KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA INNOVATSION ISHLANMALARNI JORIY ETISHNI RAG‘BATLANTIRISH YO’LLARI

Musayev Ozodjon Shavkat o‘g‘li
TDIU, Biznes boshqaruvi kafedrasi katta o’qituvchisi PhD.
https://doi.org/10.5281/zenodo.15629276

Annotasiya. *Mazkur maqolada kichik biznes subyektlari faoliyatida innovatsion ishlanmalarni joriy etishni rag‘batlantirish yo’llari va istiqbollari ko‘rib chiqilgan.*

Innovatsiyalar biznes egalariga juda katta foyda keltirish imkoniyati mavjud bo‘lishiga qaramasdan, ko‘pincha kichik biznes subyektlarini o‘z faoliyatiga innovatsion ishlanmalarni joriy etishdan manfaatdorligining pastligi holatlari kuzatiladi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, ko‘plab olim va mutaxassislar tomonidan mazkur holatning quyidagi sabablariga asosiy urg‘u beriladi.

Innovatsiyalarga sarflanadigan xarajatlar, shu jumladan, tranzaksiya sarflari (Leeman va boshq, 2019), agar ular juda qimmat yoki imkon darajasidan tashqarida deb hisoblansa, joriy qilish uchun jiddiy to‘siq bo‘lishi mumkin. Ilk CFIR bu konstruksiyaga batafsilroq to‘xtalib, innovatsiyani sotib olish, unga obuna bo‘lish yoki foydalanish uchun sarflar, shuningdek, innovatsiya bilan bog‘liq o‘qitish xarajatlari qabul qilish va joriy qilishda muhim omil ekanligini ta’kidlagan. Shunisi e’tiborliki, innovatsiyalar zaminida ilm va tadqiqot ishlari mavjud bo‘lib, vaqt o‘tishi bilan ularning qiymati oshib boradi. Bu borada AQSh Kuinni tabiiy resurslar kolleji, “Atrof-muhit va jamiyat” kafedrasi professori Jozef Teynterning ta’kidlashicha, “Tobora murakkablashib borayotgan jamiyat sharoitida innovatsiyalar qiymati oshib bormoqda. Hozirgi kunda innovatsiyalarni tadqiq qilish, ishlab chiqish va joriy etish uchun oldingi bir necha o‘n yilliklarga qaraganda ko‘proq odamlar, investitsiyalar va energiya talab qilinadi.

Biroq, moliyaviy to‘siqlarga qaramasdan, kichik biznes o‘z xususiyatiga ko‘ra innovatsion ishlanmalarni joriy etishda yetakchilik qilishi lozim. Chunki, oldingi o‘rinlarda bayon etilganidek, kichik tadbirkorlik tuzilmalari mazmunida innovatsiyalarga intilish kuchliroq namoyon bo‘ladi. Buni, o‘z faoliyatini kichik biznes yoki startap ko‘rinishida boshlagan hamda innovatsion ishlanmalar joriy etish evaziga o‘z kapital qiymatini ahamiyatli darajada o‘stirishga erishgan kompaniyalar misolida ko‘rish mumkin.

Faoliyatini kichik biznes yoki startap ko‘rinishida boshlagan hamda innovatsion ishlanmalar joriy etish evaziga o‘z kapital qiymatini ahamiyatli darajada o‘stirishga erishgan kompaniyalar

Kompaniya	Mamlakat	Sanoat tarmog‘i	Innovatsiya mazmuni	Kompaniya taxminiy qiymati (mlrd. doll.)	Innovatsiyaga sarflangan mablag‘ (mln. doll.)
Dropbox	AQSh	Bulutli saqlash	Qulay va oson bulutli saqlash integratsiyasi	10.0	630

Warby Parker	AQSh	Ko‘zoynaklar	Onlayn ko‘zoynaklarga buyurtma berish va uyda sinash	3.0	15
Innocent Drinks	Buyuk Britaniya	Ichimliklar	Konservantlar yoki shakarsiz tabiiy ichimliklar	0.5	-*
Spanx	AQSh	Kiyim-kechak	Qulay va ko‘rinmaydigan korrektirli kiyimlar	1.2	-
Airbnb	AQSh	Mehmondo‘stlik	An’anaviy mehmonxonalarga muqobil uy ijarasi	75.0	1000
Slack	AQSh	Kommunikatsiya	Jamoalar uchun kommunikatsiya platformasi	27.0	250
Patagonia	AQSh	Autdor uskunalari	Ekologik barqarorlikka e’tibor qaratish	1.0	-
Zappos	AQSh	Chakana savdo	Mijozlarga yuqori darajada xizmat ko‘rsatish va yengil qaytarib berish jarayoni	1.2	-
Square	AQSh	To‘lovlar	Kichik bizneslar uchun mobil kartalar o‘quvchisi	6.0	600
Tesla	AQSh	Avtomobil	Zamonaviy va samarali elektr avtomobillari	700.0	3700

Bundan ko‘rinadiki, bu boradagi echim sifatida davlat tomonidan kichik biznes subyektlarini innovatsion ishlanmalarni joriy etish uchun moliyaviy resurslar bilan ta’minlashning samarali yo‘llarini topish hisoblanadi. Bu borada rivojlangan mamlakatlarda kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash shakllarini misol sifatida keltirish mumkin.

Innovatsion tadbirkorlik – yangilik yaratishning alohida ijodkorlik jarayonidir, xo‘jalik jarayoni, uning zamirida muntazam yangi imkoniyatlarni izlash, innovatsiyalarga yo‘naltirilganlik

yotadi. Bu mavjud loyihani takomillashtirish, yangisini amalga oshirishdagi tavakkalchilikni, shuningdek, bu jarayonda yuzaga keladigan moliyaviy, ma'naviy va ijtimoiy javobgarlikni tadbirkor o'z zimmasiga olishga tayyor ekanligi bilan bog'liq. Innovatsion tadbirkorlik jarayonida o'z xususiyatlariga ko'ra innovatsiyalar orqali yangilik kiritish amaliy foydalanish orqali (mahsulot va xizmatlar, yangi turdagi mahsulotlar) va texnologiyalar vositasida ishlab chiqariladi.

Innovatsiya yoki yangilik kiritish yangi jarayon, yangi vositani mahsulot jarayonini (texnik, iqtisodiy, tashkiliy, madaniy v.b.) yaratish va foydalanish. Faoliyat vositalari mahsulot va uslublarini takomillashtiruvchi radikal yangilik va yangiliklarni ajratadi.

Bizning tadqiqotimiz jarayonida mamlakatimizda innovatsiyalarni aynan beshta asosiy turga ajratamiz:

– mahsulotga oid innovatsiyalar;
– texnologiya jarayoniga oid innovatsiyalar;
– marketingga oid innovatsiyalar;
– tashkiliy innovatsiyalar;
– ijtimoiy innovatsiyalar[1].

Innovatsion tadbirkorlikning birinchi turi mos ravishda kichik biznes va tadbirkorning sotish salohiyatini yangilash, mo'ljallangan jarayoni, o'z navbatida, olinadigan foyda hajmini ko'paytirish, bozordagi ulushining kengaytirilishi, mijozlarni ushlab turish, mustaqil holatni mustahkamlash, nufuzini oshirish, yangi ish joylarini yaratishga qaratilgan, texnik va texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulotni (ishlarni va xizmatlarni) ishlab chiqarishga hamda joriy etishga qaratilgan innovatsiyalardir.

Texnologik innovatsiyalar – energiya, ishlab chiqarish salohiyatini yangilash jarayoni bo'lib, tejash va mehnat unumdorligini oshirishga va energiya xom-ashyosi va boshqa resurslarni oshirishga qaratilgan, bu foyda hajmini oshirishga imkon beradi. Texnika xavfsizligini takomillashtirish, atrof-muhitni muhofaza qilish tadbirlarini o'tkazish, tadbirkorning ichki axborot tizimlaridan samarali foydalanish imkoniyatini yaratib beradi. Texnik va texnologik jihatdan yangi yoki takomillashtirilgan ishlab chiqarish yoxud ta'lim usullarini ishlab chiqish va joriy etishga, shuningdek, texnologiyalar transferini amalga oshirishga qaratilgan innovatsiyalar.

Marketingga oid innovatsiyalar mahsulotlarning dizayni va qadoqlaridagi o'zgarishlarni qamrab oluvchi yangi yoki takomillashtirilgan usullarni joriy etishga, mahsulotni (ishlarni va xizmatlarni) sotish va taqdim etishning yangi usullaridan foydalanishga, yangi narxlash strategiyalarini shakllantirishga qaratilgan innovatsiyalardir.

Tashkiliy innovatsiyalar biznesni tashkil etish va yuritish, ish o'rinlarini tashkil etish va tashqi aloqalarni yo'lga qo'yishning yangi yoki takomillashtirilgan usullarini joriy etishga qaratilgan innovatsiyalardir.

Ijtimoiy innovatsiyalar korxonaning ijtimoiy muhitini rejali yaxshilash jarayonidir. Bu turdagi innovatsiyani tatbiq etish bozorda ishchi kuchi imkoniyatlarini yanada kengaytiradi, tashkilot personalini qo'yilgan maqsad sari safarbar etadi, korxonaning ijtimoiy majburiyatlarga nisbatan ishonchini mustahkamlaydi.

Innovatsion jarayonni tashkil etish usuli asosida korxonada innovatsion tadbirkorlikning uch modelini alohida ko'rsatish mumkin:

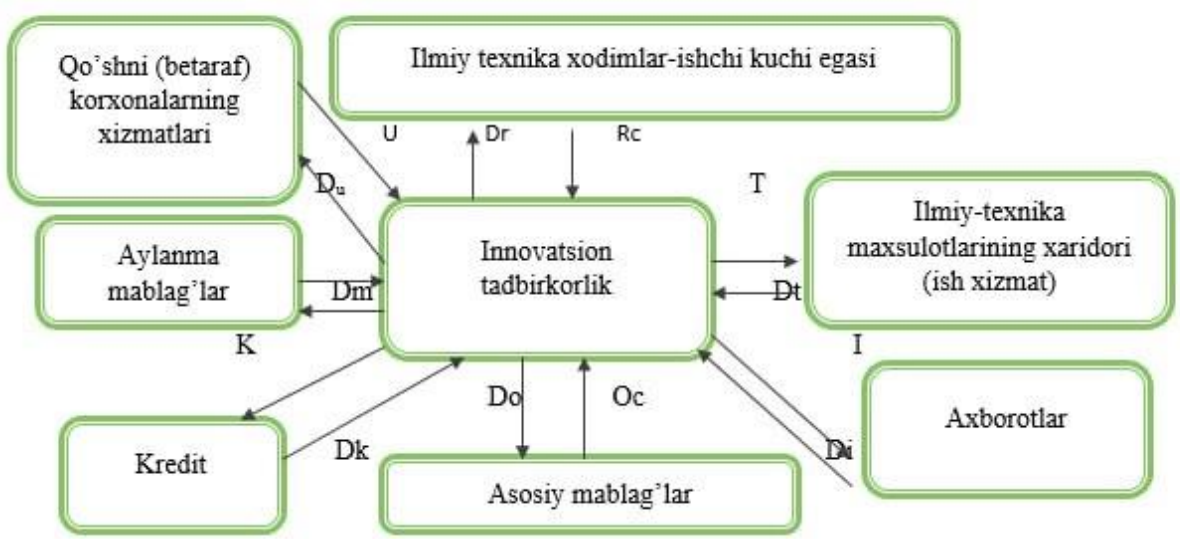
[1] Ўзбекистон Республикасининг "Инновацион фаолият тўғрисида"ги Қонуни 18-модда. www.Lex.uz.

- ichki tashkilotchilik asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda innovatsiya firma ichida uning maxsus bo‘linmalari tomonidan innovatsion loyiha bo‘yicha ularning rejalashtirish va nazorat asosida o‘zaro harakatida yaratiladi;

- shartnomalar yordamida tashqi tashkilot asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda o‘zlashtirishga buyurtma, innovatsiya tarafdor tashkilotlar o‘rtasida joylashtiriladi;

- investorlar yordamida tashqi tashkilot asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda firma innovatsion loyihaning tatbiqi uchun qo‘shimcha tomonlarning mablag‘larini jalb etuvchi shu'ba investor firmalarini ta’sis etadi.

Ko‘p hollarda innovatsion tadbirkorlikning ikkinchi modelidan foydalaniladi, ya'ni tadbirkor yangiliklarni ishlab chiqishga buyurtma bermaydi, balki ularni o‘z kuchi bilan o‘zlashtiradi. Innovatsion tadbirkorlikning barcha turlari asosida mahsulot (tovar, xizmat)larning yangi turlarini tayyorlash, buyumlar yaratish, boyliklarni yaxshiliklarga yaratish va o‘zlashtirish yotadi. Bunday tadbirkorlikning asosiy va muhim qismi kelgusida iste’molchi va xaridorlarga yetkazib beriladigan ilmiy-texnik mahsulot, tovar, ish, axborot, intellektual boylik yaratish va ishlab chiqarishdir. Innovatsion tadbirkorlikning namunaviy chizmasi 1.2-rasmda keltirilgan.



1-rasm. Innovatsion tadbirkorlikning namunaviy sxemasi[2]

Tadbirkorga yangi turdagi mahsulot (tovar, xizmat)larni ishlab chiqarish va o‘zlashtirish uchun ilmiy-texnik mahsulot yaratish jarayonida ishlatiladigan, materiallarni qayta ishlash uchun energiya va boshqa ko‘rinishdagi aylanma mablag‘ kerak bo‘ladi. Bundan tashqari, ilmiy-texnik mahsulot ishlab chiqarishda foydalanishi mumkin bo‘lgan jamlovchi mahsulotlarga, yarim-fabrikatlarga, ya’ni tayyor tarkibiy qismlarga ehtiyoj yuzaga kelishi mumkin.

Zarur materiallar, xom-ashyo va jamlovchi mahsulotlarni (M) tadbirkor material soni va uning bahosidan kelib chiqqan holda, ularning qiymatini to‘lab, aylanma mablag‘ egalaridan sotib oladi. Ilmiy-texnik mahsulot (tovar, xizmat)lar ishlab chiqarish uchun korxonaga, shuningdek, inshoot ko‘rinishida asosiy vositalar, bino, maxsus asbob-uskuna, asbob va boshqalar zarur. Tashkilot ularni sotib olishi yoki asosiy vosita egalaridan ma’lum vaqtga ijaraga olishi mumkin.

[2] Muallif ishlanmasi.

Innovatsion faoliyatga zarur bo‘lgan narsalar uchun mulkdorlarga pul miqdorini to‘lashi lozim, pul miqdori asosiy vositalarning turi, soni va bahosiga bog‘liq bo‘lganligi sababli, uning uchun bu to‘rt bosqichni yanada bo‘laklarga bo‘lish lozim (1.3-rasm).

Asosiy vositalarning ijarasida to‘lov uning ishlatilish muddatiga bog‘liq bo‘ladi.

Shuni ta’kidlash lozimki, sanab o‘tilgan bosqichlar doim ham ketma-ketlikda amalga oshirilmaydi, ayrim bosqichlar ko‘pincha parallel ravishda amalga oshiriladi va bu innovatsion faoliyat jarayonini tezlashtiradi. Darhaqiqat, biznes-rejani ishlab chiqish bilan birga g‘oyalar tanlanadi va baholanadi, shu vaqtning o‘zida yaratilayotgan innovatsion tashkilot davlat ro‘yxatidan o‘tkazilishi va patent olish uchun talabnoma berilishi mumkin.

Innovatsion tadbirkorlik uchun yangi g‘oyalarni izlash va yaratilayotgan intellektual mahsulotni himoya qilish kabi bosqichlari aynan muhim ahamiyat kasb etadi. Shunday qilib, innovatsion g‘oyani noyob mahsulot, tovar, xizmat yoki ularning yaxshilangan variantlari, modifikatsiyalarini, shuningdek, yangi nusxalarini ishlab chiqarish kabi real mavjud imkoniyat deb belgilashimiz mumkin. Tadbirkor o‘zi uchun, shuningdek, unga qandaydir ma’lum innovatsion g‘oyani topishga ko‘mak beruvchi axborot manbalarini alohida ajratishi muhim. Bunday manbalar bozor va bozor ehtiyojlari haqidagi aniq bilimlar, yangi texnologiya, materiallar, ishlab chiqarish uslublarining paydo bo‘lishi, ta’minotdagi ma’lum mahsulotga ehtiyojning tarkibiy yoki geografik uzilishlari bo‘lishi, innovatsion g‘oyalarning aniq manbalari sifatida namoyon bo‘lishi mumkin:

– iste’molchilar, ya’ni iste’mol talabini o‘rganish;

– mahsulot, xizmatning takomillashtirilgan, yangi noyob variantlarini yaratishga imkon beruvchi, yangi material, tovar xususiyatlari yoki ixtirochilik bilan mashg‘ul bo‘lgan olimlar;

– raqobatchilar, ayrim hollarda iste’mol talabini o‘rganishga qaratilgan ularning faoliyati, tadbirkorni o‘zining shaxsiy innovatsion g‘oyasini shakllantirishga turtki bo‘lishi;

– savdo agentlari, dilerlar va boshqa vositalar;

– innovatsion faoliyatning ma’lum elementlari bo‘yicha tadbirkorning maslahatchilari;

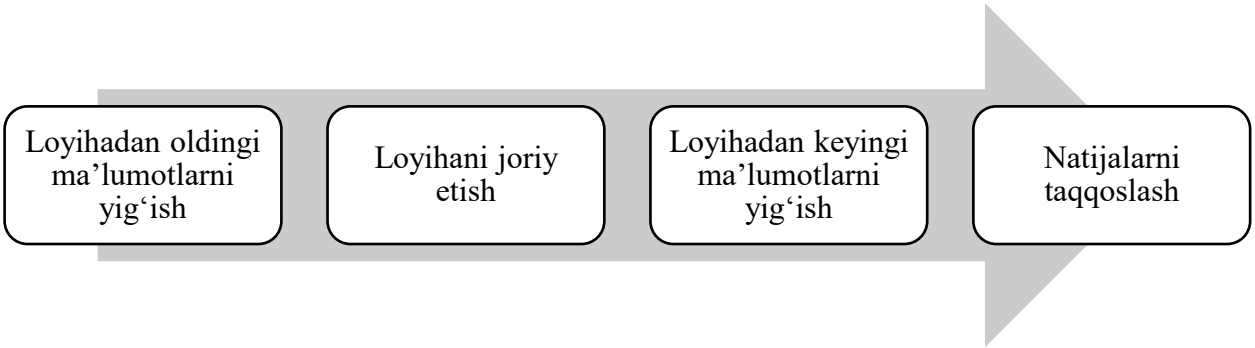
– bevosita korxona xodimlari.

Ayrim firmalarda innovatsion g‘oyalar manbai sifatida aynan korxona xodimlaridan faol foydalanadilar, buning uchun yangi tovarlarni ishlab chiqarish bo‘yicha rag‘batlantirishning alohida usullarini qo‘llaydilar.

Yangilik kiritishga imkon beruvchi vazifa shunday: tashkilotdagi har kim zaif bo‘g‘in mavjudligini biladi, lekin hech kim chora ko‘rmaydi. Lekin, yangilik kiritilishi bilan u ma’lum narsa kabi qabul qilinadi va tezda me’yorga aylanadi. Bu manbani ishlatishdagi muhim daqiqa, aytilayotgan ehtiyojni qondirish uchun yangi bilimlar olish zaruratidir. Kompaniya va soha uchun yangilik kiritishning eng so‘nggisi bozor yoki tarmoqning taraqqiylik o‘zgarishi hisoblanadi. Ushbu tarkib ko‘p yillar davomida o‘zgarishsiz qolishi va muqim yangilik ko‘rinishida bo‘lishi mumkin, haqiqatda u “zaif” bo‘ladi. Soha tarkibidagi kutilayotgan o‘zgarishning tavsifli belgilari tezkor rivojlanish va texnologiyalarning uyg‘unlashuvidir.

Innovatsion g‘oyalarning eng muhim manbalaridan biri – demografik o‘zgarishlardir (aholi tarkibidagi, jins va yosh tizimidagi, avlodlar almashinuvi, ish bilan bandligi, ma’lumot darajasidagi daromadi). Ushbu o‘zgarishlarning muhimligi, ularni hisobga olish zarurati tan olingan, lekin, shu bilan birga, ushbu o‘zgarishlarni kundalik ish amaliyotida hisobga olish muhim emas, degan qat’iy fikr ham mavjud. Ular aynan kundalik ish amaliyotida hisobga olinmaganligi bilan innovatsion tadbirkorlik uchun muhimdir.

O‘zbekistonda kichik biznes korxonalarida innovatsion jarayonlarni qo‘llab-quvvatlash shakl va tuzilmalarini kengaytirish uchun avvalo ularning ta’sir natijasi, ya’ni samarasini to‘g‘ri baholash kerak. Ushbu zarurat tegishli xizmatlardan foydalanish evaziga kichik biznes subyektlari olayotgan iqtisodiy nafni aniq xis etgan boshqa tadbirkorlar tomonidan ham qiziqish hosil qilish orqali ham namoyon bo‘ladi. Biroq, masalaning mushkul jihati – innovatsion kichik biznes korxonasi erishgan umumiy natijaning aynan qaysi qismi qo‘llab-quvvatlash tizimining ta’siri samarasi hisoblanishini aniqlashdan iborat. Bunda eng maqbul usul “loyiha bilan – loyihasiz” usuli hisoblanadi. “Loyiha bilan – loyihasiz” usuli (yoki “loyiha oldi va loyihadan keyin” nazorat usuli) – bu baholash usuli bo‘lib, u loyiha yoki tashabbus amalga oshirilishidan oldingi va keyingi natijalarni solishtirish uchun qo‘llaniladi. U loyiha amalga oshirilgandan keyin natijalar qanchalik o‘zgarganini aniqlashga yordam beradi.



2-rasm. “Loyiha bilan – loyihasiz” usulini amalga oshirishning asosiy qadamlari

Birinchi qadamda loyiha amalga oshirilishidan oldin asosiy ko‘rsatkichlar (masalan, sotuv hajmi, mehnat unumdorligi, yalpi daromad va h.k.) qayd qilinadi. Bu “nazorat guruhi”, ya’ni tizimning loyihasiz holati bo‘ladi. Ikkinchi qadamda mavjud vaziyatni o‘zgartirish yoki yaxshilash uchun loyiha yoki tashabbus amalga oshiriladi. Uchinchi qadamda loyiha tugagandan keyingi xuddi shu asosiy ko‘rsatkichlar qayd qilinadi, shu bilan natijalarning avvalgi ma’lumotlar bilan qiyoslash o‘tkaziladi. To‘rtinchi qadamda loyiha amalga oshirilishidan oldingi va keyingi ma’lumotlar taqqoslanadi, o‘zgarishlar aniqlanadi va ular to‘g‘ridan-to‘g‘ri loyiha bilan bog‘liq ekanligini baholanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Qonuni. “Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishini ta'minlashga, xususiy mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatidan yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar qabul qilinganligi munosabati bilan O‘zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida”. –T.: 2016 yil 29 dekabr', №O‘RQ-418.2
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. “Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishini ta'minlashga, xususiy mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatidan yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”. –T.: 2016 yil 5 oktyabr', PF-4848-son.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”. –T.: 2017 yil 7 fevral', PF-4947-son
4. https://stat.uz/uz/