



## TADBIRKORLIK SUBYEKTIDA STRATEGIK INNOVATSIYALARNI BOSHQARISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

**Shakirova Madinaxon Gafurdjanovna**

Xalqaro Nordik universiteti

ORCID: 0009-0002-6589-487X

[Madinochka\\_90@inbox.ru](mailto:Madinochka_90@inbox.ru)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada tadbirkorlik subyektida strategik innovatsiyalarni boshqarish nazariy jihatlari, kompaniyaning o'sishini ta'minlash va raqobatbardoshligini oshirish uchun zarur bo'lgan innovatsion strategiyalarni ishlab chiqish hamda amalga oshirish bo'yicha keng qamrovli tushunchalar taqdim etilgan. Shuningdek, strategik innovatsiya tushunchasining bir necha olimlarning qarashlari hamda innovatsiyaning yangi qiymat yaratishga ta'siri darajasi ko'rib chiqilgan. Shu bilan bir qatorda Oslo qo'llanmasi doirasida innovatsiyalarni tasniflash sxemasi ham tahlil qilingan.

**Kalit so'zlar:** innovatsiya, tadbirkorlik subyekti, strategik imkoniyatlar, innovatsion kontsepsiyalar, innovatsion salohiyatlar, mikro innovatsiyalar, davr innovatsiyalari.

## ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Шакирова Мадинахан Гафурджановна**

Международный университет Нордик

**Аннотация.** В данной статье дано комплексное понимание теоретических аспектов стратегического управления инновациями в хозяйствующем субъекте, разработки и реализации инновационных стратегий, необходимых для обеспечения роста компании и повышения ее конкурентоспособности. Также рассмотрены взгляды ряда ученых на концепцию стратегических инноваций и степень влияния инноваций на создание новой стоимости. Кроме того, была проанализирована схема классификации инноваций в рамках «Руководства Осло».

**Ключевые слова:** инновации, хозяйствующий субъект, стратегические возможности, инновационные концепции, инновационный потенциал, микроинновации, инновации периода.

## PECULIARITIES OF STRATEGIC INNOVATION MANAGEMENT IN A BUSINESS ENTITY

**Shakirova Madinaxan Gafurdjanovna**

International Nordic University

**Abstract.** This article provides a comprehensive understanding of the theoretical aspects of strategic innovation management in a business entity, the development and implementation of innovative strategies necessary to ensure the company's growth and increase its competitiveness. Also, the views of several scientists on the concept of strategic innovation and the degree of impact of innovation on creating new value are considered. In addition, the classification scheme of innovations within the framework of the Oslo manual was also analyzed.

**Key words:** innovation, business entity, strategic opportunities, innovative concepts, innovative potentials, micro-innovations, period innovations.

### **Kirish.**

Innovatsiya va strategiya integratsiyasi tadbirkorlik subyekti uchun raqobat ustunligini ta'minlash va bozor o'zgarishlariga tez moslashish imkonini beradi. Zamonaviy dunyoda faoliyatning barcha sohalarida innovatsiyalarning roli ortib bormoqda. Innovatsiyalar innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish va mehnat unumdorligini oshirish uchun harakatlantiruvchi omildir. Shu bilan birgalikda, barqaror tadbirkorlikning ajralmas tarkibiy qismi hamda tashkilotlarning raqobatdosh ustunliklarini shakllantirishga, shuningdek, bir butun sifatida hududlar, milliy iqtisodiyotlar va davlatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga yordam beradi.

Biroq, amalda O'zbekistonning yirik va kichik tadbirkorlik subyektlarida innovatsion rivojlanish darajasi yetarli emas va ularning innovatsion salohiyati darajasidan sezilarli darajada orqada qolmoqda. Albatta, bu, birinchi navbatda, real iqtisodiy sharoitda tadbirkorlik subyektlarining doimiy ravishda innovatsiyalarni yaratish va rivojlantirishga to'sqinlik qiluvchi omillarga duchor bo'lishi bilan bog'liq. Bunday omillar: global raqobatning kuchayishi, COVID-19 pandemiyasining salbiy oqibatlarining namoyon bo'lishi, iqtisodiy sanksiyalarning kuchaytirilishi hisoblanadi.

Shu bilan birga, iste'molchilarning mahsulot va xizmatlar sifatiga, narxlari va ularning iste'mol qiymatiga mos kelishiga bo'lgan talablari ortib bormoqda. Texnologik tuzilmalarning o'zgarishi, yangi nano, bioinjenering va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining paydo bo'lishi tovarlarning hayot aylanishining qisqarishiga va biznes jarayonlarining tezlashishiga olib keladi. Bu avval yaratilgan mahsulotlar va ilgari taqdim etilgan xizmatlarni ishlab chiqish va takomillashtirish, innovatsiyalarni yaratish hamda joriy etish, strategik ustuvorliklar va strategik imkoniyatlarni hisobga olgan holda boshqaruvni takomillashtirishga yangicha yondashuvlarni talab qiladi (Дарвиш, 2022).

Tashkilotlar, ayniqsa, kichik korxonalar doimiy ravishda bunday muammolarga duch kelishadi. Raqobat muhitining qiyinchiliklari va notinchligiga javoban, noqulay tashqi omillar va mavjud resurslar, innovatsion salohiyat va tashkilotlarning vakolatlarini hisobga olgan holda boshqaruv qarorlarini qabul qilish kerak. Shu bilan birga, innovatsiyalarni rivojlantirish bilan bog'liq muammolar tadbirkorlik subyektida innovatsiyalarni strategik boshqarishni, uning xususiyatlari va zamonaviy boshqaruv konsepsiyalarini hisobga olgan holda takomillashtirish bo'yicha uslubiy yondashuvlar hamda amaliy tavsiyalarning yetarli darajada ishlab chiqilmagani bilan izohlanadi.

Innovatsiyalarni rivojlantirish bilan bog'liq muammolarni hal qilishdagi qiyinchiliklar, shuningdek, turli xil uslubiy yondashuvlar bilan ajralib turadigan innovatsiya kontseptsiyasining faol rivojlanayotganligi bilan bog'liqdir. Bundan tashqari, "innovatsiya", "innovatsion salohiyat", "innovatsion imkoniyatlar" kabi tushunchalar aniq talqinga ega emas. Shu sababli, zamonaviy sharoitda innovatsion tushunchalar tez-tez ilmiy munozaralar mavzusi bo'lib, butun dunyo bo'ylab turli tashkilotlarda, shu jumladan tadbirkorlik subyektida biznes amaliyotida qo'llaniladi.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Komarov (2012) o'zining "Innovatsiya nazariyasining asosiy qoidalari" kitobida innovatsiya tushunchasi ko'plab rus va xorijiy tadqiqotchilarning diqqat markazida ekanligini ta'kidlaydi. Biroq, tadqiqotchilar tomonidan huquqiy hujjatlar va ko'plab nashrlar tahlili shuni ko'rsatadiki, hozirgi kunga qadar "innovatsiya" tushunchasini, uning mohiyatini, shuningdek, innovatsiyalarni tasniflashda yagona yondashuv mavjud emas. "Innovatsiya" tushunchasi innovatsiyalar sohasidagi asosiy tushuncha bo'lganligi sababli, shunga mos ravishda "innovatsion faoliyat", "innovatsion salohiyat", "innovatsion muhit", "innovatsion potentsial", kabi boshqa tushunchalarni o'z ichiga olgan boshqa tushunchalarni aniqlashga yagona yondashuv hisoblanadi.

Shu munosabat bilan Kojokarning (2020) ta'kidlashicha, "na federal, na mintaqaviy darajada umumiy kontseptual asos yo'q. Siz ushbu ta'riflarning butun "kutubxonasini" yaratishingiz mumkin".

Shu sababli, ushbu tadqiqotning nazariy va amaliy muammolarini hal qilish doirasida "innovatsiya" tushunchasining mohiyatini aniqlashga yondashuvlarni tahlil qilish, umumlashtirish va tizimlashtirishdir.

Shuning uchun innovatsiyaning yangi mahsulot, yangi texnologiyalar, yangi jarayonlarning innovatsiyaga aylanishini ko'rsatadigan xususiyatlarini aniqlash muhim ahamiyatga ega. Bunga quyidagilar kiradi: ilmiy-texnikaviy yangilik, sanoatda qo'llanilishi, tijorat maqsadga muvofiqligi (Иващенко, 2021).

Normativ-huquqiy hujjatlarda mavjud bo'lgan va amaliyotda qo'llaniladigan "innovatsiya" ta'riflarini umumlashtirib, biz innovatsiya innovatsion faoliyat natijasi sifatida qaraladi degan xulosaga kelishimiz mumkin (Электронный ресурс, 2022).

Birinchi marta 1992-yilda nashr etilgan Oslo qo'llanmasi innovatsion ma'lumotlarni to'plash va ulardan foydalanish uchun muhim xalqaro ma'lumotnoma sifatida tan olingan. Qo'llanmaning yangilangan nashri 2018-yilda chop etildi, u innovatsion ma'lumotlarni to'plash va talqin qilish bo'yicha ko'rsatmalar beradi, innovatsion ma'lumotlarning xalqaro qiyoslanishini ta'minlaydigan tadqiqot va innovatsiyalarni o'lchash platformasini taqdim etadi. Oslo qo'llanma 4 (2018) innovatsiyani potentsial foydalanuvchilar (mahsulot) yoki amalga oshirilgan (jarayon) uchun mavjud bo'lgan oldingi mahsulot yoki jarayonlardan sezilarli darajada farq qiladigan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot yoki jarayon sifatida belgilaydi (OECD, 2018).

"Innovatsiya" tushunchasi tarkibiy jihatdan murakkab. Shuning uchun uning mohiyatini ochish uchun turli yondashuvlar qo'llaniladi.

### **Tadqiqot metodologiyasi.**

Ushbu ilmiy tadqiqot ishimizda ilmiy abstraktsiya, qiyoslash asosida xorijiy tajribalarni va yondashuvlarni tahlil qildik. Shuningdek, tadbirkorlik subyektida strategik innovatsiyalarni boshqarish usullarini solishtirma tahlil qildik.

### **Tahlil va natijalar muhokamasi.**

Olimlar tomonidan zamonaviy innovatsion kontseptsiyalarning asoschisi sifatida e'tirof etilgan avstriyalik iqtisodchi Shumpeterning (2008) kitobida biz innovatsiya mazmuni "o'zgarish", innovatsion faoliyatning asosiy vazifasi esa "o'zgarishlarni boshqarish funksiyasi" ekanligini o'qiydiz.

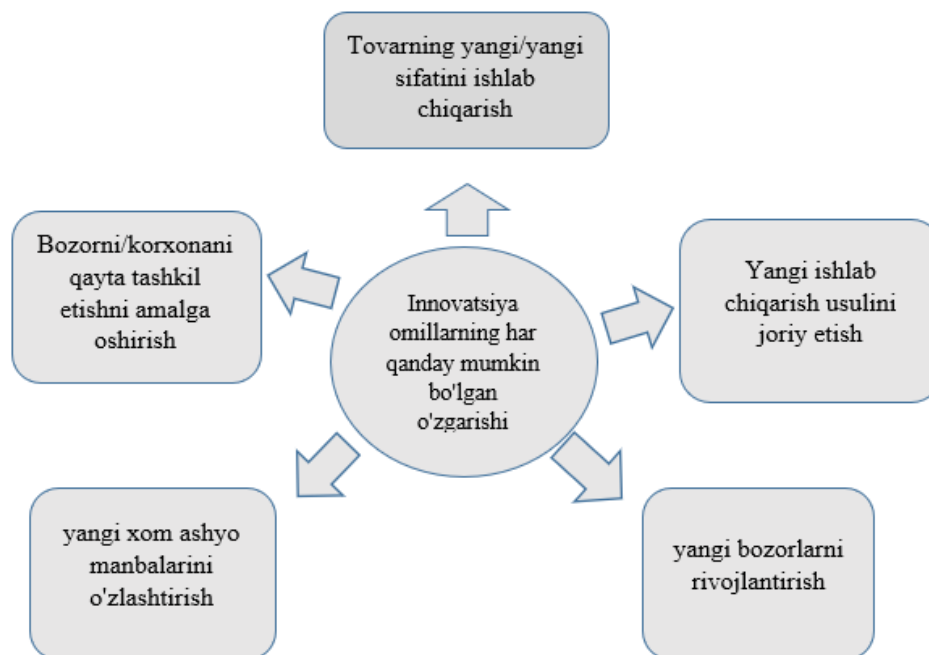
Binobarin, mohiyati nafaqat texnologiyada, balki ishlab chiqarishni tashkil etishda ham sifat o'zgarishlari bo'lgan innovatsiyalar tadbirkor faoliyatining natijasidir.

Shumpeter (2008) kontseptsiyasi ushbu o'zgarishlarni belgilovchi beshta asosiy omilni belgilaydi (1-rasm):

- yangi mahsulot ishlab chiqarish;
- yangi ishlab chiqarish usulini joriy etish;
- yangi bozorlarni rivojlantirish;
- yangi xom ashyo manbalariga kirish;
- yangi tashkiliy tuzilmalarni yaratish.

Agar biz innovatsiya natijani tadbirkorlik subyekti sohasiga nisbatan ko'rib chiqsak, bu yangi mahsulotlar yoki yangi xizmatlardan boshqa narsadir. Shuni ta'kidlash kerakki, innovatsiyalar sohasida turli nazariy va uslubiy jihatlarga oid ko'plab nashrlar mavjud.

Xospersning (2005) "Jozef Shumpeter va uning innovatsion tadqiqotlardagi merosi" asarida kelgan umumiy xulosasi shundan iboratki, Shumpeterning (1939) zamonaviy dunyoda innovatsiyalar sohasidagi g'oyalari va qarashlari muhim ahamiyatga ega. Uning innovatsion kontseptsiyalarni shakllantirish va rivojlantirishdagi muhim merosi.



### 1-rasm. “Innovatsiya” tushunchasi bilan aniqlangan “yangi kombinatsiyalarni amalga oshirish” jarayonining beshta holati

*Manba:* muallif tomonidan tuzilgan.

Zamonaviy innovatsion kontseptsiyalarning taniqli asoschisi tomonidan ilgari surilgan “ijodiy halokat” g’oyasiga muvofiq, tadbirkorlar, birinchi navbatda, foyda olish uchun innovatsiyalarni yaratadilar. Biroq, innovatsiyalarni yaratish doimiy ravishda daromad olish imkoniyatini bermaydi, faqat bozorda yanada ilg’or yangi xom ashyo turlari, yangi turdagi mahsulotlar, yangi texnologiyalar, yangi biznes jarayonlari, yangi bozorlar paydo bo’lguncha.

Binobarin, bir tomondan, innovatsiyalar yaratish tadbirkorning daromad olishining muhim rag’batlantiruvchi omili bo’lsa, ikkinchi tomondan, yangi bilimlarni o’zlashtirish va innovatsiyalar yaratish sur’atlarining tez tezlashishi, ularning bozorda ko’rinishi tadbirkor uchun aniq xavf va bu holda “ijodiy halokat” natijasida foyda yo’qotishiga olib kelishi mumkin.

Shumpeterning (1939) fikricha, avvalroq ta’kidlanganidek, innovatsiyalar texnologiya va boshqaruvni o’zgartirish jarayoni sifatida iqtisodiy o’sishning hal qiluvchi omili hisoblanadi.

Uning innovatsiya nazariyasi markazida ishlab chiqarish omillari, yangi bozorlar va yangi texnologiyalarning yangi kombinatsiyalarini yaratuvchi tadbirkor-innovatsiya ishlab chiqaruvchisi turadi. Binobarin, u ishlab chiqarish omillarining klassik nazariyasini to’rtinchi omil - tadbirkorlik qobiliyatlari bilan to’ldirdi. Uning fikricha, xo’jalik yurituvchi sub’ektlarni bozor iqtisodiyoti sharoitida o’z faoliyatini mustaqil amalga oshiruvchi xo’jalik yurituvchi sub’ektlar sifatida emas, balki real amaliyotda o’z xavf-xatarlari va tavakkalchiligi bilan ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyalarini yaratadigan xo’jalik yurituvchi subyektlar sifatida ko’rib chiqish kerak (Иващенко, 2021).

Shumpeterning (1939) innovatsiyalar nazariyasi hozirgi kungacha dolzarbligicha qolmoqda. Innovatsiyalar sohasidagi ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko’rsatadiki, olimlar innovatsiya tushunchasining shakllanishi va rivojlanishi davrlarini aniqlashda turli yondashuv va usullarni taklif qilishadi. Innovatsion kontseptsiyalarni tahlil qilishning evolyutsion usuli tarixiy yondashuvga asoslanib, innovatsiyalar nazariyasi rivojlanishining evolyutsiyasi haqida yaxlit tushunchaga ega bo’lishga imkon beradi. Ivashchenko (2021) boshqa mualliflar bilan birgalikda innovatsiya nazariyasi rivojlanishining to’rtta asosiy bosqichini belgilaydi:

- birinchi bosqich (19-asr oxiri - 20-asrning 40-yillari) - innovatsiyalar mohiyatini va ularning iqtisodiy rivojlanishdagi rolini o’rganish;

- ikkinchi bosqich (XX asrning 40-70-yillari) - innovatsiyalarni boshqarish funktsiyalarini o'rganish;

- uchinchi bosqich (XX asrning 70-yillari - XXI asr boshlari) - innovatsiyalarni tushunishga tizimli yondashuv, shu jumladan ochiq innovatsiyalar va tarmoq modellari asosida innovatsion ekotizimlarni shakllantirish;

- to'rtinchi bosqich (21-asr boshi - hozirgi) - innovatsiyalarning yangi davri: to'rtinchi sanoat inqilobi doirasida raqamli transformatsiya, raqamli texnologiyalar va platforma yechimlariga o'tish.

Innovatsiyalar nazariyasi rivojlanishining birinchi bosqichidagi tadqiqotlarning asosiy g'oyasi bozor iqtisodiyotining "ko'tarilish - pasayish - tiklanish" tsikllaridagi uzluksiz harakati sifatida rivojlanishining umumiy naqshidir. Shu bilan birga, uzoq to'lqinlar va tsiklik inqirozlar nazariyasiga muvofiq, iqtisodiy o'sishning asosiy omili innovatsiya hisoblanadi.

Aynan shu davrda N.D.Kondratyev "uzun to'lqinlarni" kashf etdi, Shumpeter (1939) "innovatsiya" tushunchasini "ishlab chiqarish omillarining yangi ilmiy-ishlab chiqarish birikmasi" sifatida ilmiy foydalanishga kiritdi, uning mohiyatini shakllantirdi, innovatsion jarayonda tadbirkorlikning yangi rolini asoslab berdi, "Innovatsiya" tushunchasini talqin qildi. innovatsiyalarning hayotiy siklini "ijodiy yo'q qilish jarayoni" sifatida, texnologik innovatsiyalar bilan bog'liq holda u tadbirkorlik nazariyasini yanada rivojlantirishga xizmat qilgan "innovatsion tadbirkorlar" va "konservativ tadbirkorlar"ni ajratib ko'rsatdi.

Innovatsiya nazariyasi rivojlanishining ikkinchi bosqichida ilgari surilgan asosiy g'oyalar va birinchi bosqichning asoslantirilgan qoidalarini ishlab chiqish davom etdi. Shu bilan birga, tadqiqot ko'proq amaliy xarakterga ega edi. Ular innovatsion loyihalarni rejalashtirish, tashkil etish, moliyalashtirish, boshqarish va innovatsion loyihalar samaradorligini baholash sohalarida innovatsiyalarni boshqarishning turli jihatlariga bag'ishlandi.

Gerxard O.Mensh (1979) innovatsiyalarni yangilik va radikallik darajasiga ko'ra uch guruhga ajratdi;

- yirik ilmiy kashfiyotlar va ixtirolarni joriy etish orqali texnika va texnologiyaning yangi yo'nalishlarini shakllantirishga asos bo'ladigan, shuningdek, iqtisodiyotda yangi ishlab chiqarishlar, yangi ish o'rinlari va daromadlar yaratish uchun asos bo'ladigan asosiylariga;

- mavjudlarini rivojlantirishga yordam beradigan va yangi tarmoqlar va yangi bozorlarning paydo bo'lishiga ta'sir qiluvchi innovatsiyalarni takomillashtirish yoki takomillashtirish;

- mahsulot yoki texnologik jarayonning xususiyatlarini biroz yaxshilaydigan, ammo iqtisodiy foyda keltirmaydigan ko'rinadigan yoki "soxta innovatsiyalar" deb atalgan.

Asosiy innovatsiyalar o'z imkoniyatlarini tugatgandagi bu holat iqtisodiy rivojlanishda turg'unlik bilan tavsiflangan texnologik turg'unlik sifatida talqin qilinadi. Shu sababli, bir texnologik turg'unlikdan ikkinchisiga o'tish jarayoni asosiy innovatsiyalardan takomillashtirishga, 'ngra psevdoinnovatsiyalarga o'tish bilan birga keladi.

Yakovets (2015) Mensh (1979) qarashlarini rivojlantirar ekan, tasniflash xususiyati sifatida innovatsiyalarning radikallik darajasi va yangiligidan ham foydalangan. U innovatsiyalarni quyidagi turlarga ajratishni taklif qildi: asosiy, takomillashtiruvchi, mikro-innovatsiyalar, "pseudo-innovatsiyalar".

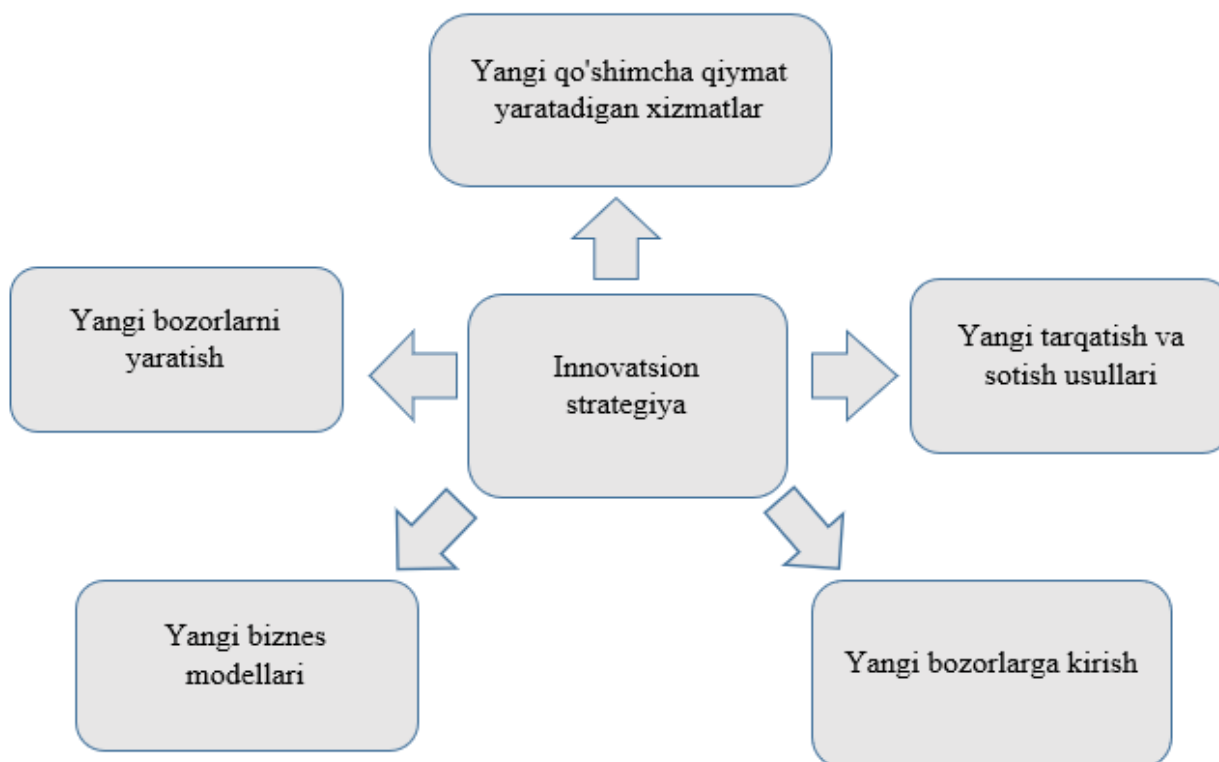
Bundan tashqari, S. Kuznetsning "davrni yaratuvchi innovatsiyalar" kontseptsiyasidan tashqari, Yakovets (2014) "innovatsiyalarga qarshi" tushunchasini kiritdi, uning vektori oldinga emas, balki orqaga qaratilgan. texnologik, iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotning o'tgan bosqichlariga qaytish". Mahalliy va mintaqaviy innovatsiyalar mezo darajada qo'llanilishi mumkin: alohida tarmoqlarda va alohida hududlarda, ularning rivojlanish xususiyatlarini hisobga olgan holda.

Milliy innovatsiyalar mamlakat darajasida qo'llaniladi. Raqamli texnologiyalar kabi global innovatsiyalar butun dunyoda tez tarqalmoqda. Innovatsiyalar ko'lami qanchalik katta bo'lsa (mahalliydan globalgacha), ular talab qiladigan investitsiyalar hajmi qanchalik katta bo'lsa,

xavflar shunchalik katta bo'ladi va, albatta, kutilayotgan (potentsial) ta'sirlar shunchalik katta bo'ladi.

Jarayon innovatsiyasi – bu “xarajatlarni kamaytirish, sifatni yaxshilash, yetkazib berish muddatini qisqartirish, mahsulotni ishlab chiqish va yetkazib berish muddatlarini qisqartirish yoki mahsulot va xizmatlarni keng miqyosda birlashtirish imkoniyati shaklida foyda keltiradigan yangi ishlab chiqarish usullari va texnologiyalarini joriy etish natijasidir. ular bilan.”

Strategiya innovatsiyasi “mijozlar uchun qiymat yaratish sohasining usullarini qayta ko'rib chiqish” natijasidir (2-rasm).



**2-rasm - “Innovatsion strategiya” ning mazmuni va tuzilishi**

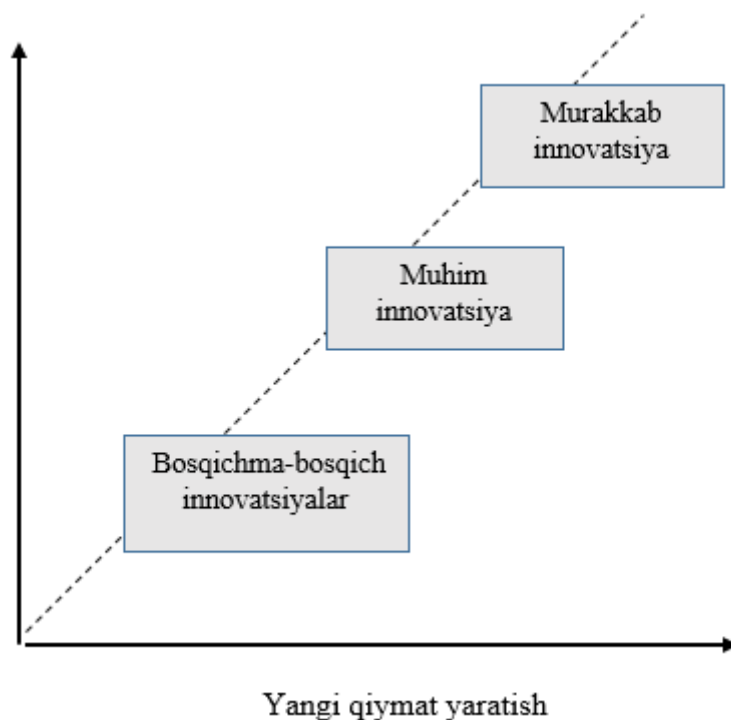
*Manba:* muallif tomonidan tuzilgan.

"Strategiya innovatsiyasi" ning maqsadi - maqsadli iste'molchilar guruhlariga xizmat ko'rsatishni yaxshilash yoki bozorda mahsulot joylashishni aniqlashga qaratilgan boshqaruv qarorlarini qabul qilish orqali yangi iste'molchilar guruhlarini qiziqishlariga erishishdir.

Innovatsiyalarning uchta turidan Robert Taker (2006) shuni ko'rsatadiki, jarayon innovatsiyasi har qanday kompaniyaning rivojlanishi uchun muhim ahamiyatga ega, chunki jarayonni takomillashtirishsiz mahsulot innovatsiyasi yoki strategiya innovatsiyasini amalga oshirish mumkin emas. Shu bilan birga, u jarayon innovatsiyasi, masalan, mahsulot innovatsiyasidan farqli o'laroq, "ishlatilmagan bokira hudud" bo'lib qolmoqda.

Keyingi tasniflash uchun innovatsiyaning yangi qiymat yaratishga ta'sir darajasidan foydalaniladi (3-rasm). Shu asosda innovatsiyalar quyidagilarga bo'linadi: qo'shimcha innovatsiyalar, muhim innovatsiyalar, inqilobiy innovatsiyalar yoki yutuq innovatsiyalari.

Qo'shimcha innovatsiyalar muhim innovatsiyalarga qaraganda tashkilot uchun yangi qiymat yaratishga (daromadning o'sishi, samaradorlikni oshirish, xarajatlarni kamaytirish) kamroq ta'sir qiladi, ammo ular yangi iste'mol qiymatini yaratish uchun ahamiyatlidir (iste'molchilarning xatti-harakatlarida sezilarli o'zgarishlarsiz iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish).



### 3-rasm. Innovatsiyaning yangi qiymat yaratishga ta'siri darajasi

*Manba:* muallif tomonidan tuzilgan.

Muhim innovatsiyalar yangi innovatsiyalarga qaraganda tashkilot va iste'molchi uchun yangi qiymat yaratishga kamroq ta'sir qiladi. Shu bilan birga, radikal innovatsiyalar maxsus institutlar va maxsus moliyalashtirishni talab qiladi. Murakkab innovatsiyalar va radikal innovatsiyalar o'rtasidagi bog'liqlikka qaramasdan, barcha yutuq innovatsiyalar radikal innovatsiyalarga aylana olmaydi va aksincha, hamma radikal innovatsiyalar ham yutuq innovatsiyalarga aylana olmaydi.

Mahsulot innovatsiyalari – bu yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan mahsulotlar va (yoki) yangi xizmatlar yoki sezilarli darajada yaxshilangan xizmatlar, qo'shimcha ravishda ulardan foydalanish xususiyatlari va usullari, shuningdek dizayn va qadoqlashdagi sezilarli o'zgarishlar (oldingi nashrdagi mahsulot dizayni ajralmas qismi bo'lgan). marketing innovatsiyasi).

Jarayon innovatsiyalari ishlab chiqarishning yangi usullarini, tarqatish va logistikaning yangi usullarini, oldingi nashrda bo'lgani kabi yangi axborot-kommunikatsiya tizimlarini o'z ichiga oladi.

Bundan tashqari, Oslo Manualning to'rtinchi nashriga muvofiq, jarayon innovatsiyasi ma'muriyat va boshqaruvni (ilgari tashkiliy innovatsiyalarga kiritilgan), mahsulot va biznes jarayonlarini ishlab chiqish, marketing, sotish, sotishdan keyingi qo'llab-quvvatlashni (ilgari kiritilgan marketing innovatsiyasi).

Shunday qilib, hozirgi vaqtda rasmiy statistika innovatsiyalarning faqat ikkita turini - mahsulot va jarayonni ajratib turadi.

Innovatsiya asoschisi Shumpeterning (1939) pozitsiyasiga qaytadigan bo'lsak, shuni ta'kidlash kerakki, agar u dastlab innovatsiyani "tadbirkorlik sub'ektlari foydasini oshirish vositasi" deb hisoblagan bo'lsa, u holda innovatsiya deganda u o'zgarishni yangisini joriy etish va undan foydalanish maqsadida tushungan. tovarlar, yangi ishlab chiqarish vositalari, yangi bozorlar va ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi shakllari. Binobarin, J. Shumpeterning fikricha, innovatsiya - bu jarayon bo'lib, uning natijasi maqsadlarga erishish bo'lib, ularning asosiysi oxir-oqibat maksimal foyda olishdir.

Ba'zi tadqiqotchilar innovatsiyani "har qanday tizim doirasida - g'oyaning paydo bo'lishidan boshlab ushbu g'oyani amalga oshirish natijasini tizim holatida sezilarli o'zgarishlar shaklida olishgacha bo'lgan innovatsiyani o'tkazish jarayoni" deb tushunishadi (Романченко, 2012).

### Xulosa va takliflar.

Muallif tomonidan tadbirkorlik sohasidagi innovatsiyalarni strategik boshqarish masalalari bo'yicha olib borilgan nazariy tadqiqotlar quyidagi xulosalarni shakllantirish imkonini berdi.

1. Ilmiy adabiyotlarda tadbirkorlikda "innovatsiya" tushunchasiga, shuningdek, innovatsiyalarni tavsiflovchi ko'rsatkichlar va tadbirkorlik sub'ektlarining innovatsion rivojlanishini belgilovchi omillarga strategik boshqaruvni takomillashtirish bilan bog'liq masalalarga yagona yondashuvlar mavjud emas. Tadbirkorlik sohasiga nisbatan innovatsiyalar uning xususiyatlari va zamonaviy boshqaruv kontsepsiyalarini hisobga olgan holda kam aks ettirilgan.

2. Mazkur tadqiqotning nazariy va amaliy muammolarini hal qilish doirasida "innovatsiya" tushunchasining mohiyatini aniqlashga yondashuvlarni tahlil qilish, umumlashtirish va tizimlashtirish natijalari ilmiy nashrlarda innovatsiyaga tizim, o'zgarish, vosita, natija jarayoni sifatida qarash ifodalanadi.

3. Muallif tushunchasiga ko'ra, "innovatsiya - bu iste'molchilar, xo'jalik yurituvchi subyektlar va butun jamiyat uchun qadriyatga ega bo'lgan yangi mahsulot va texnologiyalar, biznes usullari va boshqaruv modellarini yaratish va joriy etish bo'yicha innovatsion jarayonlar majmui natijasidir va kichik va o'rta biznesning raqobatbardosh mavqeini mustahkamlash va ularning milliy iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishiga qo'shayotgan hissasini oshirishga qaratilgan".

### Adabiyotlar/ Лумепамыра/ Reference:

*Hospers Gert-Jan (2005). Joseph Schumpeter and His Legacy in Innovation Studies. Knowledge, Technology, & Policy, Fall 2005. -Vol. 18, № 3. - Pp. 20- 37.*

*Mensch G. (1979) Stalemate in Technology: innovations overcome the depression. Publisher Cambridge, Mass.: Ballinger Pub. Co., - 241 Pp.*

*OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. - 258 pp.*

*Schumpeter J.A. (1939). Business cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. New York Toronto London: McGraw-Hill Book Company, 1939. - 461 Pp*

*Дарвиш, Ф. (2022) Сбалансированная система показателей как инструмент стратегического управления инновациями в сфере малого и среднего бизнеса // Экономические и гуманитарные науки. №5 (364). - С. 10 - 17.*

*Иващенко Н.П. (2021) Экономика инноваций: учебно-методическое пособие для бакалавров / Под ред. Н.П. Иващенко. - М.: Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, - 194 с.*

*Кожокаръ, И.П. (2020) Инновации и инновационная деятельность: правовой аспект // Труды Института государства и права РАН. Т. 15, № 3. - С. 141-187.*

*Комаров, В.М. (2012) Основные положения теории инноваций / В. Комаров. - М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, - 190 с.*

*Романченко, С.В. (2012) Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность // Молодой ученый. №4 (39). - С. 166-168.*

*Такер, Роберт Б. (2006) Инновации как формула роста : новое будущее ведущих компаний / Роберт Б. Такер ; [пер. с англ. А. Анкудинов]. - Москва : Олимп-Бизнес, - 223 с*



Шумпетер, Й.А. (2008) Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия/ Й. А. Шумпетер; [пер. с нем.: В. С. Автономов, М. С. Любский, А. Ю. Чепуренко]. - М. : Эксмо, - 864 с.

Электронный ресурс (2022) Большая российская энциклопедия: [Электронный ресурс]. - URL: <https://bigenc.ru/economics/text/2012242> (дата обращения: 15.02.2022).

Яковец, Ю.В. (2014) Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец. –М.: Экономика, - 439с.

Яковец, Ю.В. (2015) Грамматика инноваций и стратегия инновационно-технологического прорыва // Инновации. - №6 (200). - С. 15-19.