eksport qilish va jismoniy mehnatdan foydalanishga emas, balki innovatsion g'oyalar va ishlanmalarga asoslanadi. Ushbu mamlakatlarda innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni joriy etish bo'yicha davlat strategiyasining ijrosi shartli ravishda kelajak vazirliklari deb nomlanuvchi maxsus idoralar tomonidan amalga oshiriladi. Innovatsion rivojlanish uchun mas'ul idoralarning asosiy vazifasi innovatsiya va fan yutuqlarini keng joriy etish hisobiga mamlakatning iqtisodiy o'sishi va jahon bozorlaridagi raqobatbardoshligini ta'minlash hamda iqtisodiyotda intellektual ulushning ko'payishi hisoblanadi.

2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida aholi farovonligini tubdan oshirish va turmush sifatini yaxshilash, jamiyat va davlatni har tomonlama hamda jadal rivojlantirish, mamlakatni modernizatsiya qilish va hayotning barcha sohalarini liberallashtirish bo'yicha aniq maqsadlar belgilab olindi. Boshqacha qilib aytganda, O'zbekiston ishlab chiqarishda innovatsiya va intellektual hissaning yuqori ulushi bo'lgan barqaror bozor iqtisodiyotiga, zamonaviy va global bozorda raqobatbardosh sanoatga, shuningdek, qulay investitsiyaviy va ishchanlik muhitiga ega jadal rivojlanayotgan mamlakatga aylanishi lozim. Biroq, boy intellektual va infratuzilmaviy salohiyatga qaramasdan, mamlakatda innovatsiyalarni joriy etish ishlari tizimli asosda yo'lga qo'yilmagan, bunga quyidagi muammolar mavjudligi sabab bo'lgan:

- davlatning rivojlanish dasturlarini ishlab chiqishda zamonaviy fan va innovatsion texnologiyalarning yutuqlari va rivojlanish tendensiyalari lozim darajada kompleks tahlil qilinmasdan va o'rganilmasdan kelgan;

- innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni amalga oshirishda davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlarini keng tatbiq etish, investitsiyalarni jalb etishga, shuningdek, innovatsion mahsulotlarni joriy etish uchun infratuzilmani takomillashtirishga yetarli e'tibor qaratilmagan;

- yuqori texnologiyalar, nou-xau va zamonaviy ishlanmalarni joriy etishni talab qiluvchi ustuvor soha va tarmoqlarni aniqlash

bo'yicha tizimli va maqsadga yo'naltirilgan faoliyat yo'lga qo'yilmagan;

- innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar sohasida yuqori salohiyatga ega bo'lgan xorijiy (xalqaro) tashqilotlar bilan hamkorlik past darajada saqlanib qolmoqda.

Mamlakat iqtisodiyoti va xo'jalik subyektlarining tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etishning asosiy vositalaridan biri – bu davlat iqtisodiy siyosatining bo'g'inlaridan hisoblanuvchi innovatsion siyosatdir. Davlat innovatsion siyosat yordamida bevosita ishlab chiqarish hajmi o'sish sur'atlarining oshishiga, fan-texnika taraqqiyoti tezlashishiga, ijtimoiy ishlab chiqarish tarkibining o'zgarishi, ijtimoiy muammolarni hal qilishga ta'sir o'tkaza oladi.

Innovatsion siyosat deganda davlatning iqtisodiyotni ko'tarish va iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyot masalalarini hal qilish maqsadida mamlakat innovatsion salohiyatidan samarali foydalanish, innovatsiyalarni amalga oshirish uchun zarur sharoitlarni ta'minlashga xizmat qiluvchi maqsadli faoliyati tushuniladi.

Davlat tomonidan fan-texnika muhitini qo'llab-quvvatlash tizimida tubdan o'zgarishlar O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi "Innovatsion rivojlantirish vazirligini tashqil etish to'g'risidagi" Farmoni qabul qilinishi bilan yuz berdi. Mazkur Farmonga innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni keng joriy etish borasida Ma'muriy islohotlar konsepsiyasini amalga ro'yobga chiqarish bo'yicha muhim qadam sifatida qarash mumkin. Farmon bilan O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi tashqil etildi hamda uning davlat va jamiyat qurilishi, iqtisodiyot, qishloq xo'jaligi, ijtimoiy rivojlanish, ilg'or texnologiyalarni joriy etish, shuningdek, atrof-muhitni muhofaza qilish va tabiatdan foydalanish sohalaridagi faoliyatining asosiy yo'nalishlari nazarda tutildi. Bundan kelib chiqib, Innovatsion rivojlanish vazirligi O'zbekiston Respublikasining innovatsion va ilmiy-texnik rivojlanishi sohasidagi yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi organ etib belgilandi. Innovatsion texnologiyalar hisobiga rivojlanishning zamonaviy yondashuvlarini ishlab chiquvchi, shartli ravishda kelajak vazirliklari deb nomlanuvchi ixtisoslashtirilgan idoralarni tashqil etish bo'yicha jahon tendensiyasini qayd etib o'tish lozim.

Innovatsion rivojlanish vazirligining tashqil etilishi innovatsion va ilmiy-texnikaviy rivojlanish sohasida yagona davlat siyosatining amalga oshirilishini ta'minlashga qaratilgan. Pirovard natijada, O'zbekistonni rivojlantirishning innovatsion yo'li iqtisodiy o'sishning harakatlantiruvchi kuchi, mamlakat barqarorligi va aholi farovonligini ta'minlashning omili bo'lishi lozim.

Bugungi kunda O'zbekistan iqtisodiy holati uchun mos keladigan «innovatsion muhit» iborasi bo'lg'usi innovatsiyalar uchun korxonalar jozibadorligini xarakterlaydi. Innovatsion muhitni baholashda odatda bir qator o'lcham yoki belgilar qo'llaniladi. Mazkur o'lchamlar davlatning innovatsiyalarni joriy etish salohiyati va ularni amalga oshirish tavakkalchilikni xarakterlovchi me'yorlardir. Ularning eng asosiylari quyidagilardir: siyosiy barqarorlik; makroiqtisodiy holat; innovatsion faoliyat huquqiy asoslari; soliq tizimi sifati va soliqqa tortish darajasi; bank tizimi va boshqa moliyaviy institutlar holati va ishonchliligi; infratuzilmaning rivojlanish darajasi; hamkorlar tomonidan shartnoma majburiyatlarining bajarilishi; davlat boshqaruv tizimi. Iqtisodiy sohada innovatsion muhit yaxshilanishiga quyidagilar o'z ta'sirini o'tkazadi:

- milliy korxonalarda samarali boshqaruv tizimini yaratish;
- davlat buyurtmasi bo'yicha bajarilgan ishlar bo'yicha sanoat majmuasi tashqilotlari va korxonalarining qarzlari qoplash;
- davlat buyurtmasi bo'yicha sanoat majmuasi korxonalar va tashqilotlari tomonidan amalga oshiriladigan innovatsion faoliyatlarni moliyalashtirish. Bu faoliyatga ajratiladigan mablag'larning yanadi samarali ishlatilishi ularning kelajakdagi texnologik loyihalarni bajarishga, yo'naltirishga yordam beradi, shuningdek, moliyaviy resurslarni maqsadsiz ishlatilishining oldini oladi;
- budjet tomonidan ilmiy tadqiqot ishlarini moliyalashtirish uchun ajratiladigan xarajatlar xissasining oshirilishi;
- tashqilot va korxonalarda foydaning innovatsion ishlanmalar uchun yo'naltiriladigan qismini soliqdan ozod qilish.

Davlat innovatsion siyosatining amalga oshirilishida sanoat majmuasi korxonalarining innovatsion jozibadorligini ta'minlash muhim ahamiyat kasb etadi. Fikrimizcha, sanoat majmuasi

korxonalarining innovatsion jozibadorligi innovatsion loyihalarga mablag'larni samarali joylashtirish uchun xizmat qiluvchi obyektiv jihatlar majmuasidir. U korxonalarining eksport va ilmiy-texnik potentsiali, moliyaviy barqarorlik darajasi, ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash darajasi, innovatsion dasturlar sifati kabilar bilan belgilanadi.

Sanoat majmuasiga korxonalarining innovatsion jozibadorligini ta'minlash – bu milliy iqtisodiyot samaradorligining muhim yo'nalishidir. Uni amalga oshirish uchun kompleksli hukumat dasturini ishlab chiqish zarur. Sanoat korxonalarining innovatsion salohiyatini atroflicha baholash va innovatsion faollikka ta'sir etuvchi ichki omillar sifatini yaxshilash kabilar mazkur dasturning asosiy yo'nalishlari sifatida xizmat qilishi lozim.

Shunday qilib, O'zbekistonda ilm-fanni rivojlantirishning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash borasida yangi tizim shakllantirildi. U barqaror iqtisodiy taraqqiyotning ancha muhim masalalarini hal qilishga qaratilgan kuch va vositalar konsentratsiyasini ta'minlashga qaratilgan. Barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun faol innovatsion, sanoat, tarkibiy, ilmiy-texnik siyosatni yuritish zarur. Bu esa o'z navbatida davlat iqtisodiy quvvatini qayta tiklanishning boshlanishi uchun butun jamiyatga asos bo'lib xizmat qiladi.

2. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida innovatsion faoliyatni boshqarish tajribasi

Bozor munosabatlariga o'tish davrida davlatning ilmiy-texnik siyosatining asosi – respublikada tovar va xizmatlarga bo'lgan ichki iste'molni tezroq qondirish va jahon bozorida raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish maqsadida iqtisodiyot tarmoqlarining tubdan yangilanishiga yordam beruvchi ilmiy va texnologik ishlanmalarni yaratishga xizmat ko'rsatishdir.

AQSHda «yangiliklarni joriy etish tushunchasi»ni «ilmiy-texnik taraqqiyot» tushunchasi bilan almashtirishadi va bunda ilmiy-texnik sohadagi og'irlik markazi jarayondan natijaga, ya'ni mazkur joriy etiladigan yangiliklar ta'siri ostida iqtisodiyot, ijtimoiy sohadagi pirovard natijalarga o'tadi. Og'irlik markazi olimlar qiziqishini

qondirishdan odamlarning ma'lum turdagi mahsulotga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishga ko'chadi.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, texnik yangiliklarning harakatlantiruvchilari – bu o'z faoliyatida davlat yordamiga tayanuvchi kichik ilmiy-texnik va innovatsion firmalar hisoblanadi. Masalan, AQSHda texnologik yangiliklarni joriy etish 80-yillardan boshlab iqtisodiy jarayonlarni davlat tomonidan boshqarishning o'ziga xos xususiyatlaridan va nufuzli jihatlaridan biriga aylandi.

Innovatsion loyihalarning hayot sikli turli bosqichlaridagi seleksiyasi quyidagi ko'rinishga ega: birinchi bosqich tugallangandan so'ng 35 % loyihalar davom ettirish uchun mablag' va vositalar bilan ta'minlanadi; ikkinchi bosqich tugagandan so'ng 50 % loyihalar qo'llab-quvvatlanadi. Ikkinchi bosqichda 23 % moliyalashtiriladigan loyihalar «yuqori novatorlik loyihalari» sifatida tavsiflanadi. Bunday dasturlar amal qilmasa, kichik firmalar tomonidan qo'llanilishi mumkin bo'lgan loyihalarning faqat 16 % igina amalga oshirilishi mumkin ekan. Ilmiy tadqiqot va tashqiliy-konstruktorlik ishlari (ITTKI-NIOKR) ga federal fondlarni birlamchi taqsimlash bo'g'in turi bo'yicha amalga oshiriladi. Har bir bo'g'in o'z rasmiy vazifalariga mos bo'lgan ITTKI ni bajarish bilan shug'ullanadi. Bo'g'in rahbariyati ilmiy tadqiqot budjetlarining qanday qismini shu bo'g'in ijrochilari tomonidan sarflash, qanday qismini tashqi bo'g'inlarga taqdim etishni o'zi belgilab oladi. Masalan, AQSH mudofaa vazirligi o'z ITTKI budjetining 75 % ini universitet va sanoat firmalari hisoblangan tashqi ijrochilar orqali sarflaydi.

Davlat tomonidan ilmiy siyosatning amalga oshirilishida asosiy e'tibor Amerika fanining moddiy-texnik bazasining sifatiga, avvalambor universitetlar faoliyati sifatiga qaratiladi. AQSHda Mudofaa vazirligi 80-yillarda universitetlar va kollejlarning tadqiqot bazasini rivojlantirish dasturini amalga oshirdi. Bunday dasturlarni boshqa bo'g'inlar ham amalga oshirganlar, jumladan, Milliy ilmiy fond universitetlar tadqiqotchilari davlat laboratoriyalarida o'rnatilgan super kompyuterlarni ma'lum vaqtga ijaraga olishlari uchun mablag'lar ajratdi.

Hukumat maqsadli subsidiyalar, dotatsiyalar tadqiqot stipendiyalarini fundamental fanlar va sanoat o'rtasida uzoq

muddatli aloqalar oʻrnatilganligi uchun ajratadi, universitet olimlari sanoat kompaniyalari uchun qiziqarli boʻlgan muammolar bilan shugʻullanadigan injenerlik markazlarini tuzadi. Milliy ilmiy fond bunday markazlar uchun infratuzilma bazasini tuzadi.

Davlat idoralari tadqiqotchilik loyihalarida teng huquqli moliyaviy hamkor sifatida qatnashadilar. Sanoatda fundamental fanlar natijalarini taqsimlash kanali rolini ITTKI ni amalga oshiruvchi federal laboratoriyalar va universitetlarda, xususiy firmalarda faoliyat yurituvchi mutaxassislarni oʻqitish maxsus kurslari bajaradilar. Bunday kurslar qator vazirliklar, tashqilotlar (jumladan, PASA, Standartlar milliy byurosi, Milliy ilmiy fond va boshqalar) va yetakchi texnik oliy oʻquv yurtlari huzurida tashqil etilgan.

AQSH uchun davlatning innovatsion faolligiga taʼsir etishining oʻziga xos kanaliga tovarlar va xizmatlarni oʻzlashtirish uchun moʻljallangan shartnoma tizimi hisoblanadi. Davlat xaridlarini yangiliklarni joriy etish «talabi»ning muhim unsuridir. Ancha katta savdo hajmiga ega boʻlgan kafolatli bozorning mavjudligi ishlab chiqaruvchi firmalarga ishlab chiqarish koʻlami va tajriba boʻyicha tejamkorlik asosida sarflarni keskin qisqartirishga imkon beradi. Yangiliklarning texnik ekspluatatsion oʻlchamlarini yaxshilash bilan bir qatorda xarajatlarni qisqartirish uning bozorga chiqishi va taqsimlanishida yetarli darajadagi samaradorligini baholash imkonini yaratadi.

Davlat yangiliklarni ishlab chiqaruvchi xorijiy subyektlar uchun toʻsiq qoʻyib, milliy ishlab chiqaruvchilar uchun tajriba toʻplashga imkon beradi. Jumladan, yangiliklar asosida turuvchi koʻpgina kashfiyotlar hukumat buyurtmasi va mablagʻlariga koʻra yaratilgan. Avvalo, mutlaq davlat bozori uchun moʻljallangan mahsulotlar asta-sekinlik bilan fuqarolik tarmoqlari uchun ishlab chiqarila boshlandi. Masalan, EHMLar va yoʻldoshli aloqa kabilar.

AQSH da taxminan oʻn besh ming atrofida kichik innovatsion firmalar hisobga olingan. Hisob-kitob qilinishicha kichik firmalar yiriklarga nisbatan ikki marta koʻp yangiliklar yaratadilar, eng yangi mahsulotlar esa bunday firmalarda 2,5 marta koʻp yaratiladi.

Mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab uni tijoratlashtirish va yangi mahsulot bilan bozorga chiqishgacha boʻlgan vaqt davriyligi

kichik firmalarda 2,2-yilga teng bo'lsa, yirik firmalarda bundan 1,5 marta ko'p vaqtni talab etadi.

Singapurda davlat venchur investitsiyalar tavakkalini texnologik investitsiyalarni qo'llab-quvvatlash Dasturi orqali qisman moliyalashtiradi. Bu dastur endi ish boshlagan kompaniyalarga investitsiyalardan kutiladigan zararlarni sug'urtalash imkoniyatini beradi. Statusga ega kompaniya o'z investorlari uchun 3 mln. Singapur dollaridan oshuvchi qiymatdagi investitsiya uchun Sertifikat chiqarish huquqiga ega. Bunday sertifikatlar ega bo'lgan investorlar kimmatbaho qog'ozlar ishlatilishi mumkin bo'lgan muddat ichida investitsiyalardan keladigan har qanday yo'qotishlarni soliqqa tortiladigan o'z daromadlari hisobidan ajratishlari mumkin.

Koreya Respublikasida kichik biznesni moliyalashtirish tizimida Kafolatli kredit Fondi muhim o'rin tutadi. U hukumat va ixtisoslashtirilgan moliya idoralari mablag'lari hisobidan tashqil etiladi. Fond kreditli kafolatlarni qarz evaziga hatto iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarida faoliyat yurituvchi kichik va o'rta korxonalar uchun beradi. Agar qarz bank tashqiloti tomonidan kichik va o'rta korxonalarining asosiy fondlarini investitsiyalash uchun taqdim etilsa, bunda 150 mln. von.gacha bo'lgan qiymatdagi qarz avtomatik tarzda 70 % sug'urtalanadi. Komission to'lov hajmi yillik 1 % (yirik korxonalar uchun-1,5 %)ni tashqil etadi.

Shunday qilib, rivojlangan iqtisodiyotga ega mamlakatlarda davlatning innovatsion faollikka ta'siri quyidagi yo'nalishlarda o'z aksini topadi:

- birinchidan, davlat ilmiy-texnik g'oyalar taklifini va ishlanmalarni amalga oshirish uchun zarur infratuzilmasini shakllantirishning omili sifatida;

- ikkinchidan, davlat innovatsion korxonalar o'z faoliyatini amalga oshiradigan iqtisodiy muhitni shakllantirishning;

- uchinchidan, davlat mahkamalari xaridlari keyinchalik xo'jalik amaliyotida keng tarqaladigan va qo'llaniladigan ko'pgina yangiliklarni joriy etish borasida boshlang'ich talabni shakllantiruvchi omil sifatida chiqadi.

Lizing, venchur kapitali, IPO, EIHlar investitsion iqlimni ta'minlashning asosiy innovatsion shakllari sifatida qaraladi.

Dunyoning ko'pgina mamlakatlarida lizing faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarni texnologik qayta qurollantirish va yangidan barpo etilayotgan korxonalarni esa ilg'or texnika va texnologiyalar bilan jihozlashning muhim dastaklaridan biri hisoblanadi. Aynan shu sababli ham, lizingning iqtisodiy mohiyatini qarab chiqish va milliy iqtisodiyot doirasida mazkur iqtisodiy vosita (instrument)ning rivojlanishini tahlil etishni zarur. O'zbekistonda, shu jumladan MDH mamlakatlarida lizing bozorini shakllantirish va rivojlantirishning dolzarbligi birinchi navbatda, asbob-uskunalar parkining nochor holati (jismoniy va ma'naviy eskirgan asbob-uskunalarining yetarlicha katta ulushi, ulardan foydalanish samaradorligining pastligi, ehtiyot qismlar bilan ta'minlanmaganlik va hokazo) va ilmiy-texnik taraqqiyot mahsulotlarini joriy etish hamda asosiy fondlarni yangilash uchun aylanma mablag'larning sezilarli darajada yetishmasligi bilan izohlanadi. Moliyalashtirishning lizing shakli modernizatsiyalash uchun mablag' muammosiga duch kelgan korxonalar va qo'yilgan mablag'larning qaytarilishining etarlicha kafolati bo'lmaganligi sababli ushbu korxonaga kredit taqdim etuvchi bank o'rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf etadi. Lizing operatsiyalari barcha ishtirokchilar uchun birdek foydalidir: bir tomon bosqichma-bosqich to'lab boriluvchi kredit va kerakli asbob-uskunaga ega bo'lsa, boshqa bir tomon esa kreditning qaytarilish kafolatiga ega bo'ladi, chunki so'ngi to'lov amalga oshirilgunga qadar lizing obyekti lizing operatsiyasini moliyalashtirgan bank yoki lizing beruvchining mulki hisoblanadi.

Venchur kapitalini iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlash va investitsion iqlimni barpo etishning innovatsion shakllaridan biri sifatida e'tirof etish mumkin. Jahon tajribasi shundan dalolat beradiki, venchurli moliyalashtirish milliy xo'jalikni iqtisodiy rivojlantirishning muhim manbalaridan biriga aylanib bormoqda. AQSH, Yevropa mamlakatlari, Yaponiya va Hindistonda venchur kapitaldan foydalanish borasida to'plangan boy ijobiy tajribalar venchurli biznes bugungi kunga kelib, kuchli jahon industriyasiga aylanganligini amalda ko'rsatdi va u iqtisodiyotning istiqbolli sohalarini qo'llab-quvvatlashda muhim vositalardan biri sifatida o'zini namoyon eta oldi. Venchurli biznes investitsion resurslarning

tanqisligi va qimmatligini bartaraf etishga ko‘maklashgani holda, iqtisodiy o‘shish sifatini tubdan o‘zgartirishi mumkin.

Venchurli tadbirkorlik fan sig‘imli tarmoqlarda yangi ishlanmalarni joriy etishda muhim o‘rin tutadi. Moliyalashtirish manbalari tuzilmasi va mablag‘larni taqdim etish shartlari nuqtayi nazaridan u investitsiyalarni jalb qilishning an‘anaviy usullaridan birmuncha farq qiladi. Venchurli biznes innovatsion faoliyat investitsion mexanizmining yangi tipini yaratgani holda, iqtisodiyotning yaxlit holda faoliyat ko‘rsatish samaradorligini oshiradi. Shu sababli venchurli tadbirkorlikning barcha avfzalliklaridan milliy iqtisodiyotning barcha bo‘g‘inlarida birdek foydalanilishi lozim.

3. Davlatning innovatsion siyosati korxonalar raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili sifatida

O‘zbekistonda iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish sharoitida ilmiy-texnologik taraqqiyot sohasida innovatsion va investitsion faoliyat uchun zarur iqtisodiy imkoniyatlar yaratish o‘z tarkibiga soliq, moliyaviy, amortizatsion, kredit va bojxona siyosati kabilarni kamrab oluvchi bilvosita tartibga solishni amalga oshirish davlatning asosiy vazifalaridan hisoblanadi.

Davlat tomonidan ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlarini rag‘batlantirish zarurati fan va innovatsion jarayonlarning iqtisodiy o‘shish va milliy sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omili ekanligi hamda yangi ishchi o‘rinlari yaratish manbai ekanligi bilan izohlanadi.

Davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash bevosita va bilvosita usullarda amalga oshiriladi. Bevosita usullarga NIOKR va innovatsion loyihalarni budjet mablag‘lari hisobidan moliyalashtirish, innovatsion faoliyat ishtirokchilari huquqlarini himoyalash, davlat patent va litsenziya tizimini tashqil etish, davlat innovatsion infratuzilma va innovatsiyalar bozorini yaratish, malakali kadrlarni tayyorlash, shuningdek, innovatsion faoliyatni ma‘naviy qo‘llab-quvvatlash va shu kabilardir.

Davlat innovatsion faoliyatning tashqiliy, iqtisodiy, moliyaviy, me‘yoriy-huquqiy kabi barcha tartibga solish usullaridan foydalanishni nazarda tutadi. Davlat tomonidan innovatsion

faoliyatni tartibga solishning tashqiliy omillari quyidagilardan iborat:

- Respublika miqyosidagi va hududiy innovatsion dasturlarga kiritilgan innovatsion loyihalarni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash;

- innovatsion infratuzilma taraqqiyotiga ko‘maklashish;
- innovatsion faoliyatda kadrlar masalasini qo‘llab-quvvatlash;
- innovatsion faoliyatni amalga oshiruvchi kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish;

- innovatsion faoliyatni informatsion qo‘llab-quvvatlash, jumladan, innovatsion sohada davlat siyosatining jihatlari to‘g‘risidagi axborotlar, tugallangan ilmiy-texnik tadqiqot to‘g‘risidagi ma‘lumotlarni, bajariladigan va tugallangan innovatsion loyihalar va dasturlar to‘g‘risidagi ma‘lumotlar olish borasida erkinlikni ta‘minlash.

Innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning moliyaviy omillariga quyidagilar kiradi:

- innovatsion faoliyatni moliyalashtirishni ta‘minlovchi budjet siyosatini yuritish;

- davlat mablag‘larini innovatsion sohaga yo‘naltirish va ulardan foydalanish samaradorligini oshirish;

- ijtimoiy taraqqiyot uchun muhim, ammo xususiy investorlar uchun manfaatli bo‘lmagan innovatsion dasturlar va loyihalarni amalga oshirish uchun davlat to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalarini ajratish;

- innovatsion sohada ijobiy investitsion muhitni shakllantirish;
- innovatsion faoliyatda qatnashuvchi milliy va xorijiy investorlarga dotatsiyalar, imtiyozli kredit va kafolatlar berish.

Innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning me‘yoriy-huquqiy omillari quyidagilardan iboratdir:

- innovatsion faoliyat subyektlarining o‘zaro aloqalari huquqiy asoslarini yaratish;

- innovatsion faoliyat subyektlarining manfaatlari va huquqlari himoyasini kafolatlash, jumladan, innovatsion faoliyat taraqqiyoti uchun juda zarur hisoblanuvchi intellektual mulk himoyasini ta‘minlash.

Innovatsion faoliyat subyektlari, shuningdek, ular bilan innovatsion jarayonning boshqa ishtirokchilari o'rtasidagi o'zaro aloqalarni me'yoriy-huquqiy jihatdan tartibga solish shartnomalar asosida amalga oshiriladi, jumladan:

- ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlarni bajarish borasidagi shartnomalar;
- loyiha va qidiruv ishlarini bajarish shartnomalari;
- qurilish, pudrat ishlari bo'yicha shartnomalar;
- innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun xizmat ko'rsatish bo'yicha shartnomalar;
- innovatsion xatarlarni sug'urtalash bo'yicha shartnomalar;
- investorlar bilan tuziladigan shartnomalar.

Innovatsion faoliyatni tartibga solish quyidagilarga taya'nilgan holda amalga oshiriladi:

- innovatsion prognozlar;
- innovatsion strategiyalar;
- innovatsion dasturlar;
- innovatsion loyihalar.

O'zbekiston davlat budjeti mablag'laridan foydalanish ilmiy-texnik siyosatni amalga oshirishning asosiy moliyaviy vositalaridan biri hisoblanadi. Shunday qilib, innovatsion faoliyat taraqqiyoti nafaqat alohida korxonada darajasida, shuningdek, integratsiyalashgan tashqilotlar va hatto mamlakat miqyosida samarali moliyalashtirish tizimini talab qiladi. Faqatgina shundagina mablag'larni jamg'arish va ularni sarflash uchun zarur sharoitlar yaratilishi va ularni aniq yo'nalishlarga qaratish imkoniyati tug'ilishi mumkin.

4.O'zbekiston Respublikasida innovatsion faoliyatni rivojlantirish konsepsiyasi asoslari

Dunyoda ilmiy-texnik salohiyat tez sur'atlarda rivojlanish bilan bir qatorda ishlab chiqarishning asosiy omillarini intellektualizatsiya qilish o'sib bormoqda. Innovatsiyalarni joriy etish iqtisodiy o'sishning va bozorning raqobatbardoshligini ta'minlashning muhim omiliga aylandi.

Jahon iqtisodiyotida korxonalar va ilmiy jamoalarga ajratilayotgan mablag'lardan foydalanish samaradorligini oshirish masalasi birinchi o'ringa chiqadi. Shu maqsadlarda Yevropa Ittifoqi davlatlarida har yili "Yevropa innovatsiyalar tablosi" (European Innovation Scoreboard — EIS) nashr etiladi. Faoliyat ko'rsatuvchilar muhitini tahlil qilish usuli asosida bir qator Yevropa Ittifoqi davlatlari uchun texnik samaradorlik ko'rsatkichlari hisoblab chiqilgan. Olingan natijalar asosida barcha davlatlar 4 guruhga birlashtirilgan: innovatsion lider davlatlar; innovatsion izdoshlar; mo'tadil innovator bo'lgan mamlakatlar; innovatsion rivojlanishdan orqada qolgan davlatlar.

Ushbu usul yordamida quyidagi ko'rsatkichlar tahlil qilib boriladi:

- YaIMning ilmiy intensivligi;
- bir million aholiga to'g'ri keladigan olimlar soni;
- ta'lim sohasiga qilingan xarajatlar, YaIMga nisbatan;
- patent olish uchun topshirilgan milliy arizalar soni;
- yuqori texnologiyali eksport, yalpi sanoat eksportiga nisbatan;
- axborot kommunikatsiya texnologiyalari eksporti, jami eksportga nisbatan.

Umuman olganda hozirgi davrda innovatsion iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini belgilaydigan hal qiluvchi omil – bu ilmiy tadqiqot va tamoyil jihatidan yangi mahsulot turlarini yaratish uchun ishlanmalar natijalaridan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan mamlakatning innovatsion muhitini shakllantirish va rivojlantirish, mahsulotlarni ishlab chiqarishning yangi texnologiyalarini yaratish va ishlatish hamda keyinchalik bozorda joriy etish va sotishdir.

2017 - 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalardan kelib chiqib iqtisodiy o'sish sifati va aholi turmush farovonligi darajasiga erishishning birdan-bir yagona yo'li innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar asosida iqtisodiyotning barcha tarmoqlari va sohalarini innovatsion rivojlanishini ta'minlash hisoblanadi.

Sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmida yangi innovatsion turdagi mahsulotlar ulushi Germaniyada 69,7%, Buyuk Britaniyada

43,7%, Norvegiyada 41%ni tashqil etgan¹⁰. O‘zbekiston sanoatining bir qator tarmoqlarida yangi innovatsion turdagi tayyor mahsulotlarning yaratilishi va ishlab chiqarilayotgan tovarlar nomenklaturasining kengaytirilishi natijasida sanoatni diversifikatsiyalash darajasi o‘sdi. Masalan, 2005 - 2018-yillar davomida tarmoqning umumiy ishlab chiqarish hajmida yangi innovatsion turdagi mahsulotlarning ulushi: yengil sanoatda 0,02 %dan 2,2 %ga; oziq - ovqat sanoatida 0,6%dan 2,5 %ga; kimyo va neft - kimyo sanoatida 1,7 %dan 7,5 %ga; metallurgiyada 0,1%dan 6,8%ga o‘sgan. Shu tufayli, sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmida yangi innovatsion turdagi mahsulotlar ulushi 2008-yildagi 4,5 %dan 2018-yilda 9,6 %gacha o‘sgan va o‘tgan-yilning mos davriga nisbatan o‘shirish sur‘ati 138,8 % ni tashqil etgan¹¹.

O‘zbekiston Respublikasini innovatsion iqtisodiyotga o‘tishi mamlakat YaIMda innovatsion mahsulotlar, ishlar va xizmatlar hajmini o‘shirishga hamda unda faoliyat olib borayotgan korxonalar va tashqilotlar sonining o‘shirishiga olib kelmoqda. Masalan, innovatsion mahsulotlar hajmi 2008-yilda 1325 mlrd so‘mdan 2018-yilga kelib 21746 mlrd so‘mga ortgan. Shunga mos ravishda innovatsion mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalar soni respublikamizda 2010-yilda 289 tadan 2018-yilga kelib 8,5 barobarga ko‘payib 2456 taga yetgan. Jumladan, birinchi marta innovatsion mahsulotlar, ishlar, xizmatlar ishlab chiqarishni o‘zlashtirgan korxonalar soni 1007 taga ko‘paygan.

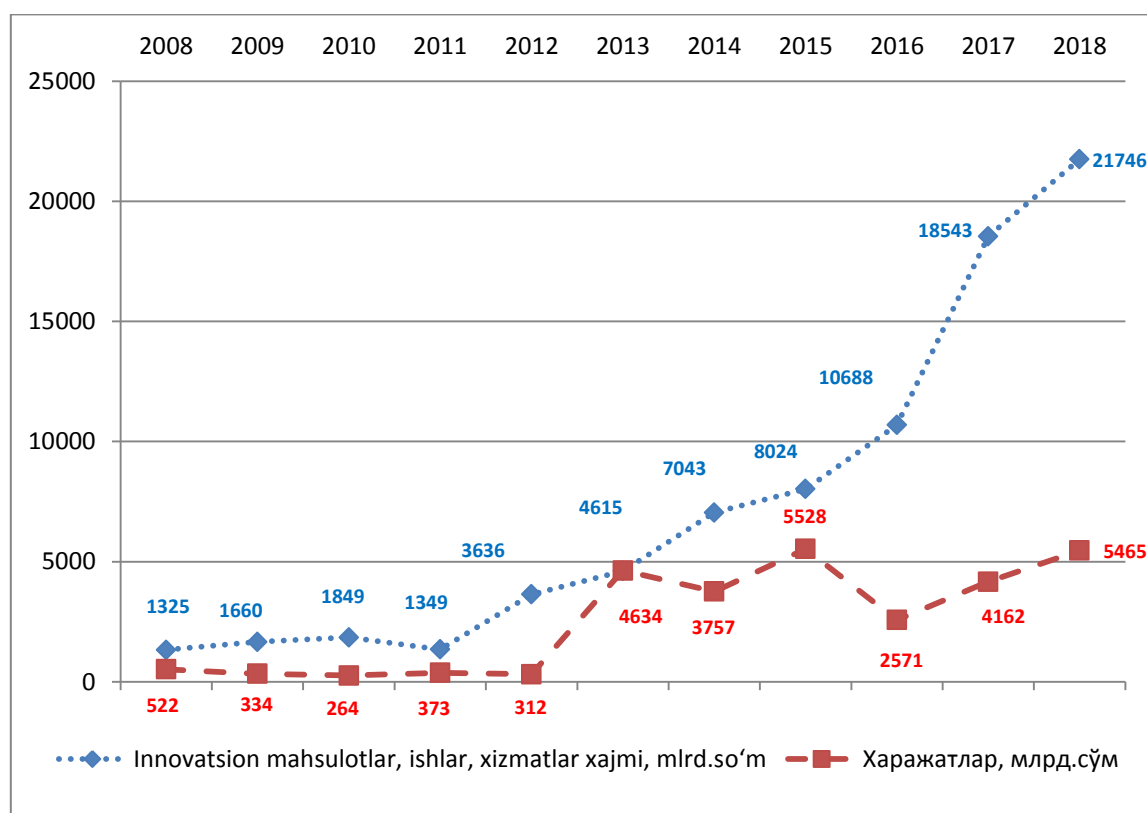
O‘zbekiston Respublikasida innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish, yuqori iqtisodiy o‘shirish sifati darajasiga erishish, yuqori texnologik mahsulotlar bozoriga kirib borish va innovatsion texnologiyalar bozorida o‘z o‘rnini egallash uzoq bozor davrini va katta miqdordagi xorijiy investitsiyalarni talab etadigan murakkab jarayondir. Respublikamizda asosiy kapitalga kiritilgan xorijiy investitsiya va kreditlarning moliyalashtirish manbalaridagi ulushi 2005-yilda 21,7 %ni, 2010-yilda 28,8%ni, 2015-yilda 21,4%, va 2018-yilga kelib 29,2 %ni tashqil qilib o‘shirish bormoqda. 2018-yilda

¹⁰ <http://www.worldbank.org/>

¹¹ O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati. –T. 2019.-B. 69.

milliy iqtisodiyotda 31350,0 mlrd. so‘m. asosiy kapitalga xorijiy investitsiyalar o‘zlashtirildi¹².

Xususan, 2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasida ilmiy tadqiqot va innovatsiya faoliyatini rag‘batlantirish, ilmiy hamda innovatsiya yutuqlarini amaliyotga joriy etishning samarali mexanizmlarini yaratish, oliy o‘quv yurtlari va ilmiy tadqiqot institutlari huzurida ixtisoslashtirilgan ilmiy-eksperimental laboratoriyalar, yuqori texnologiya markazlari hamda texnoparklarni tashqil qilishga alohida e‘tibor qaratilgan.



18.1-rasm. O‘zbekiston Respublikasida ishlab chiqarilgan innovatsion mahsulotlar, ishlar, xizmatlar hajmi va xarajatlar dinamikasi (2010-2018-yillar)¹³.

Shu bilan birga, ilg‘or xorijiy tajriba, jahon fanining zamonaviy yutuqlari, innovatsion g‘oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar asosida iqtisodiyotning barcha tarmoqlari va ijtimoiy sohani jadal

¹² O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati. –T. 2019.-B. 76.

¹³ O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati. –T. 2019.-B. 6. 74

innovatsion rivojlantirishni ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 29-noyabrdagi PF-5264-sonli farmoniga muvofiq, O'zbekiston Respublikasi innovatsion rivojlanishining asosiy yo'nalishlari sifatida quyidagilar belgilangan:

- mamlakatning intellektual va texnologik salohiyatini oshirishning uzoq muddatli ssenariylari asosida ustuvor soha va tarmoqlarni innovatsion rivojlantirishning kelajakdagi modellarini shakllantirish imkonini beradigan strategik rejalashtirish tizimini yaratish;

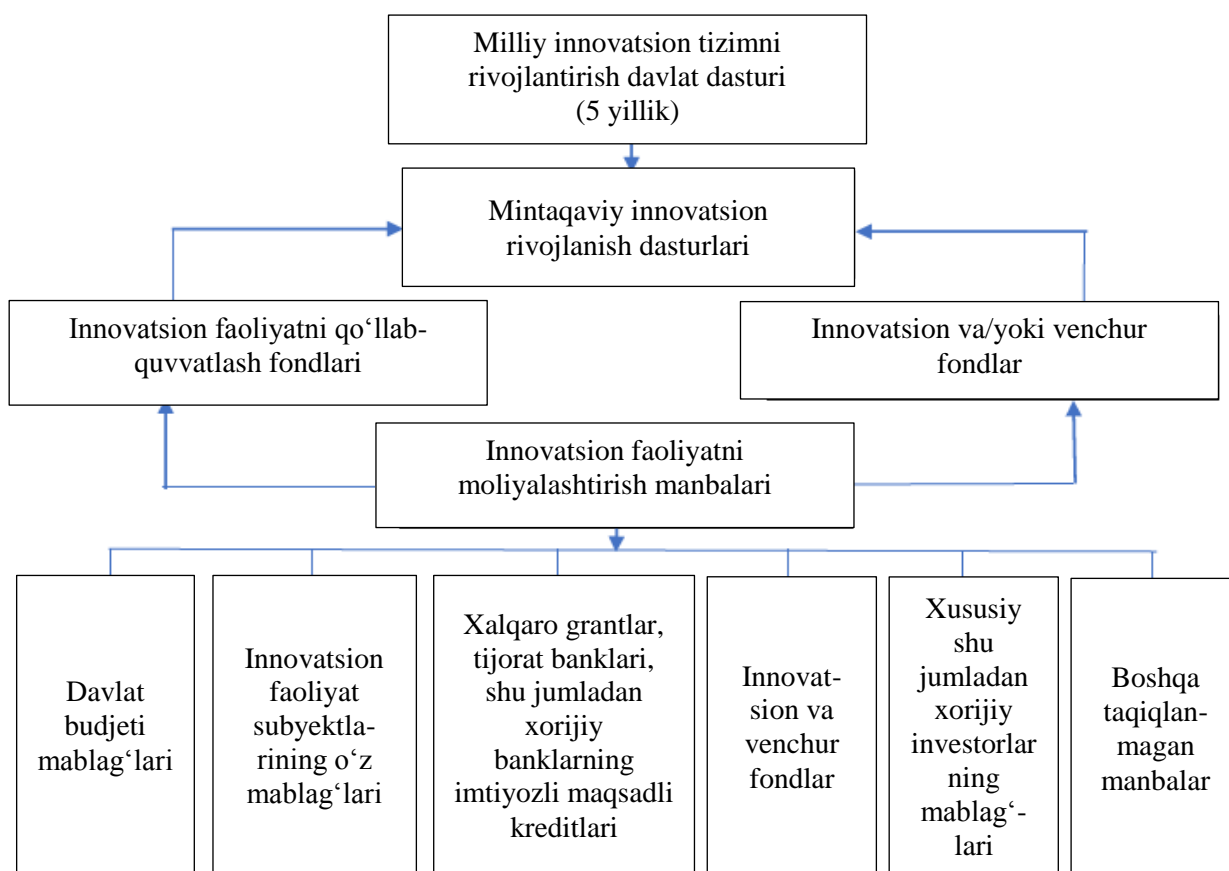
- davlat xizmatlari ko'rsatishning tartib-taomillarini optimalashtirish va soddalashtirishni, davlat boshqaruvi organlari faoliyatining samaradorligini oshirishni ta'minlaydigan davlat boshqaruvining innovatsion shakllarini joriy etish;

- ilmiy tadqiqot va innovatsiya faoliyatini, eng avvalo, yosh avlodning ijodiy g'oyalari va ishlanmalarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash hamda rag'batlantirish, shuningdek, ushbu faoliyatda iqtidorli yoshlar faol ishtirok etishi uchun qulay sharoitlar yaratish;

- innovatsiya faoliyati sohasida ilg'or xorijiy (xalqaro) tashqilotlar bilan, shu jumladan ularni nou-xau, nanotexnologiyalar va yuqori texnologik tovar (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish bo'yicha uzoq muddatli hamkorlik o'rnatish, 2017-2021-yillarga mo'ljallangan Harakatlar strategiyasining "Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari"da belgilangan chora-tadbirlarni samarali amalga oshirish maqsadida "Davlat boshqaruvi tizimiga strategik rejalashtirishning zamonaviy shakllari, innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni joriy etish"ga qaratilgan davlat siyosatini qadam-baqadam izohlab beradigan konsepsiya ishlab chiqilgan bo'lib, u 10 ta pog'onadan iborat. Dastlabki beshta pog'ona iqtisodiyotda innovatsiyalar uchun qulay muhitni shakllantirish zarurligini ko'rsatadi. Bu vazifalar ado etilgan taqdirdagina innovatsion taraqqiyot uchun qulay muhit yaratish, shunda O'zbekistonda innovatsiyalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash samara berishi mumkin.

Qulay muhitni ta'minlashdan tashqari, innovatsiya siyosatining uzviy tarkibiy qismi bo'lmish ilmiy tadqiqotlar va innovatsion ishlanmalarni to'g'ridan-to'g'ri moliyalashtirish ham muhim hisoblanadi. Faol moliyaviy qo'llab-quvvatlash siyosati davlat

uchun jozibaliroq. Chunki u aniq o‘lchanadigan natijalarga tezroq erishishini ko‘zlaydi. Jozibali muhitni yaratish esa unga nisbatan uzoq davom etadigan jarayon bo‘lib, murakkab tizimlashtiriladi va unda kim aniq naf oluvchi ekanini oldindan bilib bo‘lmaydi. Hozirda muhokamada bo‘lgan “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonunida innovatsion siyosat 5-yil muddatga tasdiqlanuvchi Milliy innovatsion tizimni rivojlantirish davlat dasturi orqali amalga oshirilishi ko‘zda tutilgan.



18.2-rasm. O‘zbekistonda milliy innovatsion tizim va innovatsion faoliyatni moliyalashtirish manbalari.

Innovatsiyalarni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash davlat uchun jozibador bo‘lsa-da, aynan qulay muhit yaratishga ustuvorlik berilishi kerak. Innovatsion taraqqiyotda muvaffaqiyatlarga erishgan barcha mamlakatlar, qanday model doirasida rivojlanmasin, birinchi navbatda, qulay innovatsion muhit yaratib olgan.

O‘zbekiston iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish konsepsiyasi

18.1-jadval

Bo- sqich- lar	Yo‘na- lishlar	Amalga oshiriladigan chora-tadbirlar
1- pog‘o- na	Institutlarni ng amal qilishi	<p>Respublika iqtisodiyotida bazaviy shart-sharoitlarni yaratish maqsadida jamoat, siyosiy va iqtisodiy institutlarning samarali ishlashi. Ularga quyidagilarni kiritish mumkin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - o‘zgarmas soliq stavkalari va oddiy soliqqa tortish tartibi; - korxonalar innovatsiya faoliyatini imtiyozli soliqqa tortish; - mulk huquqini muhofaza qilish; - investorlar huquqini himoyalash; - intellektual mulkni himoya qilish; - eksportni qo‘llab-quvvatlash; - sifatli bank xizmati; - hukumatning barqaror siyosati va hokazolar.
2- pog‘o- na	Sifatli ta’lim	<p>Aholining intellektual salohiyatini yuksaltirish uchun sifatli ta’lim tizimini ta’minlash quyidagilar orqali tadqiqotlarga sharoitlar yaratadi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ta’limga yuqori xarajatlar; - zamonaviy ta’lim standartlari; - xalqaro hamkorlikni rivojlantirish; - malaka oshirish va xususiy ta’lim markazlarini rag‘batlantirish; - texnik mutaxassislar va muhandislarni ko‘proq tayyorlash.
3-po- g‘ona	Tadbirkor- lik ma- daniyati	<p>Aholi, olimlar va tadqiqotchilar orasida quyidagilar orqali tadbirkorlik madaniyatini oshirish:</p>

18.1-jadvalning davomi

		<ul style="list-style-type: none"> - innovatorlarning tadbirkorlik tashabbusini amalga oshirishlarini qo‘llab-quvvatlash; - olimlar va tadqiqotchilarning tadbirkorlik bilan bandligini ta‘minlash; - biznes yuritishda huquqbuzarliklar uchun qonuniy javobgarlikning yumshoqligini ta‘minlash; - aholi o‘rtasida tadbirkorlik va innovatsiya jarayonlarini faol targ‘ib qilish.
4-pog‘ona	Rivojlangan infratuzilma	<p>Tadbirkorlik faoliyatini yuritishni yengillashtirish uchun rivojlangan infratuzilmani yaratish:</p> <ul style="list-style-type: none"> - yuqori tezlikdagi Internet va aloqadan foydalanish; - muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlarining elektr ta‘minoti, gaz ta‘minoti, texnik va ichimlik suv ta‘minoti uzluksizligini ta‘minlash; - avto va temir yo‘llardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish; - sifatli logistika xizmatlari.
5-pog‘ona	Rivojlangan bozorlar	<p>Quyidagi imkoniyatlar mavjud ichki raqobat rivojlangan bozor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kreditlar va venchur moliyasidan foydalanish; - bozorda innovatsion ishlanmalarni kommersiyalash; - iqtisodiyotda klasterlar rivojlangani; - yaxshi rivojlangan mehnat bozori; - ko‘chmas mulk va tijorat binolari ijarasi rivojlangani; - valuta va fond bozorining ishlashi.
6-pog‘ona	Ilm-fanning davlat tomonidan	<p>Ilmiy-texnik yutuqlarimizni erishilgan darajada saqlab turish va yanada oshirish maqsadida ilm-fan va fundamental tadqiqotlarni moliyalashtirish:</p>

18.1-jadvalning davomi

	moliyalashtirilishi	<ul style="list-style-type: none"> - tadqiqotlar uchun grantlar ajratish; - ilmiy tadqiqot institutlari va oliy ta'lim muassasalari ilmiy-texnik bazasini mustahkamlash maqsadida subsidiyalar ajratish; - fanlararo tadqiqotlar faol olib borish; - olimlar va tadqiqotchilar o'rtasida xalqaro tajriba almashinuvini rag'batlantirish.
7-pog'ona	Innovatsiya ishlanmalarining davlat tomonidan moliyalashtirilishi	<p>Umumiy tovarlar, ish va xizmatlar hajmida innovatsion mahsulotlar ulushini oshirish uchun tajriba-konstruktorlik faoliyatini va innovatsion korxonalar ishlanmalari kommertsialashuvini moliyalashtirish:</p> <ul style="list-style-type: none"> - innovatsion ishlanmalar va ularni ishlab chiqarishga tatbiq etishning davlat tomonidan moliyalashtirilishi; - kreditlarga garov sifatida kafolatlar berish; - strategik muhim loyihalarni amalga oshirish uchun soliq imtiyozlari berish; - innovatsion yangi mahsulotlar ishlab chiqarishning dastlabki bosqichlarida ularga talabni saqlab turish uchun davlat xaridini ta'minlash; - davlat venchur fondlarini tashqil etish hamda xususiy fondlar investitsiyalarini riskdan kafolatlash fondini tashqil qilish.
8-pog'ona	Innovatsion faollik	<p>Qulay muhit shakllantirilishi va innovatsiyalarni faol moliyalashtirish natijasida:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O'zbekiston iqtisodiyotining innovatsion faolligi oshadi; - mehnat unumdorligi ko'tariladi; - milliy va xalqaro patentlar berish ko'payadi;

18.1-jadvalning davomi

		- innovatsion faoliyat bilan shug'ullanadigan korxonalar safi kengayadi; - tadqiqotlar va ishlanmalar bilan band kishilar soni oshadi.
9-pog'ona	Siyosat natijasi	Shundan so'ng O'zbekistonda olib borilgan innovatsiya siyosat natijasini quyidagi ko'rsatkichlar orqali his etish mumkin: - berilgan patentlar soni; - venchurli investitsiyalar hajmi; - yuqori texnologik eksportning umumiy eksport hajmidagi ulushi; - xorijiy texnologiyalarga bog'liqlikning pastligi; - ekologiya, sog'liqni saqlash va aholi turmush darajasining yuqoriligi.
10-pog'ona	Iqtisodiy oqibatlar	Shu tariqa O'zbekiston xalqaro yuqori texnologiyalar bozoridagi yetakchilardan biriga aylanadi va turli xalqaro reytinglarda mamlakat iqtisodiyoti bo'yicha yuqori o'rinlarga erishiladi.

Nazorat savollari

1. Mamlakatimizda tashqil etilgan Innovatsion rivojlanish vazirligining asosiy vazifalari nimalardan iborat?

2. Davlat innovatsion siyosatining mohiyati va uni amalga oshirishdan ko'zlangan asosiy vazifalarni tushuntirib bering?

3. Bugungi kunda mamlakatimizda innovatsion faoliyatni samarali tashqil etish borasida to'siq bo'layotgan asosiy muammolar nimalardan iborat?

4. Innovatsion rivojlanish va novatorlik g'oyalarini qo'llab-quvvatlash jamg'armasining asosiy vazifalarini sanab bering?

5. Innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash borasida jahonning yetakchi mamlakatlari tajribasi haqida gapirib bering?

6. Innovatsion muhit tushunchasini sharhlab bering?

7. Milliy innovatsion tizim nima?
8. Milliy iqtisodiyot darajasida innovatsion faoliyat samaradorligini belgilab beruvchi asosiy ko'rsatkichlarni sanab bering?
9. Mamlakatimizda innovatsion faoliyatning rivojlanganlik darajasi qanday? Uni yanada rivojlantirish uchun nima ishlar qilish lozim, deb o'ylaysiz?

Mavzuga doir adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. Toshkent. "O'zbekiston" NMIU. 2017 y.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida" PF-4947-sonli Farmoni.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" 2016-yil 26-noyabrdagi PF-4853-sonli Farmoni.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksportini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori (O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2016 y., 12-son, 110-modda).
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 2-sentabrdagi PF-5177-sonli "Valuta siyosatini liberallashtirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmoni//O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami.—Toshkent, 2017.—№36 (796).—945-modda.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2018-yil - Faol tadbirkorlik, innovatsion g'oyalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash-yili davlat dasturini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5308-sonli Farmoni.
11. Abulqosimov X.P. Shakllanayotgan bozor iqtisodiyotida inson omili va uni faollashtirish yo'llari. T.: TMI nashriyoti, 2005. 225 b.

Innovatsion iqtisodiyot fanidan test savollari

1. “Uzun to‘lqinlar” nazariyasi doirasida innovatsion jarayonlarni tadqiq qilgan birinchi olim kim?

- A. A. X.Klark
- B. N.Kondratev*
- C. T.Veblen
- D. Y.Shumpeter
- E. S.Kuznes

2. Innovatsiya konsepsiyasining dastlabki yaratuvchisi kim?

- A. X.Klark
- B. N.Kondratev
- C. T.Veblen
- D. Y.Shumpeter*
- E. S.Kuznes

3. Innovatsiyalar nazariyasi qaysi davrda shakllangan?

- A. XVIII asr oxiri XIX asr boshlarida
- B. XIX asr oxiri XX asr boshlarida*
- C. XX asr oxiri XXI asr boshlarida
- D. XVII asr oxiri XVIII asr boshlarida
- E. XX asr oxirlarida

4. “Innovatsiya” tushunchasi qanday ma’noni anglatadi?

- A. “yangiliklarni joriy etish”*
- B. “o‘zgarishlarni boshqarish”
- C. “tub o‘zgarishlar”
- D. “yangilik”
- E. “yangi g‘oya”

5. Y.Shumpeterning “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” kitobida qayd etilgan beshta tub o‘zgarishlaridan qaysi biri innovatsiyalar natijasini ifodalaydi?

A. ... yangi mahsulot yoki mavjud bo‘lgan mahsulot sifatining yangi darajasini joriy qilish*

B. ... yangi ishlab chiqarish usullari yoki mahsulotdan foydalanishning yangi usullarini joriy etish

C. ... ishlab chiqarish sohasi yoki tarmog‘iga kirib borish orqali yangi bozorlar ochish

D. ... xom ashyo yoki yarim tayyor mahsulotlarning yangi manbalarini qo‘lga kiritish

E. ... iqtisodiy faoliyatni tashkil etish usul va vositalarini o‘zgartirish

6. Innovatsion mahsulot natijalari qanday ko‘rinishda chiqishi mumkin?

- A. Yangi mahsulot yoki xizmat
- B. Takomillashgan mahsulot yoki xizmat

- C. Yangi yoki takomillashgan texnologik jarayon
 - D. Ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi usullari
 - E. Yuqoridagilarning barchasi*
7. Quyidagilardan qaysi biri innovatsiyalarni to‘liq tavsiflaydi?
- A. Innovatsion mahsulotlar
 - B. Innovatsion jarayonlar
 - C. Yangi mahsulot va xizmatlar
 - D. Ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi usullari va texnologik jarayonlar
 - E. Innovatsion mahsulotlar, innovatsion jarayonlar*
8. Innovatsion faollikni korporativ baholashning qaysi ko‘rsatkichlari “natija”, “xarajat” nisbatini ifodalaydi?
- A. Moliyaviy ko‘rsatkichlar
 - B. Innovatsion jarayonlar samaradorligi*
 - C. Xodimlarni rag‘batlantirish va ulardan kutilayotgan qaytim
 - D. Iste‘molchilar uchun yaratilgan qo‘shimcha naflilik
 - E. Raqobatbardoshlik
9. “Friskati yo‘riqnomasi” (ilmiy tadqiqotlar va eksperimental taraqqiyotni baholash uchun tavsiya etilgan standartlar) da quyidagi tushunchalardan qaysi biri qayd etilmagan?
- A. Ilmiy tadqiqotlar
 - B. Ilmiy izlanishlar
 - C. Eksperimental tadqiqotlar
 - D. Ilmiy tadqiqotchilar
 - E. Ma‘muriy boshqaruv xodimlari*
10. Quyidagilardan qaysi biri innovatsiyalar bo‘yicha yo‘riqnoma hisoblanadi?
- A. “Friskati yo‘riqnomasi
 - B. “Oslo yo‘riqnomasi”*
 - C. “Kanberra yo‘riqnomasi”
 - D. To‘lovlar texnologik balansi
 - E. Patentlar texnologik balansi
11. Quyidagilardan qaysi biri ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar bo‘yicha yo‘riqnoma hisoblanadi?
- A. “Friskati yo‘riqnomasi”*
 - B. “Oslo yo‘riqnomasi”
 - C. “Kanberra yo‘riqnomasi”
 - D. To‘lovlar texnologik balansi
 - E. Patentlar texnologik balansi
12. Quyidagilardan qaysi biri inson resurslari bo‘yicha yo‘riqnoma hisoblanadi?
- A. “Friskati yo‘riqnomasi

- B. “Oslo yo‘riqnomasi”
 - C. “Kanberra yo‘riqnomasi”*
 - D. To‘lovlar texnologik balansi
 - E. Patentlar texnologik balansi
13. Quyidagilardan qaysi biri mahsulot (xizmat, texnologiya)larning innovatsiya sifatida qabul qilinishining asosiy shartlaridan emas?
- A. Mahsulot (xizmat, texnologiya) yangi yoki takomillashgan bo‘lishi lozim
 - B. Yaratilgan mahsulot ishlab chiqarish yoki shaxsiy iste‘mol ehtiyojlarni qondira olishi lozim
 - C. Kiritilgan yangilik aniq bir tovar (xizmat yoki jarayon) da o‘z aksini topgan bo‘lishi zarur
 - D. Mahsulot bozor talabiga mos kelishi va pirovardida ishlab chiqaruvchi manfaatlarini ta‘minlashi kerak
 - E. Mahsulot an‘anaviy ehtiyojni qondirishi lozim*
14. “Innovatsion jarayon” ning to‘g‘ri ta‘rifini toping
- A. Yangi g‘oya yoki bilimning paydo bo‘lishi
 - B. Yangi mahsulot yoki xizmatning ishlab chiqarilishi
 - C. Yangi mahsulot namunasini yaratish
 - D. Yangi mahsulotning tijoratlashuv jarayoni
 - E. Ilmiy bilimlarni innovatsiyalarga aylantirish jarayoni*
15. Innovator – bu:
- A. Biznes vakili
 - B. Mavjud texnika va texnologiyalardan foydalangan holda mahsulotni ishlab chiqaruvchi
 - C. Konservator ishlab chiqaruvchi
 - D. Mavjud korxonalarni modernizatsiya qiluvchi, yangi korxonalarni barpo qiluvchi, yangi texnologiya va mahsulotlarni ishlab chiqarishga joriy etuvchi*
 - E. Ilmiy soha xodimlari
16. Innovatsion faoliyat – bu:
- A. Yaratuvchanlik faoliyati
 - B. Biznes faoliyati
 - C. Tadbirkorlik faoliyati
 - D. Foyda olishni ko‘zlab amalga oshiriladigan faoliyat
 - E. Innovatsiyalarni ro‘yobga chiqarishga qaratilgan faoliyat*
17. Quyidagilardan qaysi biri davriy innovatsiyalarga tegishli emas?
- A. Dehqonchilik (chorvachilik) madaniyatining to‘la-to‘kis o‘zlashtirilishi
 - B. Yozuvning paydo bo‘lishi
 - C. O‘qotar qurollarning yaratilishi
 - D. Davlatchilikning qaror topishi

- E. Iqtisodiy rivojlanishning skali ro'yi berishi*
18. Quyidagilardan qaysi biri innovatsiyalarni tarqalish sohasiga tegishli emas?
- A. Dunyo biznes sohalari uchun yangi
 - B. Mamlakat biznes sohalari uchun yangi
 - C. Korxonaning o'zi uchun yangi
 - D. Tarmoq uchun yangi
 - E. Bazisli (radikal)*
19. Quyidagilardan qaysi biri yangi darajasi bo'yicha innovatsiyalarni anglatmaydi?
- A. Tizimli*
 - B. Davriy
 - C. Bazisli
 - D. Takomillashtiruvchi
 - E. Psevdoinnovatsiyalar
20. Qamrab olish ko'lamiga ko'ra innovatsiyalarni anglatmaydiganini toping
- A. Lokal
 - B. Tizimli
 - C. Strategik
 - D. Majmual
 - E. Jarayonli*
21. Bozorga ta'siriga ko'ra innovatsiya turini aniqlang?
- A. Qo'poruvchi*
 - B. Bazisli
 - C. Inkori qiluvchi
 - D. Lokal
 - E. Tizimli
22. Mahsulot (jarayon, xizmat) larning oldin mavjud bo'lmagan iste'mol xususiyatli paydo bo'lsa, narxi ham maqbullashsa – bu:
- A. Epoxal (davriy) innovatsiya
 - B. Bazisli (radikal) innovatsiya*
 - C. Takomillashtiruvchi innovatsiya
 - D. Psevdoinnovatsiyalar
 - E. Kengaytiruvchi innovatsiyalar
23. Yangilik darajasi sezilarli katta bo'lmagan va qisqa hayotiylik sikli bilan farqlanuvchi innovatsiyalar – bu:
- A. Epoxal (davriy) innovatsiya
 - B. Bazisli (radikal) innovatsiya
 - C. Takomillashtiruvchi innovatsiya*
 - D. Psevdoinnovatsiyalar
 - E. Kengaytiruvchi innovatsiyalar

24. Mahsulotlarning tashqi ko‘rinishi yoki texnik tavsifiga sezilarsiz o‘zgartirishlar kiritilsa va uning nomenklaturasi kengaytirilsa – bu:

- A. Epoxal (davriy) innovatsiya
- B. Bazisli (radikal) innovatsiya
- C. Takomillashtiruvchi innovatsiya
- D. Psevdoinnovatsiyalar*
- E. Kengaytiruvchi innovatsiyalar

25. Innovatsion rivojlanish jarayonlar shiddati iste‘molchilarning mahsulot (xizmat) larni qabul qila olish darajasidan ancha tez ro‘y bersa – bu:

- A. Natijali innovatsiyalar
- B. Jarayonli innovatsiyalar
- C. Qo‘poruvchi innovatsiyalar
- D. Bazisli innovatsiyalar
- E. Tizimli innovatsiyalar

26. Quyidagilardan qaysi biri qo‘poruvchi innovatsiyalarga misol bo‘la oladi?

- A. Mini kompyuter
- B. Raqamli fotografiya
- C. Uyali telefon
- D. GPS – navigator
- E. Hududlar xaritasi*

27. Texnologik jihatdan yangi yoki sezilarli darajada takomillashgan ishlab chiqarish jarayonlari va usullarni joriy etish – bu:

- A. Mahsulotli innovatsiya
- B. Bazisli innovatsiya
- C. Qo‘poruvchi innovatsiya
- D. Jarayonli innovatsiya*
- E. Lokal innovatsiya

28. Quyidagilardan qaysi biri beshinchi texnologik ukkladni anglatadi?

- A. Mexanik tizimlar
- B. Bug‘dan foydalanishga asoslangan texnologiyalar
- C. Biotexnologiya, kompyuterlashtirish, elektronika*
- D. Elektr tokidan foydalanishga asoslangan texnologiya
- E. Avtomatlashtirishga asoslangan texnologiya

29. Y. Shumpeterning tadbirkorlik va innovatsiyalar nazariyasining asosiy qoidalari innovatsion rivojlanishning qaysi bosqichiga to‘g‘ri keladi?

- A. 1-bosqich: XIX asr oxiri – XX asrning 30-yillari*
- B. 2-bosqich: XX asrning 40-70 yillari o‘rtalarida
- C. 3-bosqich: XX asrning 70-yillari oxiri – XXI asr boshlari
- D. XX asrning 80-yillari
- E. XX asrning 90-yillari

30. Innovatsion faoliyatni boshqarish funksiyalarining taraqqiy etishi innovatsiyalar rivojlanishining qaysi bosqichiga to'g'ri keladi?

- A. 1-bosqich: XIX asr oxiri – XX asrning 30-yillari
- B. 2-bosqich: XX asrning 40-70 yillari o'rtalarida*
- C. 3-bosqich: XX asrning 70-yillari oxiri – XXI asr boshlari
- D. XX asrning 80-yillari
- E. XX asrning 90-yillari

31. Innovatsion jarayonning to'g'ri ta'rifini toping.

- A. Yangi mahsulot namunasini yaratish jarayoni
- B. Mahsulotni o'zlashtirish va ishlab chiqarish jarayoni
- C. Mahsulotni keng yoyish jarayoni
- D. Ilmiy g'oyalarning innovatsiyaga (yakuniy mahsulotga) aylanishi va uning keyinchalik keng tarqalish (diffuziya) jarayonidir
- E. Yangi mahsulotni tijoratlash tirish jarayon

32. Innovatsion jarayon o'z ichiga nechta zaruriy bosqichni qamrab oladi?

- A. 3 ta
- B. 4 ta
- C. 2 ta*
- D. 5 ta
- E. 1 ta

33. Quyidagilardan qaysi biri innovatsion jarayon birinchi bosqichining mazmunini ifodalaydi?

- A. Yangi mahsulot namunasini yaratish jarayoni*
- B. Ilmiy tadqiqot ishlanmalari
- C. Tajriba-konstruktorlik ishlari
- D. Mahsulotni o'zlashtirish va ishlab chiqarish
- E. Mahsulotni tijoratlash tirish

34. Innovatsion jarayon ikkinchi bosqichining mazmuni qaysi tasdiqda to'g'ri bayon qilingan?

- A. Yangi mahsulotni o'zlashtirish
- B. Yangi mahsulot namunasini yaratish
- C. Tajriba tariqasida ishlab chiqarishni tashkil etish
- D. Ilmiy tadqiqot ishlanmalarini izchil amalga oshirish
- E. Yangi mahsulotni ishlab chiqarish va tarqatish jarayoni*

35. Korxonaning o'zida innovatsiyalarning yaratilishi va ulardan foydalanish innovatsion jarayonning qaysi shaklini ifodalaydi?

- A. Oddiy korxonada ichida (natural)*
- B. Oddiy korxonalararo (tovar)
- C. Kengaytirilgan
- D. A va B javoblar to'g'ri
- E. B va C javoblar to'g'ri

36. Innovatsion jarayon qaysi shaklida yangi mahsulot (innovatsiya) oldi-sotdi obykti sifatida chiqadi?

- A. Oddiy korxonada ichida (natural)
- B. Oddiy korxonalararo (tovar)*
- C. Kengaytirilgan
- D. A va B javoblar to'g'ri
- E. B va C javoblar to'g'ri

37. Yangi innovatsion ishlab chiqaruvchilarning paydo bo'lishi innovatsion jarayon qaysi shaklida ro'y beradi?

- A. Oddiy korxonada ichida (natural)
- B. Oddiy korxonalararo (tovar)
- C. Kengaytirilgan*
- D. A va B javoblar to'g'ri
- E. B va C javoblar to'g'ri

38. Diffuziya nima?

A. G'oyalarning innovatsiyaga aylanishi
B. Mahsulot namunasi yaratilishi
C. O'zlashtirilgan innovatsiyalardan yangicha sharoitda yoki yangi joylarda foydalanish*

- D. Yangiliklarni joriy qilish
- E. Innovatsiya jarayoni

39. Innovatsiyalar diffuziyasi nima?

A. Yangiliklarning joriy qilinishi
B. Innovatsiya jarayoni
C. G'oyalarning innovatsiyaga aylanish jarayoni
D. Mahsulot namunasi yaratilishi
E. Yuqori foyda olish ilinjida novatorning ortidan yangiliklarni amaliyotga joriy etuvchi immitatorlar sonining kumulyativ ko'payishi*

40. Innovatsion jarayonning asosiy subyektlari – bu:

- A. Novatorlar
- B. Immitatorlar
- C. Novatorlar va immitatorlar*
- D. Ixtirochilar
- E. Ilk retsipientlar (pionerlar)

41. "Novatorlar" tushunchasining to'g'ri ta'rifini toping.

- A. Yangiliklarni yaratuvchilar, ilmiy-texnik bilimlar generatorlari*
- B. Ixtirochilar
- C. Yangiliklarni o'zlashtirib, joriy qiluvchilar
- D. Innovatsiyalarni o'zlashtiruvchilar
- E. Ilmiy tadqiqot bilan shug'ullanuvchilar

42. Innovatsiyalarni birinchilardan bo‘lib o‘zlashtirgan va mahsulotini bozorga olib chiqilishini tezlashtirish orqali qo‘shimcha daromad olishga harakat qiluvchi (“pioner”) lar qanday atalgan?

- A. Novatorlar
- B. Ixtirochilar
- C. Immitatorlar
- D. Ilk retsiptiyentlar*
- E. Tadbirkorlar

43. Qo‘shimcha foyda olish maqsadida ishlab chiqarishga yangiliklarni birinchilardan joriy qilgan kompaniyalar qanday nomlanadi?

- A. Novatorlar
- B. Ixtirochilar
- C. Immitatorlar
- D. Ilk retsiptiyentlar
- E. Ilk ko‘pchilik*

44. Innovatsion jarayon g‘oyaning fundamental, amaliy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlanmalar, marketing, ishlab chiqarish va sotish orqali bosqichma-bosqich tijoriy mahsulotga aylanish jarayoni sifatida qarovchi gipoteza qanday nomlanadi?

- A. “Texnologik turtki” gipotezasi (fandan bozorga)*
- B. “Bozor talabi bosimi” gipotezasi (bozor ehtiyojidan fanga)
- C. “Interfaol model” gipotezasi (yuqoridagi ikki modelni o‘z ichiga oluvchi dual model)
- D. Evolutsion rivojlanish gipotezasi
- E. Texnik ukladlar gipotezasi

45. Ilmiy g‘oyalarni amalga oshirish bosqichlarining (“Bazaviy ishlanmalar – injinering – ishlab chiqarish – marketing – sotish”) qat’iy ketma-ketligi innovatsion jarayonning qanday modelini tavsiflaydi?

- A. Bozor bosimi modeli
- B. Chiziqli modeli*
- C. Muvozanatlashgan model
- D. Optimallashtirilgan model
- E. Interfaol model

46. Qaysi modelda fan va ishlab chiqarish o‘rtasidagi murakkab munosabatlar hamda iste’molchi va uning ehtiyojlari hisobga olinmaydi?

- A. Bozor bosimi modeli
- B. Chiziqli modeli*
- C. Muvozanatlashgan model
- D. Optimallashtirilgan model
- E. Interfaol model

47. Bozor talabi va innovatsion salohiyatning oʻsishi (bozor ehtiyoji – rivojlanish – ishlab chiqarish – sotish) qanday modelda ifodalanadi?

- A. Bozor bosimi modeli*
- B. Chiziqli modeli
- C. Muvozanatlashgan model
- D. Optimallashtirilgan model
- E. Interfaol model

48. Qaysi model kompaniya ichki funksiyalari birlashuvini taqozo qiluvchi texnologiya va bozor bilan aloqalarni ifodalaydi?

- A. Bozor bosimi modeli
- B. Chiziqli modeli
- C. Muvozanatlashgan model
- D. Optimallashtirilgan model
- E. Interfaol model*

49. “Yopiq innovatsiyalar” modeliga quyidagi omillardan qaysi biri taʼsir koʻrsata olmaydi?

- A. Bilimlar jamiyatiga oʻtish
- B. Koʻp oʻlchamli bilimlarning paydo boʻlishi
- C. Ochiq intellektual mulk bozorining faol rivojlanishi
- D. Sotish hajmi va foyda miqdorining oʻsishi*
- E. Malakali kadrlar mobilligining doimiy oʻsib borishi

50. Quyidagilardan qaysi biri “yopiq innovatsiyalar” ga ega boʻlgan kompaniyalarning asosiy xususiyatiga kirmaydi?

- A. Gʻoyalarning asosiy qismi oʻziga tegishli
- B. Xodimlar mobillik darajasi pastligi, ventur kapital hajmining kichikligi
- C. Yangi kompaniyalarning nisbatan kamligi va ularning zaifligi
- D. Kompaniyalar faoliyatida universitetlar oʻrnining ahamiyatsiz darajadaliigi
- E. Kompaniya faoliyatida tashqi gʻoyalardan keng foydalanish*

51. Quyidagilardan qaysi biri ochiq innovatsiyalarga ega kompaniyalarning asosiy xususiyatlariga kirmaydi?

- A. Kompaniya faoliyatida tashqi gʻoyalardan keng foydalanish
- B. Xodimlar mobillik darajasi yuqorligi
- C. Ventur kapitalining faol ishtiroki
- D. Yangi kompaniyalar soni koʻpligi, universitetlar bilan yaqindan hamkorlik
- E. Ventur kapital hajmining kamligi*

52. Yopiq innovatsion modelga yaqinroq tarmoqni toping.

- A. Qazib oluvchi sanoat tarmoqlari
- B. Qayta ishlovchi sanoat tarmoqlari
- C. Qishloq xoʻjaligi, oʻrmon xoʻjaligi

- D. Oziq-ovqat va yengil sanoat
- E. Atom energetikasi sanoati, harbiy sanoat kompleksi*

53. Quyidagilardan qaysi biri ochiq innovatsiyalarni rivojlantirishning strategik yo‘llaridan emas?

A. Ilmiy tadqiqot va ishlanmalarni amalga oshirishni umumiy fondga birlashtirish

B. Innovatsion mahsulotning tarkiblarini alohida kompaniyalar tomonidan ishlab chiqish

C. Ommaviy innovatsion mahsulotlarni yaratishda foydalaniladigan ishlanmalarni erkin sotish

D. Yirik firmalarda innovatsiya sohasida qaror qabul qilishda byurokratik to‘siqlarni sezilarli darajada kamaytirish

E. Kompaniya ichki imkoniyatlaridan foydalanish darajasini oshirish*

54. Quyidagi tasdiqlardan qaysi biri innovatsion g‘oya ixtirolari va ilg‘or texnologiyalarning yo‘qotilishi xavfini kuchaytiradi?

A. Yaratilgan ishlanmalar va ilmiy tadqiqot ishlarining natijalaridan o‘z vaqtida foydalanmaslik*

B. Ixtiro va texnologiyalarni sotish

C. Innovatsiyalarni tijoratlashtirish

D. Texnologiyalarning bozorga muvaffaqiyatli kirishini ta‘minlash

E. Texnologiyalarni xalqaro ayirboshlash

55. Innovatsiyalarni ishlab chiqish va tijoratlashtirish jarayonida kompaniya imkoniyatlari bilan bog‘lashning o‘ziga xos tuzilmasi qanday nomlanadi?

A. Innovatsion biznes model*

B. Bozor bosimi modeli

C. Chiziqli model

D. Interfaol model

E. Ochiq innovatsiyalar modeli

56. Innovatsion menejmentda iqtisodiy faoliyatini yo‘lga qo‘yishda jamoaviy usullarning afzalligi qanday muammolarni hal qilishda ko‘rinadi?

A. Barcha vazifalarni majmualiy to‘la-to‘kis bajarilishini ta‘minlaydi

B. Biznes loyihalarning samaradorligini va natijaviyligini belgilab beradi

C. Xalqaro loyihalarni amalga oshirish imkonini beradi

D. Korporativ boshqarish strategiyasini ishlab chiqishni osonlashtiradi

E. Yuqoridagi barcha muammolarini

57. Qanday kompaniyalarda jamoaning asosiy qismi tabiiy-ilmiy fanlar, tadqiqotchilik, muhandislik sohasi mutaxassis tashkil topadi?

A. Ixtisoslashgan kompaniyalar

B. Aksionerlik jamiyatlarida

C. Yuqori texnologik kompaniyalar

- D. Davlat korxonalari
 - E. Qo‘shma korxonalar
58. Quyidagilardan qaysi biri ilmiy tadqiqot sohasiga tegishli emas?
- A. Fanda muvaffaqiyatga erishgan har bir xodimning shaxsiy qobiliyatiga kasbiy tayyorgarligiga va ko‘nikmalariga bog‘liq
 - B. Tadqiqotchi jamoatchilikni yangi bilim va ixtirolardan xabardor qilishga intiladi
 - C. Hodisa yoki jarayonning asl mohiyatini ochib beradi
 - D. Ilmiy tadqiqot rivojlanish muqobilligini oshirish, tuzilmani murakkablashtirishga yo‘naltiriladi
 - E. Boshqaruv qarorlari o‘zaro kelishuv asosida qabul qilinadi
59. Quyidagilardan qaysi biri biznes faoliyatiga tegishli emas?
- A. Muvaffaqiyat ko‘p jihatdan xodimlar, bo‘limlar ishining yaxshi yo‘lga qo‘yilishiga bog‘liq
 - B. Muvaffaqiyat boshqaruv qarorlarining o‘zaro kelishuv asosida qabul qilinishiga bog‘liq
 - C. Biznesda istiqboli bo‘lgan ixtirolar axborotning tarqalib ketishidan himoya qilinadi
 - D. Qadriyat, foyda, biznes jarayonlar samaradorligi
 - E. Qadriyat, hodisa yoki jarayonlarning asl mohiyatiga yetishish
60. Quyidagilardan qaysi biri samarali biznesni to‘laroq ifodalaydi?
- A. Biznes jarayonlarni arzonlashtirish
 - B. Biznes jarayonlarni takomillashtirish
 - C. Biznes jarayonlarni standartlashtirish
 - D. Innovatsion faoliyatni yangilab borish
 - E. Xarajatlarni doimiy pasaytirish hisobiga eng yuqori foydaga ega bo‘lish
61. Mehnatni ijtimoiy-ruhiy jihatdan tashkil etish – bu?
- A. Mehnat natijalari bo‘yicha rag‘batlantirish
 - B. Jamoada bir-birini qo‘llab-quvvatlash
 - C. Jamoada ijodiy muhit yaratish, xodimlarning birgalikdagi faoliyatini yo‘lga qo‘yish
 - D. Beg‘araz o‘zaro hamkorlik
 - E. Xodimlarning iqtisodiy faolligini oshirish
62. “O‘z-o‘zini yo‘naltiruvchi ishchi jamoa” – bu?
- A. Mehnat jamoasi
 - B. Tadbirkorlik jamoasi
 - C. Mulkchilikning turli shakllari
 - D. Ishni bajarish uchun zarur bo‘lgan barcha bilim, ko‘nikma, vakolat va majburiyatlarga ega bo‘lgan xodimlar guruhi

E. Aniq natijaga erishish maqsadida javobgarlik va jarayonni amalga oshirish bilan bog‘liq bo‘lgan operatsiyalarni o‘zaro taqsimlovchi shaxslar guruxi

63. “Jamoa komandasi” – bu?

A. Maqsadi bir kishilar guruhi

B. Umumiy vazifalarni birgalikda amalga oshiruvchilar

C. Alohida mas’uliyat doirasida birlashganlar

D. O‘ziga xos yakdillik ruhida birlashgan guruhlar

E. Umumiy maqsad va vazifalarga yagona yondashuv, alohida mas’uliyat doirasida birlashgan, bir-birini to‘ldirib turuvchi ko‘nikmalarga ega xodimlar guruhi

64. Jamoa ishining salbiy jihatlarini aniqlang?

A. Jamoa qarorlarini ishlab chiqish va qabul qilish

B. Noan’anaviy yechimlar ishlab chiqish va “Yechimlar jamlanma”sini yaratish

C. Umumiy natijada javobgarlik bir-birin qo‘llab-quvvatlash

D. Kasbiy mahorat asosiy talab sifatida qo‘yilishi

E. Qaror qabul qilishining uzoq davrni olishi

65. Jamoa ishining ijobiy jihatini toping?

A. “Yuqoridan” doimiy nazoratni amalga oshirish talab etilmaydi

B. Jamoani yaratish ko‘p vaqt va boshqa resurslar talab etuvchi jarayon

C. Qaror qabul qilish uchun ko‘p vaqt talab etiladi

D. Jamoa a’zolarining bir-biriga mos kelishlariga alohida e’tibor qaratish talab etiladi

E. O‘ziga xos jamoalarni nusxalashtirish mumkin emas

66. Jamoada ishlashning “Sharq” mentalitetiga xos jihatni aniqlang?

A. Qonunga asoslanib ish ko‘radi

B. O‘yin qoidalariga asoslanadi

C. Barcha a’zolari birdek bo‘ysunuvchi an’analar ustun mavqega ega

D. Yuqori ish samaradorligiga ega bo‘ladi

E. O‘zaro ishonch asosiy qadriyat hisoblanadi

67. An’anaviy menejmentga xos bo‘lmagan jihatni toping?

A. Maqsadlarni rahbar belgilab beradi va nazorat qiladi

B. Natijaga javobgarlik rahbar zimmasiga yuklatiladi

C. Ish bo‘yicha javobgarlik qat’iy belgilab quyiladi

D. Rasmiy munosabatlarga asoslanadi

E. Maqsadlar muhokamalar natijasida vujudga keladi

68. Jamoa menejmentiga xos bo‘lmagan jihatni toping?

A. Maqsadlar shaxsiy maqsad sifatida qabul qilinadi

B. Javobgarlik har bir a’zoga yuklatiladi

C. Umumiy natija uchun javobgarlik ixtisoslashuviga bog‘liq

D. Norasmiy munosabatlarga asoslanadi

- E. Maqsadga erishishga rahbar mas'ul hisoblanadi
69. Innovatsion startapdagi jamoada kim "ixtirosi"lik mavqeiga ega?
- Lider(yetakchi)
 - Intellektual kreator
 - Muzokara olib beruvchi
 - Ijrochi
 - Menejer-ijrochi
70. Jamoani shakllantirish qaysi vazifalardan kelib chiqib belgilanadi ?
- Texnik tavsifga ega oddiy vazifalar
 - Mavhumlikning me'yordagi darajasi bilan tavsiflanuvchi odatiy vazifalar
 - Barcha uchun manfaatli nisbatan murakkab vazifalar
 - Mavhumlik darajasi yuqori bo'lgan vazifalar
 - Yuqoridagi barcha vazifalar bilan
71. Intellektual va ishlab chiqarish jamoalarni farqlantiruvchi qaysi mezon xodimlarning kasbiy mahoratini anglatadi?
- Ish va jarayonlar tavsifi
 - Vazifani qo'yilishi
 - Rag'batlantirish shakli
 - Malaka
 - Ijodiy salohiyat
72. Qaysi jamoada a'zolar javobgarlikni o'z zimmasiga oladi va qo'yilgan maqsadga erishishga mutlaq mas'ul hisoblanadi?
- Ishchi guruh
 - Psevdo jamoa
 - Potensial jamoa
 - Real jamoa
 - Yuqori samarali jamoa
73. Jamoalarni tiplarga ajratishning qaysi mezoni xodimlarning ixtisoslashuvini bildiradi?
- Xodimlar toifasi
 - Maqsad va vazifalari
 - Faoliyat davomiyligi
 - Boshqarish va ishni tashkil etish
 - Maqsadga erishish yo'llari
74. Innovatsion biznes rivojlanishining qaysi bosqichi dastlabki natijalarni anglatadi?
- Ekishdan oldingi bosqich(pre-seed)
 - Ekish bosqichi (seed)
 - Startar (start-up)
 - Ilk o'sish (early stage)
 - Kengayish va chiqish (expansion, exit)

75. Guruhning jamoaga aylanishidagi qaysi bosqich innovatsion biznesning rivojlanishini anglatadi?

- A. Tanishish
- B. Qaynoq munosabatlar
- C. Ish yuritish
- D. O'zgarish

76. Quyidagilardan qaysi biri innovatsion loyiha jamoasi ishtirokchisi emas?

- A. Tadbirkor
- B. Ixtirochi
- C. Investor
- D. Personal
- E. Ijodkor

77. Quyidagilardan qaysi biri tadbirkorning maqsad va vazifalariga kirmaydi?

- A. O'z biznesiga ega bo'lish
- B. O'z dunyosini yaratish va unga xo'jayin bo'lish
- C. Foyda olish
- D. Ta'sir doirasi kengayishi va e'tirofga erishish
- E. Ilmiy muammolar yechimini topish

78. Quyidagilardan qaysi biri ixtirosi maqsad va vazifalariga kirmaydi?

- A. Tavakkalchilikdan zavq olish
- B. Ilmiy muammoning yechimini topish
- C. Yangi g'oyalar yaratish
- D. Ilmiy qiziqishni qondirish
- E. Olimlar e'tirofiga sazovor bo'lish

79. Investorning maqsadi – bu?

- A. Inson ehtiyojlarini qondirish
- B. Katta foydaga ega bo'lish
- C. O'z biznesini yaratish
- D. Yangi g'oyalar yaratish
- E. Tavakkalchilik bilan ish yuritish

80. Moddiy rag'batlantirish turini toping?

- A. E'tibor
- B. Maqtov
- C. Bonus
- D. O'zini ro'yobga chiqarish
- E. Qiziqtirish

81. Erkin ijod qilishlari uchun zaruriy shart-sharoitlar yaratish va imtiyozlar berish kimni motivatsiyalashga qaratiladi?

- A. Tadbirkorni
- B. Ixtirochi

- C. Investorni
 - D. Personalni
 - E. Barchani
82. Qaysi holda xodimning jamoada qolish ehtimoli juda ham past?
- A. Ishlash uchun kelganda
 - B. O'ziga maqbul ish topa olmaganida
 - C. Maoshdan boshqa hamma narsa qanoatlantirganda
 - D. Hech narsa qanoatlantirmaganida
 - E. Raxbariyat xodimning muammosini hal qilganda
83. Motivatsiyalash orqali xodimning qanday ehtiyoji qondiriladi?
- A. Ijtimoiy
 - B. Ruhiy
 - C. Fizologik
 - D. Moddiy
 - E. Barchasi
84. Motivatsiyaning ta'rifini toping?
- A. Moddiy rag'batlantirish
 - B. Xodimlar ehtiyojini qondirish
 - C. Xodimning ish natijalaridan manfaatdorligini ta'minlash
 - D. Shaxsiy ehtiyoj va maqsadlarni bog'lash
 - E. Xodimlarni shaxsiy va jamoa maqsadlariga erishishlariga undash
85. Dastlabki hunarmandchilik markazlari, guzarlari va mahallalari qaysi davrda vujudga kelgan?
- A. VIII-IX asrlarda
 - B. X-XII asrlarda
 - C. XVII-XVIII asrlarda
 - D. XIX asrda
 - E. XX asr oxirida
86. Dastlabki sanoat artellari qaysi davrda paydo bo'lgan?
- A. VIII-IX asrlarda
 - B. X-XII asrlarda
 - C. XVII-XVIII asrlarda
 - D. XIX asrda
 - E. XX asr oxirida
87. Kompaniyaning operatsion faoliyati deyilganda nima tushuniladi?
- A. Tashqi iqtisodiy faoliyati
 - B. Eksport faoliyati
 - C. Qimmatli qog'ozlar bilan operatsiyalari
 - D. Savdo-sotiq operatsiyalari
 - E. Mahsulot ishlab chiqarish va sotish, xizmatlarni taqdim etish, ishlarni bajarish bilan bog'liq faoliyati

88. Moliyaviy oqimlarni kompaniya faoliyatining samaradorligini oshirishga yoʻnaltirish kimning vazifasi?

- A. Ish boshqaruvchining
- B. Xodimlarning
- C. .Moliyachining
- D. Tadbirkorning
- E. Mulkdorning

89.Dividend siyosatini belgilash, foiz toʻlovlarining optimal sxemasini ishlab chiqish, oddiy aksiyalarni soʻndirish va kompaniya kapitali qiymatini oshirish bilan kim shugʻullanadi?

- A. Ish boshqaruvchi
- B. Xodimlar
- C. .Moliyachi
- D. Tadbirkor
- E. Mulkdor

90.Korporativ moliya nazariyasiga koʻra kompaniyaning barcha pul oqimlari bu- ?

- A. Operatsion faoliyatdan olinuvchi pul
- B. Investitsion faoliyatdan olinuvchi pul
- C. Moliyaviy faoliyatdan olinuvchi pul
- D. A va B toʻgʻri
- E. .A, B, C toʻgʻri

91.Yangi tashkil etilayotgan biznesda tadbirkorning asosiy vazifasi nimadan iborat?

- A. Dividend siyosatini belgilash
- B. Foiz aktivlarini amalga oshirish
- C. Kompaniya kapitali tarkibiy tuzilmasini qayta koʻrib chiqish
- D. .Moliyalashtirishga mablagʻlar topish va ularni jalb qilish
- E. Mehnat jamoasini shakllantirish

92.Quyidagilardan qaysi biri yangidan tashkil etilgan korxonaning bozorda muvaffaqiyatli faoliyat koʻrsatish ehtimolini oshiradi?

- A. Moliyalashtirishning maqbul manbalarini tanlab olish
- B. Xarajatlar va daromadlar tarkibini rejalashtirish
- C. Kompaniya biznes modelini tahlil qilish
- D. Moliyaviy strategiyani puxta ishlab chiqish
- E. .Yuqoridagilarni barchasi

93.Kompaniya hayotiylik siklining qaysi bosqichida moliyaviy resurslar oqimi eng yuqori darajaga chiqadi?

- A. Rivojlanishning dastlabki bosqichida
- B. Ilk bosqichida
- C. .Kengaytirish rivojlantirish bosqichida
- D. Susayish (oʻlim) bosqichida

- E. Yuqoridagi barcha bosqichlarda
94. Innovatsion biznesda boshlang'ich sarmoya yoki ustav kapitali nima uchun investitsiyalarni moliyalashtirishning asosiy manbai bo'la olmaydi?
- A. .U doimo me'yorda saqlanib turishi lozim aks holda korxonaga tugatiladi
 - B. Moliyalashtirish uchun yetarli emas
 - C. Aksiyadorlar mablag'i bo'lgani sababli
 - D. Yuqoridagi barcha sabablarga ko'ra
95. Quyidagilardan qaysi biri investitsion loyihalarni moliyalashtirish manbai emas?
- A. Venchur fondlar
 - B. Biznes farishtalar
 - C. Universitet mablag'lari
 - D. Biznes inkubatorlar, texnopark mablag'lari
 - E. .Ustav kapitali
96. Investorning pirovard maqsadi nima?
- A. Biznesni yo'lga qo'yish
 - B. Ilk o'sishni ta'minlash
 - C. Rentabellikni o'stirish
 - D. .Foyda olish
 - E. Kompaniya bozor qiymatini oshirish
97. Investordlardan "chiqish" qanday yo'llar (usullar) orqali amalga oshiriladi?
- A. Investorning kompaniyadagi ulushini to'g'ridan-to'g'ri sotish
 - B. Investorning kompaniyadagi ulushini hisobdan chiqarish
 - C. Imtiyozli aksiyalarda qarzlarni to'lab berish
 - D. Investorning kompaniyadagi ulushini venchur kapitali egasiga yoki moliya muassasiga sotish
 - E. .Yuqoridagi barcha usullar
98. Innovatsion kompaniyalar rivojlanishini moliyalashtirish manbalari qaysi bosqichlarda farq qiladi?
- A. Ekish bosqichida
 - B. Startup bosqichida
 - C. Ilk o'sish bosqichida
 - D. Kengayish bosqichida
 - E. Dastlabki va keyingi bosqichida
99. Innovatsion kompaniyalar rivojlanishining "ekish bosqichida" moliyalashtirishning real manbaini toping?
- A. .Shaxsiy jamg'armalar
 - B. Grantlar, OTMlar mablag'lari
 - C. Biznes inkubator mablag'lari
 - D. Tadbirkorlik tanlovlari mablag'lari

- E. Biznes farishta mablag‘lari
100. Innovatsion kompaniyalar rivojlanishining “ Startup” bosqichida moliyalashtirishning birmuncha jozibador manbaini toping?
- A. .Shaxsiy jamg‘armalar
 - B. Grantlar, OTMlar mablag‘lari
 - C. Biznes inkubator mablag‘lari
 - D. Tadbirkorlik tanlovlari mablag‘lari
 - E. Biznes farishta mablag‘lari
101. Innovatsion kompaniyalar rivojlanishining “ Ilk o‘shish” bosqichida moliyalashtirishning barqaror manbaini toping?
- A. Shaxsiy jamg‘armalar
 - B. Grantlar, OTMlar mablag‘lari
 - C. Biznes inkubator mablag‘lari
 - D. Tadbirkorlik tanlovlari mablag‘lari
 - E. .Biznes farishta mablag‘lari
102. Quyidagilardan qaysi biri innovatsion kompaniyalar rivojlanishining “kengayish” bosqichida moliyashtirishning real manbai emas ?
- A. .Venchur fondlar va to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar
 - B. Strategik sheriklar mablag‘lari
 - C. Fond bozorlari mablag‘lari
 - D. Bank kreditlari
 - E. To‘g‘ri javob yo‘q
103. Belgilangan muddatlarda muayyan aniq maqsadlarga erishishini ta’minlash uchun qaytarilmaslik sharti bilan ajratiluvchi mablag‘lar qanday nomlanadi?
- A. OO‘Y mablag‘lari
 - B. Biznes inkubator mablag‘lari
 - C. Aholi shaxsiy jamg‘armalari
 - D. Texnologiyalar transferi markazlari mablag‘lari
 - E. .Grant mablag‘lari
104. Grantlar soliqqa tortilmaydigan talablarni toping?
- A. Beg‘araz va qaytarib bermaslik asosida taqdim etilsa
 - B. Notijorat tashkilotlar tomonidan taqdim etilsa, davlat dasturlarini hal etish uchun berilsa
 - C. Davlat dasturlarini hal etish uchun berilsa
 - D. Pul sarflashning maqsadini tasdiqlovchi hisoboti taqdim qilinsa
 - E. .Yuqoridagilarni barchasi to‘g‘ri
105. Hech qanday garov tanimotsiz yuqori o‘shish suratiga ega bo‘lgan kompaniyalarni shaxsiy mablag‘lari hisobidan moliyashtiradigan badavlat shaxslar “ qanday nomlanadi
- A. Biznes inkubatorlar
 - B. Grantlar

- C. .Biznes farishtalar
- D. Vengur fandlar
- E. Stratetegik sheriklar

106.Kapital va kompaniya egalarining yuqori daromad harakatlarini amalga oshirishdagi hamkorligi qanday nomlanadi.

- A. Shaxsiy jamg'armalar hisobiga nomlashtirish
- B. Trantlar hisobiga moliyalashtirish
- C. OTM mablag'lari hisobiga
- D. .Venchurli moliyalashtirish hisobi
- E. Biznes farishta mablag'laridan moliyalashtirish.

107.Venchurli moliyalashtirishga xos bo'lmagan xususiyatni toping

- A. Beg'araz beriladi
- B. Foizsiz taqdim etiladi.
- C. Ta'minot talab qilinmaydi.
- D. Muddati tugaguncha qaytarib olinmaydi
- E. .Kafillik asosida beriladi.

108.Quyidagilardan qaysi biri venchur kapital hisobiga moliyalashtirishning xususiyatlaridan emas?

- A. Noaniqlik va rizk darajasi yuqoriligi
- B. Foiz va ta'minoti shartlari qo'yilmasligi
- C. Yuqori ilmiy-texnologik-loyihalarga kiritilishi.
- D. Daromadligiga qarab tarmoqlararo taqsimlanishi
- E. Kredit sifatida rasmiylashtiradi.

109.Yangi kompaniyalarga sarmoya ishlatadigan turli tomonlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni belgilovchi va kelib chiqishi mumkin bo'lgan nizolarning oldini olishga qaratilgan bitim qanday nomlanadi?

- A. Mehnat shartnomasi
- B. Savdo shartnomasi
- C. Eksport bitimi
- D. Investitsion bitim
- E. Biznes reja

110.Venchurli kompaniyasida tadbirkor va investor manfaatlari va maqsadlari.

- A. Bir xil bo'ladi
- B. .Turlicha bo'lishi mumkin
- C. Uyg'unlashadi
- D. Kesishadi
- E. Farq qilmaydi

111.Quyidagilardan qaysi biri tadbirkorning maqsadini ifodalamaydi.

- A. Muvaffaqiyatli biznesni yo'lga qo'yish
- B. .Kelishilgan muddatda loyihadan chiqish

- C. Biznes uchun maqbul moliyalashtirish manbaiga ega bo‘lish
- D. Biznesni rivojlantirish uchun hamkorlik aloqalarini o‘rnatish
- E. Biznesda katta ulushga ega bo‘lish va nazorat qilish

112. Quyidagilardan qaysi biri investor manfaatini ifodalamaydi ?

- A. Foizli daromadni maksimallashtirish
- B. Investitsiyalardan maqsadli foydalanishni ko‘zlab berish
- C. Kelishilgan muddatlarida loyihadan chiqish
- D. Biznes uchun maqul moliyashtirish manbaga ega bo‘lish
- E. Investitsiya bozorda obro‘ va mavqega ega bo‘lish

113. Investitsion bitimlar tuzishda ko‘zda tutilgan maqsadlardan qaysi birida innovatsion kompaniyani shakllantirishning moliyaviy jihatlarni aks etadi

- A. Aktivlarning turi va kapital tarkibi
- B. Ovoz berish huquqi
- C. Direktorlar kengashi
- D. Korporativ boshqaruv
- E. Barcha javoblar to‘g‘ri

114. Innovatsiyalarni tijoratlashtirishdan keladigan foyda to‘g‘risida matematik hisob-kitoblar asosida rasmiylashtirilgan hujjat qanday nomlanadi?

- A. Innovatsion biznes reja
- B. Innovatsion loyiha
- C. Innovatsion shartnoma
- D. Innovatsion dastur
- E. Innovatsion strategiya

115. Innovatsion loyiha tavakkalchiligi nima?

- A. Kutilayotgan va haqiqiy natija o‘rtasidagi farq
- B. Foyda olishning kafolatlanmaganligi
- C. Biznesdagi xavf-xatarlar
- D. Foyda olishga qaratilgan harakat
- E. Loyihani amalga oshirishdagi xavflar

116. Quyidagi innovatsion tavakkalchiliklardan qaysi biri bevosita innovatsion loyiha samaradorligini pasayishiga sabab bo‘ladi?

- A. Innovatsion loyihani noto‘g‘ri tanlash va kerakli darajada moliyaviy mablag‘lar bilan ta‘minlay olmaslik oqibatida kelib chiqadigan tavakkalchilik
- B. Zarur resurslar bilan joriy ta‘minlash marketing va xo‘jalik shartnomalarining bajarilmaslik tavakkalchiligi
- C. Ko‘zda tutilmagan xarajatlarning kelib chiqishi va daromadlarning pasayish tavakkalchiligi
- D. Raqobatning kuchayish tavakkalchiligi
- E. Innovatsion loyihaning mulkiy huquqini ta‘minlash bilan bog‘liq tavakkalchilik

117. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining barcha bosqichlariga xos tavakkalchilik turini aniqlang.

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Innovatsion loyihalarni tanlashdagi xatoliklar

C. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

D. Marketing tavakkalchiligi

E. Bozor tavakkalchiligi va mahsulotning iste'molchilar tomonidan qabul qilinmaslik tavakkalchiligi

118. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining birinchi bosqichidagi asosiy tavakkalchilik turini aniqlang.

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Innovatsion loyihalarni tanlashdagi xatoliklar

C. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

D. Marketing tavakkalchiligi

E. Bozor tavakkalchiligi va mahsulotning iste'molchilar tomonidan qabul qilinmaslik tavakkalchiligi

119. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining ikkinchi bosqichidagi asosiy tavakkalchilik turini aniqlang.

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Innovatsion loyihalarni tanlashdagi xatoliklar

C. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

D. Marketing tavakkalchiligi

E. Bozor tavakkalchiligi va mahsulotning iste'molchilar tomonidan qabul qilinmaslik tavakkalchiligi

120. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining uchinchi bosqichidagi asosiy tavakkalchilik turini aniqlang.

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Innovatsion loyihalarni tanlashdagi xatoliklar

C. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

D. Marketing tavakkalchiligi

E. Bozor tavakkalchiligi va mahsulotning iste'molchilar tomonidan qabul qilinmaslik tavakkalchiligi

121. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining ishlab chiqarish bosqichidagi asosiy tavakkalchilik turini aniqlang.

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Innovatsion loyihalarni tanlashdagi xatoliklar

C. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

D. Marketing tavakkalchiligi

E. .Bozor tavakkalchiligi va mahsulotning iste'molchilar tomonidan qabul qilinmaslik tavakkalchiligi

122. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining qaysi bosqichida bozor tavakkalchiligi o'sib, ijro etish bilan bog'liq tavakkalchilik yuqoriligiga qolib, mahsulot sifatini ta'minlash bilan bo'g'liq tavakkalchilik yuzaga keladi?

A. 1-bosqich g'oyalarni saralab olish

B. 2-bosqich konseptual g'oyalarni shakllanishida

C. 3-bosqich loyihani texnik iqtisodiy asoslash bosqichida

D. 4-bosqich ishlab chiqarish bosqichida

E. 5- bosqich sinov sotishlari bosqichida

123. Innovatsion loyiha siklining 6-faol o'sish bosqichida qanday tavakkalchilik yuzaga keladi?

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Innovatsion loyihalarni tanlashdagi xatoliklar

C. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

D. Marketing tavakkalchiligi

E. .Raqobatning kuchayish tavakkalchiligi

124. Innovatsion loyiha siklining 7-to'yinish bosqichida qanday tavakkalchilik vujudga keladi ?

A. Moliyalashtirishning yetarli darajaga ega emasligi, ko'zda tutilmagan xarajatlar

B. Texnik va ijro etish tavsifiga ega bo'lgan tavakkalchilik

C. Marketing tavakkalchiligi

D. Raqobatning kuchayish tavakkalchiligi

E. .Mahsulotning halok bo'lishi va yangi innovatsion mahsulot bilan almashtirish tavakkalchiligini

125. Innovatsion loyiha hayotiylik siklining 7-to'yinishi bosqichida jarayonlar rivojlanishining qanday variantlari mavjud bo'ladi.

A. Loyihani yopish

B. Loyihani qayta sotish

C. Eski loyihaning o'rniga uning yangi o'xshashini joriy qilish

D. Xarajatlarni qisqartirish va maqbul bo'lgan rentabellik darajasiga chiqish

E. .Yuqoridagilarning barchasi

126. Tabiiy jarayonlar bilan bog'liq bo'lmagan tavakkalchilikni toping

A. Favqulodda ro'y beradigan tabiiy ofatlar (yer qimirlashi, yong'in, suv toshqini, qurg'oqchilik, dovul va h.k) xavfi

B. Tabiiy-iqlim sharoitlar o'zgarishi bilan bog'liq xavf- xatarlar

C. Ob-havoning keskin o'zgarishi bilan bog'liq xavf

- D. Ekologiyaning buzilish xavfi
 - E. Ishlab chiqarish jarayoning izdan chiqish xavfi
127. Ishlab chiqarish jarayoniga oid bo‘lmagan tavakkalchilikni toping.
- A. Ishlab chiqarish jarayonining izdan chiqishi va resurslar ta‘minotida uzilishlar xavfi
 - B. Asosiy kapital eskirishi, ishdan chiqishi va buzilish xavfi
 - C. Sifatsiz mahsulot ishlab chiqarish xavfi
 - D. Mehmata xavfsizligiga rioya etmaslik oqibatida xodimlarning jarohat olish xavfi
 - E. Ob-havoning keskin o‘zgarishi bilan bog‘liq xavf
128. Mahsulotlarni saqlash va tashishga oid bo‘lmagan tavakkalchilikni toping?
- A. Transport vositalarida yuklarni tashish jarayonida ro‘yberishi mumkin bo‘lgan yo‘qotish
 - B. Mahsulotlarni asrash jarayonida me‘yordagi buzilishlar oqibatida yuz berish mumkin bo‘lgan buzilish va nobudchiliklar xavfi
 - C. Tovar-moddiy qiymatliklarning o‘g‘irlanish xavfi
 - D. Qiymatliklarni talon-toroj qilish oqibatida ko‘rilish mumkin bo‘lgan zararlar
 - E. Bozor konyuktursidagi o‘zgarishlar xavfi
129. Tijorat faoliyatiga oid bo‘lmagan tavakkalchilik turini toping
- A. Pulning qadrsizlanishi (inflatsiya) xavfi
 - B. Bozor konyukturasining o‘zgarishi va iste‘molchilar talabining tushib ketish xavfi
 - C. Taklif hajmining keskin oshib ketishi va mahsulotning sotilmay qolish xavfi
 - D. Raqobatga bardosh bera olmaslik xavfi
 - E. Mahsulot narxining keskin tushib ketish xavfi
130. Moliyaviy faoliyatga oid bo‘lmagan xavfini toping
- A. Bozor konyukturasidagi o‘zgarishlar xavfi
 - B. Pulning qadrsizlanishi (inflatsiya) va valuta hisob raqmidagi mablag‘larning salbiy farqlanish xavfi
 - C. Investitsion sarflarning qoplanmaslik, pul oqimlari va aylanma mablag‘lar yetishmaslik xavfi
 - D. Debitor va kreditor qarzlarning ko‘payib ketish hamda to‘lovga layoqatsizlik xavfi
 - E. Qimmatli qog‘ozlar qiymatining tushib ketish va qarzda olingan mablag‘larni qaytara olmaslik xavfi
131. Siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy xarakterga ega bo‘lmagan tavakkalchilikni toping?
- A. To‘lovga layoqatsizlik xavfi
 - B. milliy mojarolar, xarbiy to‘qnashuvlar, g‘alayonlar, terrorizm xavfi

C. ish tashlashlar, korrupsiya va jinoyatchilik xavfi
D. soliq, bojxona va boshqa me'yoriy qonunchilik hujjatlarining kutilmaganda o'zgarishi

E. iqtisodiy beqarorlik, o'sish suratlari pasayishi, eksport va import tartibining murakkablashish xavfi

132. Innovatsion loyiha samaradorligiga qaysi nuqtayi nazardan qaraladi?

A. Sotishdan olingan pul tushumlari

B. Loyiha hisobidan olingan foyda

C. Aksiyadorlar daromadi

D. A) va B) to'g'ri

E. A), B), va C) to'g'ri

133. Investitsion loyihaning umumiy samaradorligini qaysi ko'rsatkich ifodalaydi?

A. Sotishdan olingan tushum

B. Foyda

C. Aksiyadorlar daromadi

D. Sof pul oqimi

E. Kompaniyaning bozor qiymati

134. Investitsiyalarni tezkor kapitallashtirishda loyiha rahbarining e'tibori birinchi navbatda nimaga qaratiladi?

A. Foydaga

B. Loyihaning kapitallashuviga

C. Sotishdan olinadigan pul tushumiga

D. Sof pul oqimiga

E. Loyihaning bozor qiymatiga

135. Loyihaning amalga oshirilishi va uning samaradorligini nazorat qilishda foydalaniladigan "4S omil" konsepsiyasi qanday ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi?

A. Dastlabki investitsiyalar

B. Keng quloqch yoyish tezligi

C. Ko'lam samarasi

D. Qo'llab-quvvatlovchi xarajatlar

E. Yuqoridagilarni barchasi

136. Investitsion loyihalar bo'yicha pul oqimlarini diskontlashga asoslangan baholash usuli qanday nomlanadi?

A. Investitsiyalarning sof joriy qiymatini aniqlash usuli

B. Sof keltirilgan qiymatni aniqlash usuli

C. Sof diskontlangan daromadni aniqlash usuli

D. Sof zamonaviy qiymatni aniqlash usuli

E. Sof joriy qiymatni aniqlash usuli

137. Ma'lum vaqt oralig'ida qat'iy belgilangan va o'zgarmas foiz stavkasida olinadigan daromadlar va qilinadigan xarajatlar o'rtasidagi diskontlash yo'li bilan aniqlangan farqni ifodalovchi qiymat qanday nomlanadi?

- A. Sof keltirilgan qiymat
- B. Sof joriy qiymat
- C. Sof diskontlangan daromad
- D. Sof zamonaviy qiymat
- E. Sof investitsion qiymat

138. Sof joriy qiymatni aniqlash nima uchun asos hisoblanadi?

- A. Investitsion qaror qabul qilish uchun
- B. Foydani aniqlash uchun
- C. Dividendni aniqlash uchun
- D. Loyiha qiymatini baholash uchun
- E. Moliyaviy tahlikani baholash uchun

139. "Sof joriy qiymat" qanday topiladi?

- A. Daromadlar va xarajatlar farqi sifatida
- B. Sof daromadlar yig'indisi sifatida
- C. Daromadlarning sof joriy qiymatidan barcha investitsiyalarning sof joriy qiymatini ayirmasi sifatida
- D. Investitsiyalardan qo'shiladigan daromadlar yig'indisi sifatida
- E. Real foiz stavkasida olinadigan daromadlar yig'indisi sifatida

140. Pul tushumlarining diskont qiymati pul chiqimlarining diskont stavkasiga teng bo'lgandagi daromadlilik darajasi qanday nomlanadi?

- A. Sof joriy qiymat
- B. Daromadlilikning ichki me'yoriy usuli
- C. Sof keltirilgan qiymat
- D. Sof diskontlangan daromad
- E. Investitsiyalarning rentabellik usuli

141. Diskontlashtirilgan daromadlarning diskontlashtirilgan investitsiya xarajatlarga nisbatini hisoblab topishga asoslangan usul bu –

- A. Sof joriy qiymat
- B. Daromadlilikning ichki me'yoriy usuli
- C. Sof keltirilgan qiymat
- D. Sof diskontlangan daromad
- E. Investitsiyalarning rentabellik usuli

142. O'rtacha tortilgan kapital xarajatlari modeli ($WACC = r_d \times (1 - T_e) \times \frac{D}{V} + r_e \times \frac{E}{V}$) dan qanday ko'rsatkich aniqlanadi

- A. Rentabellik
- B. Sof joriy qiymat

- C. Sof keltirilgan qiymat
 - D. .Kapital xarajatlar
 - E. Sof diskontlangan daromad
- 143.Tashqi muhitdagi shiddatli o‘zgarishlar kompaniyalardan qanday o‘zgarishlarni amalga oshirishni taqozo etadi?
- A. Strategiyalarni
 - B. Aktivlarni
 - C. Uskunalarini
 - D. Texnologiyalarni
 - E. .Yuqoridagilar barchasini
- 144.Kompaniyalar nimalar hisobiga tezkor o‘shish bosqichiga erishishi mumkin?
- A. Ishlab chiqarishning yangi shakllari, mahsulotlarni tashishning yangicha usullari.
 - B. Yangi bozorlarni egallash.
 - C. Yangi tovarlar va xizmatlarni o‘zlashtirish.
 - D. Yangi iste’molchilarni “toppish”
 - E. .Yuqoridagilarning barchasi hisobiga
- 145.“Qo‘shilish” va “sotib olish” orqali sinergetik samaraga erishishdan maqsad nima yashiringan bo‘ladi?
- A. Yangi texnologiyalarni joriy etish.
 - B. Mahsulot va xizmatlar tannarxini pasaytirish.
 - C. Iqtisodiy faoliyatini kengaytirish.
 - D. .Raqobat ustunligiga erishish va shu asosida ko‘proq foyda olish.
 - E. Bozordagi ulushini saqlab qolish.
- 146.Yangi texnologiyalar kompaniyalarga qanday imkoniyatlarni beradi.
- A. Yangi sotish bozorlarini topish
 - B. Yangi bozorlarni egallash.
 - C. Mahsulotlarning tannarxini pasaytirish.
 - D. Inqiroz sharoitida omon qolish.
 - E. .Yuqoridagilarning barchasi.
- 147.AQSH XX asrning 80- yillari XXI asrning 90- yillari oxiriga qadar qaysi sohaga yangi texnologiyalarni muvaffaqiyatli joriy etgan?
- A. .Mudofaa sanoatiga
 - B. Kimyo va maxsus kimyo sohasiga
 - C. Farmoseftika sohasiga
 - D. Biotexnologiya sohasiga
 - E. Yuqoridagi barchaga sohalarga.
- 148.AQSHda kompaniyalarning qo‘shib olinishi va sotib olinishi XIX asrning oxirlarida qaysi sohada keng quloq yoygan?
- A. Mudofa sanoatiga
 - B. Kimyo va maxsus kimyo sohasiga

- C. Farmaseftika sohasiga
- D. Biotexnologiya sohasiga
- E. .Sanoatning kichik va oʻrta korxonalaridan transmilliy korporatsiyalariga oʻtish asnosida.

149. Ikki yoki undan ortiq kompaniyalarning birlashishini ifoda etuvchi jarayon bu – ?

- A. Sotib olish (take over)
- B. .Qoʻshilish (merger)
- C. Himoyalani sh
- D. Markazlashish
- E. Toʻplanish.

150. Kompaniyaning 50% yoki undan koʻproq maqsadli aksiyasini sotib olish yoʻli bilan uning ustidan nazorat oʻrnatish bu...

- A. .Sotib olish (take over)
- B. Qoʻshilish
- C. Himoyalani sh
- D. Markazlashish
- E. Toʻplanish.

151. Qoʻshib olish va sotib olishdan koʻzlangan strategik maqsadlardan qaysisi yakka erish mumkin boʻlgandan bir necha barobar koʻp natijani olish imkonini beradi?

- A. Himoyalani sh va investitsion maqsadlar
- B. Informatsion maqsad va boshqaruv sifatini oshirish.
- C. .Sinergetik naf koʻrish
- D. Soliq motivlari
- E. Kompaniyaning bozor narxi va uning oʻrnini qoplash oʻrtasidagi narx.

152. Quyidagilardan qaysi biri kompaniyaning himoya maqsadlarini anglatmaydi?

- A. Xaridlarni amalga oshirish
- B. Qoʻshimcha aktivlarni sotib olish.
- C. Qoʻshilish orqali bozordagi mavqeyini mustahkamlash.
- D. Turli vosita va usullar yordamida raqobatchilardan xalos boʻlish
- E. .Ortiqcha pullarni investitsiyaga yoʻnaltirish

153. Quyidagilardan qaysi biri investitsion maqsadlarga kirmaydi?

- A. Boʻsh mablagʻlarni jamlashtirish
- B. Foydali biznesda ishtirok etish
- C. Kelgusida qiymati oshishi mumkin boʻlgan aktivlarni sotib olish
- D. Ortiqcha pullarni investitsiyalarga yoʻnaltirish
- E. Raqobatchilaridan xalos boʻlish.

154. Informatsion maqsadni toping.

A. .Mol yetkazib beruvchilarning texnologiyalari va xarajatlari, iste'molchilarning qaysi mahsulotlarni afzal ko'rishlaridan xabardorlik

B. Qo'shilishi orqali bozordagi mavqeyini mustahkamlash

C. Foydali biznesda ishtirok etish

D. Ortiqcha pullarini investitsiyalarga yo'naltirish

E. Soliq imtiyozlarini qo'lga kiritish

155.Sinergetik samaraga ega bo'lish maqsadini toping.

A. .Yakka o'zi erishish mumkin bo'lgandan ko'ra bir necha barobar ko'p natijaga erishish

B. Qo'shilishi orqali bozordagi mavqeyini mustahkamlash

C. Foydali biznesda ishtirok etish

D. Ortiqcha pullarini investitsiyalarga yo'naltirish

E. Soliq imtiyozlarini qo'lga kiritish

156.Boshqaruv sifatini oshirish maqsadini toping

A. .Kompaniya aktivlarini boshqarish samaradorligini oshirish

B. Qo'shilishi orqali bozordagi mavqeyini mustahkamlash

C. Foydali biznesda ishtirok etish

D. Ortiqcha pullarini investitsiyalarga yo'naltirish

E. Soliq imtiyozlarini qo'lga kiritish

157.Soliq motivlarini toping.

A. .Soliqlarni pasaytirish yoki soliq imtiyozlarini qo'lga kiritish

B. Qo'shilishi orqali bozordagi mavqeyini mustahkamlash

C. Foydali biznesda ishtirok etish

D. Ortiqcha pullarini investitsiyalarga yo'naltirish

E. Soliq imtiyozlarini qo'lga kiritish

158.Kompaniyaning bozor narxi va uning o'rnini qoplash qiymati o'rtasidagi farq nimadan kelib chiqqan?

A. Sarf xarajatlar qiymatidan

B. .Sotib olinayotgan kompaniyaning bozor va balans qiymatlari bir-biriga to'g'ri kelmasligidan

C. Kompaniyaning bozor va balans qiymatlarida farq bo'lmasligidan

D. Kompaniyaning balans qiymatlaridagi farqlardan(bazis va joriy davrda)

E. Kompaniyaning baholash usullaridan.

159.Birlashish va sotib olishda yangi texnologiyalarni joriy etishning muvaffaqiyati qanday omillarga bog'liq?

A. Izlab topilgan sinergetik samaraga

B. Xalqaro rivojlanishda samarali integratsiyaga

C. Daromadlar sinergiyasiga

D. .A) va B) tog'ri

E. A,B va C javob to'g'ri

160. Innovatsiyalarning eng yuqori darajasida muvaffaqiyatga erishish ehtimoli quyidagi yoʻnalishlardan qaysisining burilish pallasiga toʻgʻri keladi ?

A. Iqtisodiy modellar bir necha oʻn yildan bir qancha asrga teng hayotiylik davriga ega

B. Jamiyatdagi muhim oʻzgarishlar bir necha oʻn yillar davomida amalga oshadi

C. Texnologiyalar hayotiylik sikli yarim yildan 10 va bazan 50 yilgacha davom etadi.

D. Inson xulqi bir necha oydan tortib butun umri davomida oʻzgarib turadi

E. .Yuqoridagi barchasining

161. Nima uchun kompaniyaning hayotiy ritmi bilan innovatsion ritmi bir-biriga mos kelmaydi?

A. Uzoq muddatli moliyaviy rejalashtirishni amalga oshirish murakkab vazifa hisoblanadi

B. Koʻplab sektorlarda texnologik sigʻim qisqarib boradi

C. Ular oldiga qoʻyilgan maqsadlar turlicha boʻladi

D. .A va B toʻgʻri

E. A, B va V toʻgʻri

162. Quyidagilardan qaysi biri kompaniyalarning ilgʻor texnologiyalarini joriy etishdagi zaif tomonlarini ifodalamaydi?

A. Raqobat isteʼmolchilar xulqiga salbiy taʼsir koʻrsatadi, inson omili koʻpincha eʼtiborga olinmaydi.

B. Eʼtiborini omon qolishga qaratilgan strategik innovatsiyalar chalgʻitadi, innovatsion jarayonlarni markazlashtirish tamoyili kuchli boʻlganda.

C. Kichik kompaniyalarda ishlab chiqaruvchilik roli bir kishiga beriladi, uni tashkil etishda xizmatlar standartlashtiriladi

D. Kapital brendiga mutloq bogʻliq boʻladi, ishlab chiqaruvchilarning moliyaviy ragʻnbatlantirishga moyilligi yuqori

E. .Texnologik jarayonlarning rejalashtirilishi

163. Quyidagilardan qaysi biri kompaniyaga yangi texnologiyalarni joriy etishda muvaffaqiyat keltiruvchi omillardan emas.

A. Texnologik jarayonlarni rejalashtirish, texnologik axborotlarni topa olish qobiliyati

B. Intellektual salohiyatini himoya qila olish qobiliyati, isteʼmolchilar hulqini tizimli tahlil qilish

C. Innovatsion jarayon cheklangan xodimlar bilan hamkorlikda amalga oshiriladi

D. Menejer innovatsion jarayonlarning borishini doimiy kuzatib boradi

E. .Inson omili koʻpincha eʼtiborga olinmaydi

164. Bayer (Bayer AG) kompaniyasi tomonidan qaysi kompaniya sotib olingan?

- A. Hewlett Packard
- B. .Shering(Sehering AG)
- C. EDS Corporation
- D. Procter & Gamble
- E. Gillete

165. Newlett Raskadch tomonidan qaysi kompaniya sotib olingan?

- A. Bayer (Bayer AG)
- B. Shering(Sehering AG)
- C. .EDS Corporation
- D. Procter & Gamble
- E. Gillete

166. Procter & Gamble tomonidan qaysi kompaniya sotib olingan?

- A. Hewlett Packard
- B. Shering(Sehering AG)
- C. EDS Corporation
- D. Bayer (Bayer AG)
- E. .Gillete

167. "Klaster" atamasi qanday ma'noni anglatadi?

- A. texnologik zanjir
- B. innavatsion jamg'arma
- C. bog'lam, guruh , to'planish
- D. integratsiya
- E. innavatsion infratuzilma

168. Bir xil soha korxonalarini va ular bilan yagona texnologik zanjirda bo'lgan ilmiy, injenering, konsalting, standartlashtirish, xizmatlarni uyg'unlashtirish va boshqalar asosida raqobatbardosh tovarlar yaratishga yo'naltirish tuzilmaning maqsadini ifodalaydi?

- A. infratuzilmaning
- B. klasterning
- C. milliy iqtisodiyotning
- D. real sektor tarmoq va sohalarining
- E. bozor iqtisodiyotining

169. Innavatsion klaster usuliga asoslangan "silikon vodiysi" qaysi mamlakat hududida joylashgan ?

- A. Daniya
- B. Finlandiya
- C. Norvegiya
- D. Shvetsiya
- E. AQSH

170. Respublikamizda klaster tizimi dastlab qaysi sohada joriy etildi?

- A. sanoatda
- B. qurilishda
- C. transportda
- D. agrosanoat majmuasida
- E. ijtimoiy sohada

171. Sanoat klasteri qaysi davlatlarda yuqori darajada rivojlangan?

- A. Angiliya, Gollandiya
- B. Daniya, Finlandiya, Shvetsiya
- C. Avstriya, Italiya
- D. Germaniya, Fransiya
- E. Koreya, Pokiston

172. Qaysi mamlakatlarda "kimyo va mashinasozlik" klasteri ustuvor rivojlangan?

- A. Hindistonda
- B. Xitoyda
- C. Turkiyada
- D. Germaniyada
- E. Koreyada

173. Respublikamizda qaysi sohada klaster tizimi tez rivojlanmoqda?

- A. neft, gaz, kimyo
- B. biotexnologiya, farmasevtika
- C. oziq-ovqat
- D. paxta-to'qimachilik
- E. baliqchilik, parrandachilik

174. "Fan- ta'lim- ishlab chiqarish" integratsion tizim subyektlari faoliyatini muvofiqlashtirish, mutanosib rivojlantirish va raqobatbardoshligini oshirish qanday klasterning asosiy maqsadi hisoblanadi ?

- A. texnologik klasterning
- B. innovatsion klasterning
- C. sanoat klasterining
- D. hududiy klasterning
- E. xizmat ko'rsatish klasterining

175. Turli xil moliyaviy kridet muassasalari, xususan investorlar, konsidentlar, konsissioninglar nafaqat innovatsion loyihalarni moliyalashtirishda ishtirok etishi, balki butun loyiha xatarini identifikatsiya qilishi, baholashi va tahlil qilishi qanday samarani ta'minlashga qaratilganini aniqlaydi?

- A. Iqtisodiy samarani
- B. Ijtimoiy samarani

- C. Sinergetik samarani
- D. Kutilayotgan samarani
- E. Mutlaq samarani

176. Konsission to'lovlar kim uchun amalga oshiriladi?

- A. investorga
- B. aksionerga
- C. konsident va investorlarga
- D. mulkdorga
- E. tadbirkorga

177. Bir majmua doirasida yerlarga ishlov berish, chigit ekish, g'ozani parvarishlash, hosilni yig'ib terib olish, xomashyoni chuqur qayta ishlash bilan bog'liq korxonalarni birlashtiruvchi klaster qanday nomlanadi?

- A. Agrosanoat klasteri
- B. Qishloq xo'jaligi klasteri
- C. Paxta-to'qimachilik klasteri
- D. Dehqonchilik klasteri
- E. Paxtachilik klasteri

178. Respublikamizda paxta to'qimachilik klasteri dastlab qaysi hududda tashkel qilindi?

- A. Qoraqalpog'iston Respublikasida
- B. Andijon viloyatida
- C. Samarqand viloyatida
- D. Buxoro viloyatida
- E. Surxondaryo viloyatida

179. Klaster qaysi iqtisodiy jarayonlar mezonini ifodalaydi?

- A. Glaballashuv va integratsiya
- B. Integratsiya va ixtisoslashuv
- C. Inqiroz va iqtisodiy o'sish
- D. Integratsiya, innavatsiya va iqtisodiy o'sish
- E. Mehnat iqtisodiyoti, ixtisoslashish va kooperatsiyalashuv

180. Dunyoning rivojlangan mamlakatlari taraqqiyoti va jahon bozoridagi raqobatbardoshligi nimaga asoslangan?

- A. Tabiiy resruslar eksportiga
- B. Tovarlar va xizmatlar eksportiga
- C. Mehnat resruslardan samarali foydalanishga
- D. Innovatsion g'oya va ishlanmalarga
- E. Investitsion faoliyatga

181. Rivojlangan mamlakatlarda innavatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni joriy etish bo'yicha davlat strategiyasining ijrosini ta'minlovchi maxsus muassasalar shartli ravishda qanday nomlanadi

- A. Davlat idoralari

- B. Markaziy boshqaruv muassasalari
- C. Kelajak vazirlikl;ari
- D. Innavatsiya vazirligi
- E. Tarmoq vazirligi

182. Respublikada innovatsiyalarni tizimli joriy etish ishlariga to‘siq bo‘ladigan qaysi muammo glaballashuv jarayoni yutuqlaridan foydalanish orqali hal qilinishini anglatadi

- A. Fan va innovatsion texnologiyalar yutuqlari va rivojlanish texnologiyalari yetarlicha tahlil qilib borilmagan
- B. Davlat va xususiy sheriklik imkoniyatlari keng tatbiq etilmagan
- C. Investitsiyalar va innovatsiyalarni jalb etish uchun infratuzilmani shakllantirishga yetarlicha e‘tibor qaratilmagan
- D. Yuqori texnologiyalar va zamonaviy ishlanmalarni joriy etishni talab qiluvchi tarmoqlarni aniqlash bo‘yicha tizimli va maqsadli faoliyat yo‘lga qo‘yilmagan.
- E. Innovatsiyalar va texnologiyalar sohasida yuqori salohiyatga ega bo‘lgan xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik past darajada saqlanib qolgan

183. Davlatning innovatsion siyosati quydagilardan qaysi biriga ta’sir ko‘rsatmaydi

- A. Iqtisodiy o‘shish sur‘atlarini oshirishga
- B. Fan-texnika taraqqiyotini tezlashtirishga
- C. Iqtisodiyot tarkibini o‘zgartirishga
- D. Ijtimoiy muammolarni hal qilishga
- E. Daromatlar tengsizligini bartaraf qilishga

184. Davlatning fan-texnika taraqqiyotini tezlashtirish orqali iqtisodiyot tarkibini o‘zgartirish, iqtisodiy o‘shish sur‘atlarini oshirish va ijtimoiy muammolarni hal qilishga qaratilgan siyosat - bu

- A. Ijtimoiy siyosat
- B. Tarkibiy siyosat
- C. Hududiy siyosat
- D. Innovatsion siyosat
- E. Tashqi iqtisodiy siyosat

185. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “innovatsion rivojlanish vazirligini tashkil etish to‘g‘risi”dagi farmoni qachon qabul qilingan

- A. 2017-yil 29- sentabrda
- B. 2018-yil 15-dekabrda
- C. 2016-yil 26-oktabrda
- D. 2019-yil 15-yanvarda
- E. 2017-yil 29-sentabrda

186. Quydagilardan qaysi biri innovatsion rivojlanish vazirligi faoliyatining asosiy yo‘nalishlaridan emas

- A. Davlat va jamiyat qurilishi
 - B. Iqtisodiyot, qishloq xo‘jaligi va ijtimoiy rivojlanish
 - C. Ilg‘or texnologiyalarni joriy etish
 - D. Atrof-muhitni muhofaza qilish va tabiatdan foydalanish
 - E. Iqtisodiyotni tartibga solish
187. Innovatsion muhitni baholashning jihati bu faoliyatni amalga oshirishning tartibini belgilab beradi.
- A. Siyosiy barqarorlik, makroiqtisodiy barqarorlik
 - B. Innovatsion faoliyat huquqiy asoslari
 - C. Moliyaviy institutlar xususan bank va soliq tizimi ishonchliligi soliqqa tortish darajasi
 - D. Infratuzilmaning rivojlanish darajasi, hamkorlar tomonidan shartnoma majburiyatlarining bajarilishi
 - E. Davlat boshqaruv tizimi
188. Iqtisodiyotda innovatsion muhit yaxshilanishiga quyidagilardan qaysi biri o‘z ta‘sirini o‘tkazmaydi
- A. Korxonalarda samarali menejment tizimini yaratish
 - B. Davlat buyurtmasi bo‘yicha sanoat korxonalari amalga oshiradigan innovatsion faoliyatni moliyalashtirish ular qarzlarni qoplash
 - C. Davlat budjetidan ilmiy tadqiqot ishlarini moliyalashtirishga harajatlar ulushini oshirish
 - D. Korxonalar foydasining innovatsion ishlanmalar uchun yo‘naltirilgan qismini soliqdan ozod qilish
 - E. Investitsion resurslarga bank foiz stavkasining o‘sishi
189. Quyidagilardan qaysi biri korxonalar innovatsion jozibadorligini oshirishga ta‘sir ko‘rsatmaydi?
- A. Eksport va ilmiy texnik potentsiali
 - B. Moliyaviy barqarorlik darajasi
 - C. Ishlab chiqarishning diversifikatsiyalanish darajasi
 - D. Innovatsion dasturlar sifati
 - E. Ixtisoslashuv yo‘nalishi
190. Innovatsion loyiha hayot siklining qaysi bosqichida yuqori novatorlik loyihalari sifatida tavsiflanadi
- A. 1-bosqich boshlanganida
 - B. 1-bosqich tugaganida
 - C. 2-bosqich boshlanganida
 - D. 2-bosqich tugaganida
 - E. Hayot sikli oxirida
191. Quyidagilardan qaysi biri davlatning innovatsion faollikka ta‘sir ko‘rsatish yo‘nalishlaridan emas?
- A. Zarur infratuzilmani shakllantirish
 - B. Qulay iqtisodiy muhitni vujudga keltirish

- C. Davlat xaridlarini amalga oshirish
- D. Dastlabki talabni shakllantirish
- E. Mahsulotlar importini rag'batlantirish

192. Quydagilardan qaysi biri investitsion ta'minlashning innovatsion shakli emas?

- A. Lizing
- B. Venchur kapitali
- C. IPO
- D. Erkin iqtisodiy hudud
- E. Transfertlar

193. Quydagilardan qaysi biri lizing operatsiyalariga tegishli emas?

- A. Bosqichma- bosqich to'lanib boruvchi kredit
- B. Asbob-uskunaga ega bo'lish
- C. Kreditning qaytarilishlilik kafolati
- D. Lizing obyekti bank yoki lizing beruvchi mulki hisoblanishi
- E. Bank foydasining taqsimlanishi

194. Davlat tomonidan innovatsion faollikni qo'llab- quvvatlashning bilvosita usulini toping.

- A. ITTKR va innovatsion loyhalarni budjetdan moliyalashtirish
- B. Davlat patenti va litsenziya tizimini tashkil etish
- C. Innovatsion infratuzilma va bozorlarni yaratish
- D. Malakali kadrlarni tayyorlash
- E. Soliq va bojxona dastaklaridan foydalanish

195. Quyidagilardan qaysi biri innovatsion faoliyatni Davlat tomonidan tartibga solishning tashkiliy omili emas?

- A. Innovatsion loyihalarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash
- B. Innovatsion infratuzilmani rivojlantirish
- C. Sohaga kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish
- D. Innovatsion faoliyatni Infarmatsion qo'llab- quvvatlash
- E. Davlat budjetini maqbullashtirish

196. Innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning qaysi moliyaviy dasturi xorijiy kapitalning kirib kelishini rag'batlantiradi?

A. Innovatsion faoliyatni moliyalashtirishni ta'minlovchi budjet siyosatini yuritish

- B. Davlat mablag'larini innovatsion sohaga yo'naltirish
- C. Sohada ijobiy investitsion muhitni shakllantirish
- D. Xorijiy investorlarga kafolatlar berish
- E. Iqtisodiy faoliyatga to'g'ridan -to'g'ri davlat investitsiyalarni ajratish

197. Innovatsion faoliyat subyektlariga tegishli bo'lmagan shartnoma turini aniqlang.

A. ilmiy tadqiqot tarjiba konstruktorlik va texnologik ishlarni bajarish borasidagi shartnomalar

B. loyiha va qidiruv, qurilish pudrat ishlari bo'yicha shartnomalar
C. innovatsion faoliyatga xizmat ko'rsatish va uning xatarlarini sug'urtalash bo'yicha shartnomalar

D. investorlar bilan tuziladigan shartnomalar

E. ishga yo'lanish bo'yicha shartnomalar

198. Innovatsion faoliyatni tartibga solishda quydagilarning qaysi biridan foydalanilmaydi

A. Innovatsion prognozlar

B. Innovatsion strategiyalar

C. Innovatsion dasturlar

D. Innovatsion loyihalar

E. Innovatsion raqobatbardoshlik

199. Davlatlarni innovatsion rivojlanishining texnik samaradorlik ko'rsatgichlar bo'yicha guruhlashtirishda quydagi toifalashdan qaysi biridan foydalanilmaydi?

A. Innovatsion lider davlatlar

B. Innovatsion izdoshlar

C. Mo'tadil innovator bo'lgan mamlakatlar

D. Innovatsion rivojlanishdan orqada qolgan davlatlar

E. Neft eksport qiluvchi davlatlar

200. Davlatlar innovatsion rivojlanishining texnik samaradorlik ko'rsatkichlari bo'yicha toifalashda foydalaniladigan qaysi ko'rsatkich mamlakat ilmiy siyosatini ifodalaydi?

A. YaIMning ilmiy intinsivligi bir million aholiga to'g'ri keladigan olimlar soni

B. Ta'lim sohasiga qilingan xarajatlar

C. Patent olish uchun topshirilgan arizalar soni

D. Yuqori texnologiyali eksport

E) Axborot kommunikatsiya texnologiyalari eksporti

201. O'zbekistonda 2005-2018-yillarda qaysi tarmoqda ishlab chiqarishning umumiy hajmida yangi turdagi innovatsion mahsulotlar ulushi eng yuqori suratda (6.8%) o'sgan?

A. Yengil sanoatda

B. Oziq-ovqat sanoatida

C. Kimyo va neft-kimyo sanoatida

D. Metallurgiya sanoatida

E. Mashinasozlik sanoatida

202. Respublikada asosiy kapitalga kiritilgan xorijiy investitsiya va kreditlarning ulushi (moliyalashtirish manbalaridagi) 2018-yilda qancha foizni tashkil qilgan?

A. 21.7%

B. 28.8%

C. 21.45%

D. 29.25%

E. 27.5%

203. Quyidagilardan qaysi biri Respublikani innovatsion rivojlantirishning asosiy yoʻnalishlariga kirmaydi?

A. Innovatsion rivojlanishning strategik rejalashtirish tizimini yaratish

B. Davlat boshqaruvining innovatsion shakllarini joriy etish

C. Ilmiy tadqiqot va innovatsion faoliyatni har tomonlama qoʻllab-quvvatlash hamda ragʻbatlantirish

D. Innovatsion faoliyat sohasida xalqaro tashkilotlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni oʻrnatish

E. Iqtisodiyotni liberallashtirish

204. Oʻzbekiston iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish konsepsiyasi nechta bosqich va pogʻonadan iborat?

A. 6 ta

B. 7 ta

C. 10 ta

D. 9 ta

E. 8 ta

GLOSARIY

Agentlik – biror-bir muassasaning hududiy bo‘linmasi, vositachi tashkilot.

AmortizaTsiya ishlab chiqarish vositalari qiymatining ishlab chiqarilayotgan mahsulotga asta – sekinlik bilan o‘tib borish jarayoni.

Aktivlarning bozor qiymati – balans qiymatidan farqli ravishda asosiy fondlarni real tarzda sotish mumkin bo‘lgan narxi.

Biznes-reja – korxonaning ma’lum bir davr mobaynida erishishi lozim bo‘lgan ko‘rsatkichlarini belgilab beruvchi tadbirkorlik faoliyatining batafsil rejasidir. Yangidan tashkil etilayotgan korxonalar va tadbirkorlik subYektlari uchun biznes-reja kapitalni safarbar qilish yoki kredit olish borasida muhim hujjat hisoblanadi.

Birja – belgilangan tartib-qoidalari asosida (ochiq va oshkora savdolar shaklida amalga oshiriluvchi birja) savdosini tashkillashtirish va tartibga solish orqali tovar, xomashyo, mahsulot, qimmatli qog‘ozlar, valuta va shu kabilarning ulgurji bozorlarini shakllantirishda ishtirok etuvchi yuridik shaxs huquqiga ega bo‘lgan korxonalar.

Bozor kapitalizatsiyasi – birjada qimmatli qog‘ozlarni sotib olish uchun talab etiluvchi kapital. Bitta aksiyaning kapitalizatsiya darjasi va butun bir aksionerlik kompaniyasining kapitalizatsiyasi farqlanadi.

Bozor narxi – ma’lum bir bozorda tovarlarni sotib olish mumkin bo‘lgan o‘rtacha narx yoki aniq bir muddat mobaynida ma’lum bir tovar bo‘yicha bitimlarni amalga oshirishning o‘rtacha narxi.

Bandlik – mehnat layoqatiga ega bo‘lgan va mehnat qilishga ishtiyoqi bor kishilarning ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg‘ul bo‘lishlaridir.

Bank krediti – bu bank muassasalari tomonidan har qanday xo‘jalik subyektlari (tadbirkorlar, korxonalar, tashkilotlar va boshqalar)ga pul shaklida – beriladigan qarz yoki ssuda kapitali harakati.

Bazisli innovatsiyalar – bu yangi ilmiy tamoyillarga asoslangan ilgari ma’lum bo‘lmagan yangi mahsulot va jarayonlarga yo‘l ochib beruvchi yirik ixtirolar asosida vujudga kelgan innovatsiyalardir.

Biznes g‘oyani shakllantirish – bu potensial iste’molchilarning muhim muammolarini ijodiy hal qilish va uning tijorat salohiyatini muntazam baholash asosida qiymat yaratish g‘oyasini faol shakllantirishning murakkab jarayonidir.

Biznes inkubator- bu kichik korxonalarini boshlang‘ich faoliyatini yanada rivojlantirish uchun barcha qulay shart-sharoitlar yaratib beruvchi va unga qator majmualar xizmatlar va resurslar tavsiya etuvchi muassasa.

Bozor segmenti – muayyan tovar bozorining bir bo‘lagi bo‘lib, unda xaridorlarning muayyan guruhi mahsulotning muayyan modifikatsiyasiga mo‘ljallanadigan oladilar.

Biznes farishtalar – bu hech qanday garov ta'minotisiz, yuqori o'sish imkoniyatiga ega bo'lgan kompaniyalarni shaxsiy mablag'lari hisobidan moliyalashtiradigan badavlat kishilardir.

Virusli marketing – odamlarning o'zlari va firmaning potensial mijozlari orqali ma'lumotlarni tarqatishning asosiy usuli sifatida foydalanishni ko'zda tutadi.

Venchurli investorlar faqat mablag' ajratish bilan chegaralanib qolmaydilar, ular korxonada boshqaruvida faol qatnashib, o'z tajribalari, malakalari, biznes hamkorlari bilan yordam berib, keragicha imkoniyatlar yaratib, venchur kichik korxonasiga «ilm – ishlab chiqarish» jarayonidagi barcha sharoitlar yaratib beradi.

Grantlar – bu belgilangan muddatlarda muayyan aniq maqsadlarga erishilishini ta'minlash uchun qaytarilmaslik sharti bilan ajratiluvchi mablag'lardir.

Global iqtisodiy siyosat – dunyodagi yetakchi mamlakatlar hukumatlari, xalqaro banklar, moliya korporatsiyalari, transmilliy korporatsiyalar tomonidan amalga oshiriladi.

Davlat korxonasi – asosiy vositalari davlat tasarrufida bo'lgan, rahbarlari esa davlat idoralari tomonidan tayinlanuvchi va (yoki) ozod qilinuvchi korxonalar.

Debitorlik qarzi – o'zaro xo'jalik aloqalari natijasida turli xil yuridik va jismoniy shaxslarning korxonada oldida vujudga kelgan qarzdorligi. Odatda, ko'pchilik holatlarda debitorlik qarzi tovar va mahsulotlarni kreditga sotish natijasida vujudga keladi.

Davlatning iqtisodiy siyosati – bu iqtisodiyotni tartibga solish va iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish, bandlikni ta'minlash va inflatsiyaning oldini olish orqali aholi farovonligini oshirib borishga qaratilgan choratadbirlardir.

Davlatning monetar siyosati – bu pul-kredit siyosati bo'lib, pul muomalasini tartiblashni ko'zda tutadi.

Davlatning fiskal siyosati – bu soliq-budjet siyosati bo'lib, u soliqlar vositasida budjetga mablag'larni jalb qilish hamda uni iqtisodiy va ijtimoiy maqsadlar uchun sarflashni nazarda tutadi.

Davlat krediti – bunda davlat bir tomondan qarz oluvchi, ikkinchi tomondan qarz beruvchi sifatida maydonga chiqadi.

Davlatning innovatsion siyosati – iqtisodiyotni rivojlantirish va iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyot masalalarini hal qilish maqsadida mamlakat innovatsion salohiyatini samarali qo'llash, innovatsiyalarni amalga oshirish uchun zarur sharoitlarni ta'minlashga xizmat qiluvchi maqsadli faoliyati tushuniladi.

Diffuziya – bu qachonlardir o‘zlashtirilgan va foydalanilgan innovatsiyalardan yangicha sharoitda yoki yangi qo‘llash joylarida foydalanilishni bildiradi.

Ipoteka krediti – ko‘chmas mulk (yer, bino, uy-joy kabilar)ni garovga qo‘yish hisobiga beriladigan kredit. Odatda, ipoteka kreditidan asosan qishloq xo‘jaligida asosiy fondlarni yangilash uchun yirik qo‘yilmalarni qoplashda foydalaniladi.

Import – chet ellik mijozlardan tovarlar (xizmatlar) sotib olib, ularni mamlakatga kiritish.

Ichki axborotlar – korxonada faoliyatiga tegishli bo‘lgan hali rasman e‘lon qilinmagan ma‘lumotlar. Birja bitimlarini tuzishda ichki axborotlardan foydalanish noqonuniy hisoblanadi.

Ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash – bir vaqtning o‘zida bir-biriga bog‘liq bo‘lmagan ishlab chiqarish turlarini rivojlantirish, bir korxonada yoki konsern doirasida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar assortimentini kengaytirish. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, iqtisodiy navf olish va bankrotlikning oldini olish maqsadida diversifikatsiyadan foydalaniladi.

Industrial jamiyat – milliy iqtisodiyotda sanoat tarmoqlari ustun mavqega ega bo‘lgan iqtisodiy jihatdan taraqqiy etgan jamiyatning ko‘rinishi. Industrial jamiyat mehnat taqsimotining taraqqiy etganligi, tovarlarning tez sur‘atlarda ishlab chiqarilishi, ishlab chiqarishning avtomatlashtirilishi va mashinalashtirilishi, xizmatlar ko‘rsatish va kommunikatsiya sur‘atlarining yuksak darajada rivojlanganligi, ijtimoiy-iqtisodiy sohani tartibga solish borasida davlat o‘rnining o‘sib borishi bilan tavsiflanadi.

Innovatsion texnologiyalar – yangiliklarni amaliyotga joriy etish bosqichlarini qo‘llab –quvvatlovchi usul va vositalar to‘plami. Innovatsion texnologiyalarning quyidagi turlari farqlanadi: joriy etish; trening (kadrlarni tayyorlash va kichik korxonalar sonini ko‘paytirish); konsalting; transfert; audit; injiniring.

Insayder – o‘z mavqeiga ko‘ra ommaga oshkor qilinishi mumkin bo‘lmagan axborot va ma‘lumotlarga ega bo‘lgan shaxs. Insayderlarning fond bitimlari jiddiy nazorat qilinadi, ro‘yxatga olinadi va tegishli tartibda nashr qilinadi.

Internalizatsiya – bir korxonaning faoliyati doirasida ikki yoki undan ortiq ishlab chiqarish turlarini kombinatsiyalash.

Ilmiy faoliyat – texnologik, muhandislik, iqtisodiy, ijtimoiy, gumanitar va shu kabi muammolarning yechimi borasida yangi bilimlarni qo‘llashga yo‘naltirilgan aqliy faoliyat. Ilmiy faoliyatning asosiy diqqat - e‘tibori fan, texnika va ishlab chiqarishning yaxlit bir tizim sifatida faoliyat ko‘rsatishini ta‘minlashga qaratiladi.

Ishlab chiqarish strategiyasi – korxonada umumiy strategiyasining korxonaning ishlab chiqarish faoliyatiga yo‘naltirilgan bir qismi.

Ishlab chiqarish sikli – naflilikka ega bo‘lgan mahsulot va xizmatlarni yaratish jarayonining boshlanishidan tortib, toki ularni ishlab chiqarishni yakunlashgacha bo‘lgan davrni qamrab oladi.

Ishlab chiqarish rentabelligi – korxonada aktivlaridan foydalanish darajasini ifoda etgani holda, foydaning ishlab chiqarish fondlariga nisbati sifatida hisoblab topiladi.

Insayder bitimlari – kompaniya insayderlari tomonidan uning qimmatli qog‘ozlari bilan amalga oshiriluvchi bitimlar.

Ishlab chiqarish zaxirasi – xususiy zaxira fondi va tashqi manbalardan sezilarli miqdordagi qo‘shimcha mablag‘larni jalb etmasdan turib, mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko‘paytirish, mahsulot sifatini oshirish imkonini beruvchi korxonada resurslaridan eng yaxshi tarzda foydalanishning ichki imkoniyatlari.

Ijtimoiy texnologiya – turli tavsifga ega ijtimoiy muammolarni hal etish, ijtimoiy rivojlanishi va rejalashtirish jarayonida ko‘zda tutilgan maqsadlarga erishish borasida qo‘llaniluvchi usullar, ta’sir choralari va vositalarning umumiyliigi.

Ikkiyoqlama texnologiya – ham harbiy maqsadlarda, ham fuqarolik mahsulotlarini ishlab chiqarishda foydalaniluvchi texnologiyalar.

Innovatsion salohiyat – iqtisodiy salohiyatning tarkibiy qismi bo‘lib, iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarida yuqori samaraga erishish, ishlab chiqarish infratuzilmasini o‘zgartirib, mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibida yuqori texnologiyali, raqobatbardosh mahsulotlar hajmini oshirishi mumkin bo‘lgan ilmiy-texnik salohiyatga yo‘naltirilgan tuzilmaviy unsurlar.

Innovatsion biznes-model – bu innovatsiyalarni ishlab chiqish va tijoratlashtirish jarayonida kompaniyaning imkoniyatlarini bozor imkoniyatlari bilan bog‘lashning o‘ziga xos tuzilmaga ega bo‘lgan mexanizm.

Innovativlik – ijodkorlik (kreativlik), intuitsiya, tahlilga moyillik, fikrlash doirasining kengligi bo‘is, muammolarni hal etishning yangi, noan’anaviy usullarini topa olish qobiliyatini tavsiflaydi.

Innovatsion klasterning asosiy maqsadi “fan-ta’lim-ishlab chiqarish” integratsion tizimning subyektlari faoliyatini muvofiqlashtirish va iqtisodiyotni rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini oshirishda mintaqaning innovatsion salohiyatidan foydalanish uchun shart-sharoitlarni yaratish hisoblanadi.

Innovatorlar – institusional tuzilmaning o‘zgarishiga ta’sir ko‘rsatuvchi, avvaldan mavjud korxonalarni modernizatsiya qiluvchi yoki yangi korxonalarni barpo qiluvchi, yangi texnologiyalar va mahsulotlarni hamda bozorlarni loyihalashtiruvchi, ishlab chiqarishga joriy etuvchi.

Innovatsion faoliyat – g‘oyalar (odatda ilmiy tadqiqot va ishlanmalar natijalari yoki boshqa ilmiy va texnologik yutuqlar)ni bozorga tatbiq

etiladigan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotga aylantirish, amalda foydalanilayotgan texnologik jarayonlarni yangi yoki takomillashtirilgan turlari bilan almashtirish va shuningdek ijtimoiy xizmatlar ko'rsatishga yangicha yondashuv bilan bog'liq faoliyat tushuniladi.

Innovatsiya – inglizcha “innovation” so‘zidan kelib chiqqan bo‘lib, so‘zma-so‘z tarjima qilganda “yangiliklarni joriy etish” ma’nosini anglatadi.

Innovatsion loyiha – bu innovatsiyalarni tijoratlashdan keladigan foyda to‘g‘risida matematik hisob-kitoblar asosida rasmiylashtirilgan shartnomadir.

Innovatsion jarayon – ilmiy bilimlarni (g‘oyalarni) innovatsiyaga (yakuniy mahsulotga) va uni keyinchalik tarqalish (diffuziya) jarayonidir.

Yetakchilik – masalani qo‘ya olish va insonlarni ularni hal etishga safarbar qila olish qobiliyati, xarizmatiklik, yuqori darajadagi hissiy intellektning mavjudligi.

Korxonalar aktivlari – pul mablag‘lari, debitorlik hisoblari, aylanma fondlar, asosiy kapital va nomoddiy aktivlar. Korxonaning aktivlari – bu korxonaning pul qiymatiga ega bo‘lgan va korxonalar balansining aktivida aks etuvchi mol – mulkidir.

Konsalting kompaniyasi – bozorni tadqiq etish va bashoratlash, marketing tadqiqotlarini ishlab chiqish, loyihalar samaradorligini baholash, tashkiliy tuzilmalarni qaytadan barpo etish va tashkil etish, inqirozli vaziyatlardan chiqish yo‘llarini izlab topish, obyektlar qiymatini baholash va shu kabilar bo‘yicha xizmatlarni bajaruvchi kompaniya.

Korporativ sektor – korxonalarning butun bir xo‘jalik faoliyatini qamrab oluvchi iqtisodiyot sektori.

Kompaniyaning bozor qiymati – kompaniyaning xususiy kapitali va majburiyatlarining bozor qiymati.

Konservatorlar – mavjud institutlarning saqlab qolishga intiluvchi, amaldagi eski turdagi texnika va texnologiyalardan foydalangan holda mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilar.

Qo‘poruvchi innovatsiyalar – mahsulot narxining qimmatligi yoki foydalanishning qiyinligi bois, oldin bunday mahsulotlardan foydalanish imkoniyati mavjud bo‘lmagan iste‘molchilarga mazkur mahsulotlardan foydalanish imkoniyatini beradi.

Kutilayotgan mahsulot – xaridor sotib olayotganda tasavvur qiladigan mahsulot; xaridorning sotib olish maqsadlariga erishishi uchun zarur bo‘lgan mahsulot va xizmatlarning minimal konfiguratsiyasi; masalan, monitor bilan shaxsiy kompyuter.

Kengaytirilgan mahsulot – sotib olish maqsadiga erishishning maksimal ehtimolligini ta‘minlash uchun komplektatsiyalangan mahsulot; misol uchun - qo‘shimcha mahsulotlar: dasturiy ta‘minot, printer, sotishdan keyingi servis xizmatlari, “ishonch telefoni”.

Klaster – bir xil soha korxonalarini va ular bilan yagona texnologik zanjirda bo‘lgan ta’lim, ilmiy, injenering, konsalting, standartlashtirish, sertifikatlashtirish va boshqa xizmatlarni uyg‘unlashtirish — innovatsion ishlab chiqarishni tashkil etish asosida raqobatbardosh tovarlar yaratishga yo‘naltirishdan iboratdir.

Loyiha – ma’lum bir cheklangan vaqt oralig‘ida ko‘zda tutilgan maqsadga erishish borasidagi xatti-harakatlarning ketma-ketligini o‘zida aks ettiruvchi hujjat.

Maxfiy axborotlar – axborotlardan foydalana olish darajasi va mamlakat qonunchiligiga muvofiq egalik qilinishi cheklangan axborotlar. Maxfiy axborotlardan faqatgina tegishli tartibda ruxsat etilgan shaxslargina foydalana olishlari mumkin.

Material sig‘imlilik – ishlab chiqarilayotgan mahsulotning natural birligi yoki qiymat birligi hisobiga material va xomashyo sarfi. Material sig‘imlilik tabiiy o‘lchov birliklarida, pul yoki foiz ko‘rinishlarida o‘lchanadi.

Material va xom ashyo tejovchi texnologiyalar – material va xomashyo sarfini kamaytirish, buyumlar material sig‘imlilikini pasaytirish imkonini beruvchi texnologik jarayonlar.

Mehnat sig‘imli ishlab chiqarishlar-ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida ishchi kuchi xarajatlari ulushi yuqori bo‘lgan ishlab chiqarishlar. Ishlab chiqarilayotgan mahsulot birligiga mehnat xarajatlari bo‘yicha ham mehnat sig‘imli ishlab chiqarishlar farqlanadi. Mehnat sig‘imli ishlab chiqarishlarga yengil sanoat, kimyoviy tolalar, rezina ishlab chiqarish, asbobsozlik kabilar kiradi.

Mahsuldor innovatsiyalar – texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotlarni joriy etishni o‘z ichiga oladi. Texnologik jihatdan yangi mahsulot (radikal mahsuldor innovatsiya) – bu texnologik tavsiflari (funktional xususiyatlari, konstruktiv yechimlari, shuningdek foydalanilgan materiallar va tarkibiy qismlar) yoki maqsadli ishlatilishi jihatidan ilgari ishlab chiqarilgan shu kabi mahsulotlardan tubdan yangi yoki sezilarli darajada farq qiluvchi mahsulotdir.

Mamlakatning innovatsion salohiyati – bir tomondan, innovatsion faoliyatni tashkil etish uchun muhim bo‘lgan mamlakatdagi mavjud yalpi resurslarni, ikkinchi tomondan - takror ishlab chiqarish jarayonida innovatsion faoliyani tashkil etish, barcha innovatsion imkoniyatlarni turli xo‘jalik subyektlari faoliyatida iqtisodiy munosabatlar tizimini shakllanishidan iborat bo‘ladi.

Milliy innovatsion tizim – bu yangi texnologiyalar rivojlanishini belgilab beruvchi vositalar, ko‘nikmalar va bilimlarni yaratish, saqlash va transfert qilish uchun zarur bo‘lgan o‘zaro bog‘liq institutlar tizimidir.

Maqsadga intiluvchanlik – sabrlik, o‘ziga ishonch, asosiy e’tiborni natijaga qaratish, optimal mukammallikni ifoda etadi.

HR-menejment kompaniyaga yuqori malakali olimlar va mutaxassislarni jalb qilish, mehnatni rag‘batlantirish va baholashning samarali tizimini yaratish, xodimlarning shaxsiy rivojlanishi va kasbiy mahoratlarini oshirish.

Novatorlar – ilmiy-texnik bilimlar generatorlari, yangiliklarni yaratuvchilari hisoblanadilar. Ular alohida ixtirochilar yoki ilmiy-tadqiqot muassasalari ham bo‘lishi mumkin. Novatorlar ixtirolardan olinadigan foydaning bir qismiga egalik qilishdan manfaatdor bo‘ladilar.

Noaniqlik sharoitida qat’iyatlilik – noaniqlik sharoitida harakat qilish va qaror qabul qilishga tayyorlik, har qanday noaniqlik, xavf-xatar darajasida ham qo‘rqmasdan yakuniy qarorga kela olishda o‘z ifodasini topadi.

Operatsiya – iste‘mol qilinayotgan resurslarni tovar va xizmatlarga aylantirish jarayoni.

Operativ rejalashtirish – ko‘zda tutilgan rejalar va ishlarni bajarish jadvallariga qo‘shimchalar kiritish, ularni tuzatish va detallashtirishga qaratilgan joriy ishlab chiqarish – moliyaviy va ijrochilik faoliyatini rejalashtirish.

Ochiq innovatsiyalar nazariyasi – tadqiqotlarni amalga oshirish va ishlanmalarni ishlab chiqish jarayonlarini ochiq tizim sifatida baholaydi. Kompaniya nafaqat o‘zining ichki ilmiy tadqiqot ishlari va ishlanmalarining natijasi sifatida yangi g‘oya va mahsulotlar bilan bozorga kirib borishi, balki hamkorlikda boshqa tashkilot va korxonalar bilan ham bozorda o‘z faoliyatini kengaytirishi ham mumkin.

Oslo yo‘riqnomasi – Iqtisodiy rivojlanish va hamkorlik tashkiloti va Yevrostat hamkorligida (2005-yilning oktabr oyida) marketing va ishlab chiqarishni tashkil etish sohasidagi innovatsiyalarni o‘z ichiga qamrab olgan mazkur yo‘riqnomani nashr etdi.

Psevdoinnovatsiyalar – bu mahsulot yoki jarayonlarning iste‘mol tavsiflarini o‘zgartirmagan holda, ularning tashqi ko‘rinishlarini o‘zgartirishdir.

Potensial mahsulot – bozorga ushbu mahsulotga o‘xshash tovarlarning kirib kelishi asnosida mahsulotni takomillashtirish potentsiali, foydalanuvchilarning iltimoslariga ko‘ra mahsulotga sezilarli o‘zgartirishlar kiritib boriladi.

Partizancha marketing – maqsadli auditoriyani firma mahsuloti yoki xizmati to‘g‘risida axborotlar bilan maksimal darajada xabardor qilish uchun minimal xarajatli reklama kanallaridan foydalanishni ifoda etadi.

Psevdo jamoa – bu o‘zini jamoa komandasi deb atashi mumkin bo‘lgan guruh bo‘lsada, amalda uning a‘zolari hamkorlikda faoliyat yuritishni istashmaydi yoxud birgalikda faoliyat ko‘rsatish samaradorligini oshira olmaydilar.

Potensial jamoa – bu birgalikdagi mehnat samaradorligini oshirishga intiluvchi guruh hisoblanadi, biroq ularda umumiy natijaga javobgarlik hissi yetishmaydi, umumiy maqsadlarni ko‘pincha anglab yetmaydilar, jamoaviy intizomga qat’iy buysunmaydilar.

Pul bozori – moliyaviy bozorning tarkibiy qismi bo‘lib, unda pul va tenglashtirilgan moliyaviy aktivlar harakati ularga bo‘lgan talab va taklif ta’sirida uyg‘unlashtiriladi.

Real jamoa komandasi – bu jamoadagi insonlar kompetentlik borasida bir-birlarini to‘ldiruvchi, jamoa maqsadlari va javobgarligini to‘lig‘icha qabul qiluvchi potensial va yuqori samarali jamoa komandalari o‘rtasidagi guruhli faollikning oraliq holati hisoblanadi, ammo bu o‘rinda sinergiya samarasi to‘lig‘icha namoyon bo‘lmaydi.

Resipientlar – bu innovatsiyalarning bozorga olib chiqilishini tezlashtirish orqali qo‘shimcha daromad olishni istagan va innovatsiyalarni birinchilardan bo‘lib o‘zlashtirgan tadbirkorlardir. Ular “pioner” tashkilotlar nomini olishgan.

Reeksport – qandaydir mamlakat ishlab chiqaruvchi mamlakatdan tovarlarni o‘z iste’moli uchun emas, balki uchinchi mamlakatga qayta sotish uchun sotib olishi.

Reimport – iste’molchi mamlakatdan reeksport tovarlarni sotib olish.

Samarali bandlik – xodimlarning o‘z mehnati natijalaridan to‘liq iqtisodiy manfaatdorligining ta’minlanishi zarurligini anglatadi.

Sifat – buyumlar va xizmatlarning iste’molchilarning xohish va istaklariga to‘la qonli ravishda javob bera olish qobiliyati.

Strategik rejalashtirish – bozordagi vaziyat va korxonaning potensial imkoniyatlari bilan korxonaga maqsadlarining strategik jihatdan o‘zaro muvofiqligini ta’minlash va yaratish borasidagi boshqaruv jarayoni va shuningdek, uzoq muddatli istiqbol uchun korxonaga moliyaviy faoliyatini bashoratlash.

Savdo texnologiyasi – ma’lum bir usul va vositalardan foydalanish asnosida tovarlar harakatini tashkil etish va tovarlarni sotishda parallel ravishda yoki ketma-ketlikda bajariluvchi operatsiya va amaliyotlarning umumiyliigi.

To‘lovga qobillik – pul va qarz majburiyatlarini o‘z vaqtida bajara olishiga imkon beruvchi yuridik va jismoniy shaxslarning moliyaviy holati.

To‘g‘ridan-to‘g‘ri boshqaruv aloqalari – boshqaruv tizimi tomonidan ishlab chiqiluvchi, boshqarish tusidagi ko‘rsatmalar.

Texnologik jarayon – ishlarning ma’lum bir turini bajarish uchun zarur bo‘lgan texnologik operatsiyalarning ketma-ketligi.

Texnologik tavakkalchilik – ijtimoiy va ekologik muhitning sifat o‘zgarishlari bilan bog‘liq bo‘lgan ishlab chiqarish jarayoni natijalari va ayni

chog'da mazkur jarayonning o'zining ham inson salomatligi va tabiiy muhitga salbiy ta'sirining barcha ko'rinishlari.

Texnologik bashoratlash – texnologik jarayonlar va asbob-uskunalar, buyumlarning iste'mol xususiyatlari va shuningdek ishlab chiqarish xarajatlaridagi tegishli o'zgarishlarning kelgusida qay tarzda o'zgarishi aniqlab beriluvchi jarayon.

Texnologiya – tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish uchun foydalanish mumkin bo'lgan iqtisodiy resurslarni uyg'unlashtirishning turli usullari.

To'liq bandlik – mehnatga layoqatli bo'lgan va ishlashni xohlagan barcha kishilarning ish bilan ta'minlanganini anglatadi.

Tijorat krediti – bu korxonalar, tadbirkorlar va boshqa xo'jalik subyektlarining bir-biriga beradigan qarzlari.

Takomillashtiruvchi innovatsiyalar – bazisli innovatsiyalarni rivojlantirish va o'zgartirishga yo'naltirilgan bo'lib, bu kichik, ammo mahsulot, servis va jarayonlarning muhim bo'lgan takomillashtirilishidir.

Texnologik turtki gipotezasi – har bir texnologiya rivojlanishining ma'lum bir chegarasi mavjud bo'lib, texnologiya ana shu chegaraga yetganda o'zining barcha imkoniyatlarini to'laligicha sarflab bo'ladi va korxonaning mazkur texnologiya asosida o'z ishlab chiqarish samaradorligini oshirish salohiyati deyarli yo'qqa chiqadi. Mazkur holatda korxonalar raqobatli bozor muhitida yashab qolishlari uchun o'z qo'llarida mavjud texnologiyalarning eng samaralisini tanlashga majbur bo'ladilar.

Tarmoqning innovatsion salohiyati – iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarida innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqarish va tarmoqlar innovatsion imkoniyatining shakllanishi bo'yicha turli xo'jalik faoliyatidagi subyektlarning takror ishlab chiqarish jarayonidagi innovatsion faoliyatni amalga oshiruvchi iqtisodiy imkoniyatlari tushuniladi.

Texnopark – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko'ra bitta yoki bir nechta Oliy ta'lim muassasi (OTM) bilan yoki ilmiy markazlar, korxonalar, mahalliy boshqaruv organlari bilan yaqin hamkorlik aloqalariga ega bo'lgan yuridik maqomdagi tashkilot.

To'g'ri mahsulot – bu iste'molchining ehtiyojlarini qondira oladigan, raqobatlashayotgan mahsulotga nisbatan yaxshilangan qadr- qiymatga ega bo'lgan, joriy xarajatlarni qoplash uchun daromadlarga ega bo'lish va yetarlicha foyda olish imkonini beruvchi mahsulotdir.

Tashabbuskorlik – proaktivlik, g'ayrat-shijoat, raqobatbardoshlikda namoyon bo'ladi.

Tashkiliy tuzilma – tizim bo'g'inlari o'rtasidagi funksiyalar, kommunikativ aloqalar, tarkibiy elementlarning murakkablik va tabaqalanish darajasi.

“O‘zak mahsulot” – xaridorning shartnoma bo‘yicha olishi ko‘zda tutilgan muayyan tip, tur va sinfga tegishli bo‘lgan mahsulot; masalan-shaxsiy kompyuter.

Friskati yo‘riqnomasi – 1963-yilning iyunida Italiyaning Friskati shahrida Iqtisodiy rivojlanish va hamkorlik tashkilotining (IRXT) yig‘ilishida “Ilmiy tadqiqotlar va eksperimental taraqqiyotni baholash uchun tavsiya etilgan standartlar” - deb rasmiy nom olgan “Friskati yo‘riqnomasi” yaratilgan.

Hududning innovatsion salohiyati – uning yalpi innovatsion imkoniyatlari, takror ishlab chiqarish jarayonida innovatsion faoliyatini amalga oshirish bo‘yicha iqtisodiy munosabatlar tizimi va hududning yalpi innovatsion resurslari bilan ifodalanadi.

Xalqaro iqtisodiy integratsiya – jahon mamlakatlari o‘zaro iqtisodiy aloqalarining chuqurlashuvi va barqaror rivojlanishi hamda milliy xo‘jaliklar o‘rtasidagi mehnat taqsimoti asosida ular xo‘jalik aloqalarining birlashish jarayoni.

Chiqitsiz texnologiya – birlamchi xomashyo va materiallardan to‘laligicha foydalanish asosida mahsulot olinishini ta‘min etuvchi texnologiya. Chiqitsiz texnologiya chiqindilarni utilizatsiya qilish, xomashyo va materiallardan majmual foydalanish, yopiq siklli ishlab chiqarishlarni tashkil etishni o‘z ichiga oladi. Chiqitsiz texnologiya – har qanday ishlab chiqarishning ekologik strategiyasi sanaladi.

Eksport – tovarlarni chet ellik mijozlarga sotish bo‘lib, bunda mazkur mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarlar mamlakatdan tashqariga chiqariladi.

Yuqori texnologiya – eng yuqori darajadagi xalqaro tavsifiga ega bo‘lgan va iqtisodiyotning har qaysi tarmog‘ida yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish va yaratish borasidagi axborot, bilim, tajriba va moddiy resurslarning umumiyligi.

Yangilik (novatsiya) – turli sohalarda rasmiylashtirilgan fundamental, amaliy tadqiqot va ishlanmalar natijasi (yangi bilim, uslub, ixtiro).

MUNDARIJA

1-MAVZU. INNOVATSION IQTISODIYOTNING UMUMIY ASOSLARI		
1.	Innovatsion iqtisodiyotning umumiy asoslari, fanning predmeti, maqsad va vazifalari.....	
2.	Innovatsion iqtisodiyotni o‘rganish bo‘yicha usul va yondashuvlar	
3.	O‘zbekistonda innovatsion iqtisodiyot rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar.....	
2-MAVZU. INNOVATSIYA NAZARIYASI: TEXNOLOGIYA VA SAMARADORLIK		
1.	Innovatsiyalarning mohiyati va xususiyatlari.....	
2.	Innovatsiyalar va tadbirkorlik.....	
3.	Innovatsiyalarni tasniflash.....	
4.	Innovatsiya to‘g‘risidagi nazariyalarni rivojlanishining asosiy bosqichlari.....	
3-MAVZU. INNOVASIYALARNING ENDOGEN XUSUSIYATLARI		
1.	Endogen o‘shish nazariyasining investitsiyaga ta’siri...	
2.	Innovatsiyalarning turlari va ularning endogen xususiyatlari.....	
3.	“Texnologik turtki“ gipotezasi va texnologik ukladlar...	
4-MAVZU. INNOVASIYALARNING IQTISODIY AHAMIYATI		
1.	Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish strategiyasi.....	
2.	Korxonaning innovatsion salohiyati. Innovatsiyalarni joriy etishning iqtisodiy mexanizmi.....	
3.	Innovatsion g‘oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika yarmarkasining tutgan o‘rni.....	
5-MAVZU. INNOVATSION JARAYONLARNING MODELLARI		
1.	Innovatsion jarayonning mohiyati va shakllari.....	
2.	Innovatsion jarayon modellari.....	
3.	Innovatsion jarayonlar va zamonaviy biznes modellari..	

6-MAVZU. BIZNES G‘OYADAN-BIZNES MODELGA		
1.	Biznes g‘oyani yaratish.....	
2.	Biznesni modellashtirish asoslari.....	
3.	M.Jonson, K.Kristensen, X.Kagerman biznes modeli....	
4.	Biznes-modelni shakllantirish: A. Ostervalder yondashuvi.....	
5.	Biznes-modelni biznes-rejaga aylantirish.....	
7-MAVZU. MILLIY IQTISODIYOTNING INNOVATSION SALOHIYATI VA UNDA FOYDALANISH		
1.	Innovatsion salohiyatning mazmuni, tarkibi va amal qilish tamoyillari.....	
2.	Innovatsion salohiyat shakllanishi va uning o‘zgarishiga ta’sir qiluvchi omillar.....	
3.	Innovatsion salohiyatdan foydalanish darajasini baholash uslubiyati va uning O‘zbekistonda qo‘llanilishi.....	
4.	Innovatsion salohiyatdan samarali foydalanishning xorij tajribalari.....	
8-MAVZU. INTELLEKTUAL KAPITAL, INTELLEKTUAL MULKNI SHAKLLANTIRISH VA BOSHQARISH		
1.	Intellectual mulk va kapital tushunchasi.....	
2.	Intellectual huquqlar.....	
3.	Intellectual mulk va kapitalni muhofaza qilishning ahamiyati.....	
4.	Intellectual mulk va kapital obyektlarini muhofaza qilish usullari.....	
9- MAVZU. O‘ZBEKISTONNING MILIY INNOVATSION TIZIMI		
1.	Innovatsion muhit tushunchasi va uning tuzilmasi.....	
2.	Milliy innovatsion tizimni shakllantirishning asosiy qoidalari, o‘ziga xos jihatlari va tendensiyalari.....	
3.	O‘zbekiston Respublikasining milliy innovatsion tizimining subyektli funksional sxemasi.....	
4.	Milliy iqtisodiyotda innovatsion infratuzilmasining shakllanishi va rivojlanishi.....	
10-MAVZU. ILMIY KASHFIYOTLAR, IXTIROLAR VA		

ULARNI LITSENZIYALASH		
1.	Ilmiy kashfiyotlar, ixtiro, patentlarning mohiyati va asosiy turlari.....	
2.	Ixtiro, patent va litsenziyalash.....	
3.	Intellectual mulkni boshqarish	
11-MAVZU. INNOVATSION IQTISODIYOTDA MENEJMENT STRATEGIYALARI		
1.	Innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozori va innovatsion marketingning o'ziga xos xususiyatlari.....	
2.	Innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozorida iste'molchilarining asosiy guruhlari.....	
3.	Innovatsion mahsulotlarni bozorga olib kirishda innovatsion mahsulotlar, xizmatlar bozorini tahlil qilish	
4.	Innovatsion mahsulotlar va xizmatlar bozorida muvaffaqiyatga erishish omillari.....	
5.	Bozorda innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni pozitsiyalash va olib kirish strategiyasi.....	
12-MAVZU. INNOVATSION LOYIHALARNI MOLIYALASHTIRISH TIZIMI		
1.	Hayotiylik siklining turli bosqichlarida kompaniyaning innovatsion faoliyatini moliyalashtirish.....	
2.	Rivojlanishning dastlabki bosqichlarida innovatsion faoliyatni moliyalashtirish manbalari.....	
3.	Innovatsion loyihalarni moliyalashtirish tizimi, davlat grantlari, fundamental, amaliy va innovatsion loyihalar	
4.	Venchur fondlarining tashqil etilishi. Innovatsion loyihalarni moliyalashtirishning xorij tajribasi.....	
5.	Investitsion bitimlarni tuzish.....	
13-MAVZU. INNOVATSION SOHADA KADRLARNI BOSHQARISH MEXANIZMI		
1.	Innovatsion biznesda inson resurslarining samaradorligini belgilovchi omillar.....	
2.	Innovatsion jarayonining asosiy ishtirokchilari.....	
3.	Insonning innovatsion salohiyatini ro'yobga chiqarishning asoslari va shart-sharoitlari.....	
14-MAVZU. INNOVATSION LOYIHA JAMOASINI		

SHAKLLANTIRISH		
1.	Innovatsion startup jamoa komandasining zarurligi, uning tarkibiy tuzilmasi.....	
2.	Jamoa tiplari.....	
3.	Kompaniyaning rivojlanishi asnosida jamoa dinamikasi	
4.	Innovatsion loyiha jamoasini shakllantirish, asoslash, motivatsiyalash va rivojlantirish tamoyillari.....	
15-MAVZU. INNOVATSION LOYIHANING QIYMATI VA SAMARADORLIGINI BAHOLASH		
1.	Innovatsion loyiha tavakkalchiliklari.....	
2.	Loyihani amalga oshirish va uning samaradorligini nazorat qilish.....	
3.	Diskontlash stavkasini aniqlash bo'yicha yondashuvlar..	
4.	Innovatsion loyihaning samaradorlik ko'rsatkichlari.....	
5.	Innovatsion loyihaning qiymatini baholash bo'yicha yondashuvlar.....	
6.	Innovatsion loyihalarning samaradorligi va qiymatini baholashdagi cheklashlar.....	
16-MAVZU. BIZNESNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH		
1.	Ochiq bozorlarda innovatsiyalarni xarid qilish biznesni innovatsion rivojlantirish usullaridan biri sifatida.....	
2.	Yangi texnologiyalarni joriy etishda innovatsion rivojlanishning omillari.....	
3.	Yangi texnologiyalarni joriy qilish orqali kompaniyalarni muvaffaqiyatli innovatsion rivojlantirish borasida misollar.....	
17-MAVZU. INNOVATSION G'OYALAR, ISHLANMALAR VA TEXNOLOGIYALARNI AMALGA OSHIRISHDA KLASTER USULLARINI QO'LLASH		
1.	Innovatsion texnologiyalarni amalga oshirishda klaster usulining mohiyati va qo'llashning ahamiyati.....	
2.	Innovatsion klaster doirasida fan, ta'lim va ishlab chiqarish integratsiyasini tashqil etishning uslubiy jihatlari.....	
3.	Klaster – ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va iqtisodiy o'sishni ta'minlashning muhim	

	omilidir.....	
18-MAVZU. INNOVATSION FAOLIYATNI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISH		
1.	Bozor sharoitida innovatsiyalar va korxonalar taraqqiyotining asosiy yo‘nalishlari.....	
2.	Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida innovatsion faoliyatni boshqarish tajribasi.....	
3.	Davlatning innovatsion siyosati korxonalar raqobatbardoshligini oshrishning muhim omili sifatida.....	
4.	O‘zbekiston Respublikasida innovatsion faoliyatni rivojlantirish konsepsiyasi asoslari.....	