

INNOVATSION RIVOJLANISHDA STRATEGIK BOSHQARISHNING ILMIY ASOSLARI

Yusupov Saidvali Shukrullayevich

Alfraganus universiteti Nodavlat

Oliy ta'lim tashkiloti,

Xalqaro turizm menejmenti

kafedrası dotsenti, PhD

E-mail: saidvaliyusupov@mail.ru

Annotatsiya

Ushbu maqolada innovatsion rivojlanishda strategik boshqarishning ilmiy asoslari yoritilgan bo'lib, unda strategik boshqarishni rivojlantirish bosqichlari, tarmoq korxonalarini rivojlantirish innovatsion strategiyasining o'ziga xos jihatlari hamda korxonaning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishidagi asosiy omillar tadqiq etilgan.

Kalit so'zlar: Innovatsion rivojlanish, ilmiy-tadqiqot ishlari, missiya, strategiya, strategik boshqarish, strategik rejalashtirish, strategik ko'ra bilishlik, qisqa muddatli strategiya, uzoq muddatli strategiya.

Аннотация

В данной статье освещены научные основы стратегического управления в инновационном развитии, в которых рассмотрены этапы развития стратегического управления, конкретные аспекты инновационной стратегии развития сетевых предприятий, а также исследовал основные факторы успешной деятельности.

Ключевые слова: Инновационное развитие, исследования и разработки, миссия, стратегия, стратегическое управление, стратегическое планирование, стратегическое видение, краткосрочная стратегия, долгосрочная стратегия.

Abstract

In this article, the scientific basis of strategic management in innovative development is highlighted, in which the stages of strategic management development, specific aspects of the innovative strategy of the development of network enterprises, and the main factors in the successful operation of the enterprise are researched.

Keywords: Innovative development, research and development, mission, strategy, strategic management, strategic planning, strategic vision, short-term strategy, long-term strategy.

KIRISH

Mamlakatimiz to'qimachilik sanoati paxta tolasiga ishlov berish bo'yicha ko'p asrlik an'analarga ega. O'zbekiston orqali Buyuk ipak yo'li o'tgan bo'lib, o'zbek hunarmandlari ishlab chiqargan tovarlar, ayniqsa shoyi-kimxob, atlas gazlamalar butun dunyoga ma'lum bo'lgan [5].

Hozirda dunyo bozorida tabiiy tolalardan ishlab chiqariladigan mahsulotlarga bo'lgan talabning ortib borayotganini hisobga oladigan bo'lsak, O'zbekiston dunyo bozorida faqatgina paxta xom ashyosi emas, balki tayyor to'qimachilik sanoati mahsulotlari yetkazib beruvchisi sifatida tanilishi uchun ham keng imkoniyatlari borligini ta'kidlashimiz zarur [5].

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022-yildagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son¹ Farmonining 22-maqsadida to'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko'paytirish masalasining qo'yilganligi, hozirda O'zbekiston to'qimachilik sanoatini innovatsion rivojlanishida strategik boshqarishning ilmiy asoslari chuqurroq o'rganishimiz va tahlil qilishimiz kerakligini anglatadi [1].

Davlatimiz rahbari tomonidan olib borilayotgan odilona siyosatdan kelib chiqib, hozirgi paytda ortib borayotgan iqtisodiy ehtiyojlarni cheklangan resurslar bilan ratsional qondirish maqsadida to'qimachilik sanoati korxonalarining boshqaruv mexanizmini tubdan takomillashtirish, innovatsion g'oyalar asosida ishlab chiqarish hajmini va sifatini oshirish lozimligi, yuqorida PF-60-son² Farmonda keltirilgan ustuvor vazifalar milliy iqtisodiyot tarmoqlari jumladan, to'qimachilik sanoati korxonalarida innovatsion boshqaruv mexanizmini tadqiq etishning dolzarbligini anglatadi [1].

ADABIYOTLAR SHARHI

Sanoat korxonalari, xususan to'qimachilik sanoati korxonalari innovatsion faoliyatini rivojlantirish, strategik boshqarishning ilmiy asoslari va uning nazariy-uslubiy asoslarini tadqiq etish ustuvor yo'nalishlardan hisoblanadi.

Sanoat korxonalarida strategik boshqarishning ilmiy va nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish masalasi O'zbekistonlik hamda chet ellik olimlar tomonidan keng tadqiq etilgan.

Bu borada P.Druker, I.Ansoff, M.Porter, Dj.Kuin, G.Minsberg, R.Rumelt, S.Goshal va boshqa bir qator xorij olimlarining ilmiy ishlarini ko'rsatib o'tish mumkin.

A.Aronov, O.Bogomolov, O.Vixanskiy, V.Goremikin, V.Yefremov, A.Zub, N.Kruglova, M.Kruglov, N.Trenyov, R.Fatxutdinov kabi Rossiyalik tadqiqotchi olimlarning asarlarida ham strategik boshqaruvning nazariy va uslubiy masalalari tadqiq qilingan.

O'zbekiston milliy iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish, strategik boshqaruvning nazariy va amaliy jihatlarini takomillashtirish, Shuningdek, yengil sanoatning yetakchi tarmoqlaridan bo'lgan to'qimachilik sanoati korxonalarini rivojlantirishning nazariy va uslubiy asoslari B.Xodiyev, A.Bekmurodov, M.Boltaboyev, N.Yo'ldoshev, N.Maxmudov, D.Nasirxodjayeva, U.Shodmonova, G.Ostonaqulova, D.Karimova, S.Yuldashev, K.Xasandjanov, R.Turapov va boshqa bir qator olimlarning ishlarida o'z aksini topgan. Shu bilan birga, ushbu ilmiy tadqiqot ishlarida to'qimachilik sanoatini innovatsion rivojlanishida strategik boshqarishning ilmiy asoslari yetarlicha to'liq o'rganilmagan.

¹ <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>

² <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>

METODOLOGIYA

Tadqiqot davomida mavzu yuzasidan xorij olimlari, MDH mamlakatlari olimlari hamda O'zbekistonlik olimlarning elektron va yozma shakldagi manbalari tahlil qilindi. Ishning uslubiy asosini umumiy nazariy va umumiy uslubiy yondashuvlar, tizimli tahlil qilish va sintez qilish usullari; iqtisodiy-statistik usul, boshqaruv qarorini qabul qilishga yondashuv Shuningdek, qiyosiy tahlil usullari tashkil qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Korxonani rivojlantirish va uning faoliyati samaradorligini oshirish uchun strategik boshqaruvni qo'llash maqsadga muvofiq hisoblanadi. Strategik boshqaruv tashkilotning raqobatdosh tomonlarining uzoq va qisqa muddatli kuchli tomonlarini aniqlash, shakllantirish, amalga oshirish faoliyatini ifodalaydi. Innovatsion rivojlanish yo'liga o'tish korxonaning samarali faoliyatini ta'minlash uchun strategik boshqaruv sohasida yangi yondashuvlarni ishlab chiqishni nazarda tutadi. Piter Drukerning fikricha, tashkilot (korxona) o'zini yangilash choralari ko'rmaydigan bo'lsa, u halokatga mahkumdir.

Innovatsiyalarni strategik boshqarish innovatsion jarayonni amalga oshirish orqali tashkilotning iqtisodiy faoliyati yuqori ko'rsatkichlarga erishishi uchun belgilangan maqsadlarni amalga oshirishga qaratilgan.

Innovatsiyalarni strategik boshqarish umumiy strategiya doirasida, umumiy va funksional boshqaruvning quyi tizimlari orqali amalga oshiriladi va korxona rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy va konseptual jihatlariga taalluqlidir.

Shunga qaramay, innovatsion rivojlanish va innovatsiyalarni strategik boshqarish uchun asos sifatida fundamental yondashuv va tamoyillardan foydalanish mumkin.

Strategik boshqaruvda ishlab chiqilgan ilmiy yondashuvlar va amaliy qoidalar asoslangan holda, innovatsion tashkilotning faoliyati iste'molchilarning ehtiyojlariga mos ravishda yo'naltirishga, kutilishi mumkin bo'lgan tashqi omillarni hisobga olgan holda, ichki tahdidlar va ularga tezda javob berishga imkon beradi, raqobat ustunliklarini ta'minlaydi, tashkilotga o'z maqsad va vazifalarini bajarishga imkon beradi.

“Strategiya” atamasining ko'plab ta'riflari orasida ikkita yo'nalishni ajratib ko'rsatish mumkin. Tor ma'noda “strategiya” deganda, korxonaning yuqori rahbariyatga qarorlar qabul qilishda rahbarlik qiladigan ma'lum qoidalar to'plami tushuniladi, u iqtisodiy o'sishga erishish va tashqi muhitning beqarorligini hisobga olgan holda, tashkilot faoliyatini boshqarish vositasidir.

Keng ma'noda “strategiya” atamasi tashkilot o'z maqsadlariga erishish va mavjud muammolarni hal qilish uchun boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun foydalanadigan prinsiplar, usullar va vositalar to'plamini o'z ichiga oladi.

Samarali strategiyadan foydalanish korxonaning raqobat ustunligi bo'lib, unga bozorda yetakchi o'rinni egallash imkonini berishi mumkin. Umuman olganda, strategiyani shakllantirish uzoq muddatli maqsadlarni hisobga olishni va ularga qanday erishish mumkinligini batafsil tavsiflashni o'z ichiga oladi.

Maqsadga erishishning tashqi muhitga bevosita bogʻliqligi va aksincha, maqsadga koʻproq mos keladigan tashqi muhitni tanlashni hisobga olish kerak. Strategiyani ishlab chiqishda maqsadlar uzoq muddatli va qisqa muddatliga boʻlinadi, bunda rejalashtirilgan tadbirlarni amalga oshirish muddatini hisobga olish kerak.

Strategiya – bu tashkilot faoliyatiga taʼsir koʻrsatadigan va istalgan natijaga erishishga imkon beruvchi tashqi va ichki omillarni hisobga olgan holda, tadbirlar majmui va harakatlar boʻyicha umumiylikni ifodalaydi.

I.Ansoff boshqaruv qarorlarini qabul qilishda quyidagi qoidalar guruhini koʻrib chiqadi:

- tashkilot faoliyati natijalarini baholash sohasidagi qoidalar;
- tashqi muhit bilan munosabatlarni tartibga soluvchi va boshqaradigan qoidalar;
- tashkilot ichidagi qoidalar;
- kundalik boshqaruv qarorlarini qabul qilish qoidalari [3].

Koʻpgina mualliflar strategiyani tashkilotning missiyasi va qarashlarini amalga oshirishga va uning maqsadlariga erishishga qaratilgan koʻp qirrali va keng qamrovli reja deb hisoblaydilar.

A.M.Aronovning fikriga koʻra, strategiya tizimning tarkibiy qismlariga uning xususiyatlarini tanlangan yoʻnalishda oʻzgartirish yoki tashqi muhitni oʻzgartirishga qaratilgan muayyan chora-tadbirlar majmuini ifodalaydi [2]. Muallif strategiyani boshqariladigan parametrlar va nazorat harakatlari nuqtayi nazaridan koʻrib chiqishni taklif qiladi, shu bilan birga, nimani oʻzgartirish kerakligi va qanday qilib oʻzgartirish kerakligiga eʼtibor qaratadi, yaʼni strategiyaning darajasiga urgʻu beradi.

M.Porter strategiyalarni ishlab chiqishga ilmiy yondashuvlarni ishlab chiqishga katta hissa qoʻshgan, uning fikricha, raqobat ustunliklarini rivojlantirishda firma strategiyasining asosiy yoʻnalishlari quyidagilarga qaratilishi kerak:

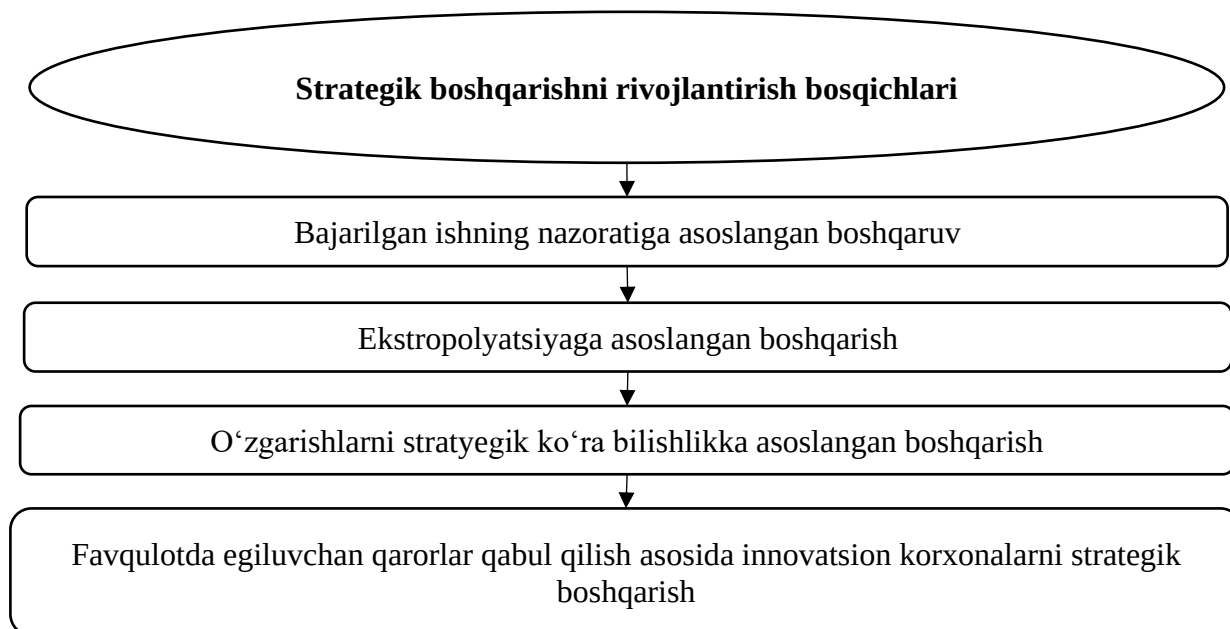
- tabaqalashtirilgan mahsulot sifatini yaratish;
- xarajatlarning past darajasiga erishish;
- xaridorlarning tor guruhiga eʼtibor qaratish [4].

Innovatsion strategiyalarni tadqiq etgan mualliflar orasida V.M.Anshinni alohida taʼkidlab koʻrsatishimiz mumkin. U oʻz ilmiy tadqiqot ishlarida innovatsion strategiyani, innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun ichki va tashqi sharoitlarning oʻzgarishini hisobga olgan holda, innovatsion rivojlanish trayektoriyasi doirasida resurslarni taqsimlash va qayta taqsimlashning uzoq muddatli sozlamalari majmui, sifatida koʻrib chiqadi. Innovatsion korxonalarining faoliyati odatda, ichki va tashqi muhitda yuzaga kelayotgan oʻzgarishlarga boʻlgan munosabatlarni shunchaki umumlashtirish emas. Doimiy noaniqlik hamda ichki va tashqi muhit oʻzgarishlari sharoitida strategik boshqarishning tashkiliy va uslubiy asoslarini ishlab chiqishda asosiy holatlarni ishlab chiqish, strategik boshqaruv tizimining tuzilmasini qayta shakllantirish, innovatsion korxona strategiyasini amalga oshirish uchun qoʻllab-quvvatlovchi moslashuvchan tizimni yaratish haqida qarorni qabul qilish, hamda strategik qarorlarni qabul qilish uslubini ishlab chiqish zaruratini keltirib chiqaradi.

Innovatsion korxonalarni strategik boshqarishning zaruriyligi, birinchi navbatda korxonaning tashqi muhitidagi oʻzgarishlarning tavsifidan kelib chiqadigan obyektiv sabablar bilan asoslanadi. Strategik boshqarishning mohiyati shundaki, bir tomondan

aniq tashkil etilgan strategik rejalashtirish mavjud bo'ladi. Ikkinchi tomondan esa korxonani boshqarish tuzilmasi formal strategik rejalashtirishga mos keladi hamda maqsadga erishish va mazkur strategiyani boshqarish mexanizmini rejalar tizimi orqali amalga oshirishda uzoq muddatli strategiyani ishlab chiqishni ta'minlashga qaratilgan bo'ladi.

Strategik boshqarishni rivojlantirishda bir nechta bosqichni farqlashimiz mumkin (1-rasm):



1-rasm. Strategik boshqarishni rivojlantirish bosqichlari¹

Birinchisi bajarilgan ishning nazoratiga asoslangan boshqaruv bo'lib, korporatsiyaning o'zgarishlarga munosabati, voqea bo'lib o'tgandan keyin yuzaga keladi. Korxona uchun tabiiy bo'lgan bunday reaktiv moslashuv, o'zgarishlarning bo'lishi tabiiyligini, yangi strategiyani ishlab chiqish zarurligi va tizimning unga moslashishi uchun ko'p vaqt talab qiladi. O'zgarishlar tez yuzaga keladigan sharoitda bunday strategiyani qo'llash maqsadga muvofiq emas.

Ikkinchisi ekstrapolyatsiyaga asoslangan boshqarish hisoblanib, bunda o'tgan davrlar rivojlanish tendensiyasiga asoslanib, kelgusi davrlar uchun istiqbolli rejalar ishlab chiqiladi.

Uchinchisi o'zgarishlarni strategik ko'ra bilishlikka asoslangan holda, boshqarish. Bunda kutilmagan holatlar yuzaga kelganida, o'zgarishlar tezlashadi, hamda kelgusi o'zgarishlar tendensiyasini o'z vaqtida ko'ra bilishlik va shunga muvofiq strategiyani ishlab chiqish qiyin bo'ladi.

To'rtinchisi, ya'ni favqulodda egiluvchan qarorlar qabul qilish asosida innovatsion korxonalarni strategik boshqarishni, juda ko'p muhim vazifalarni bajarish shunchalik tig'izlik bilan talab etilib, ularni o'z vaqtida ko'ra olishlik imkoniyati bo'lmagan holatda qo'llaniladi.

¹ Muallif ishlanmasi

Uzoq muddatli rejalashtirish bilan strategik rejalashtirish o'rtasidagi farq kelajakni qanday talqin qilinishiga qarab ajratiladi. Uzoq muddatli rejalashtirish tizimida ekstrapolyatsiya usulidan foydalangan holda, o'tgan davrdagi o'zgarishlar tendensiyasini kelgusi davrga tatbiq etish keng qo'llaniladi. Ammo bu usuldan foydalanganimizda, o'tgan davrlarda yo'l qo'yilgan kamchiliklar ham kelgusi davr istiqbol ko'rsatkichlarini ishlab chiqishda e'tiborga olinmaydi.

Strategik rejalashtirishda esa, ekstrapolyatsiya usulidan foydalanib, albatta oldingi davrlarda erishilgan yutuqlar kelgusida ham xuddi shunday sur'atlarda bo'ladi, deb ayta olmaymiz. Shu boisdan ham strategik rejalashtirishda korxonaning istiqbollari tahlil qilishda korxonaning kuchli va zaif jihatlari, uning imkoniyatlari va tahdidlarini, ba'zi favquloddagi holatlarni ham tahlil qilgan holda, istiqbol ko'rsatkichlarini ishlab chiqish lozim. Bu tahlil korxonaning raqobat kurashidagi mavqeyining tahlili bilan to'ldirilsa, maqsadga muvofiqdir.

Strategik boshqarish strategik rejalashtirishni rivojlantirish evolyutsiyasi orqali yuzaga kelgan hamda uning asosiy mohiyatini tavsiflaydi.

Hozirgi kunda strategik boshqarish ko'pgina xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan talqin qilinmoqda. Bunda, eng avvalo strategik boshqarish tushunchasining mohiyatiga aniqlik kiritish talab etiladi.

Shuni ta'kidlashimiz mumkinki, aksariyat holatda, strategik boshqarishni har qanday xo'jalik subyekti faoliyatini boshqarishning bir yo'nalishi sifatida tor ma'noda qaralmoqda. Strategik boshqarishning menejmentdan farqi faqatgina, ayrim faoliyat sohalari ko'rsatkichlarini belgilashda vaqt omili bilangina farqlanadi, deb qaraladi.

Ko'pchilik mualliflar strategik boshqarishni tashqi muhit o'zgarishlari ta'sirini hisobga olib, raqobat mavqeyini saqlab qolgan holda, korxonaning istiqbolli maqsadlariga erishish, samaradorlikni ta'minlashga qaratilgan faoliyat turi sifatida talqin qiladilar. Bundan shuni aytishimiz mumkinki, strategik boshqarishning mohiyati uning o'ziga xos maqsadlari va samaradorligi, tashqi muhit o'zgarishlari omilini hisobga olishi, raqobat ustunligiga erishishi hamda strategik ahamiyatga ega natijalarga erishish vositasi sifatida qaralishi bilan belgilanadi.

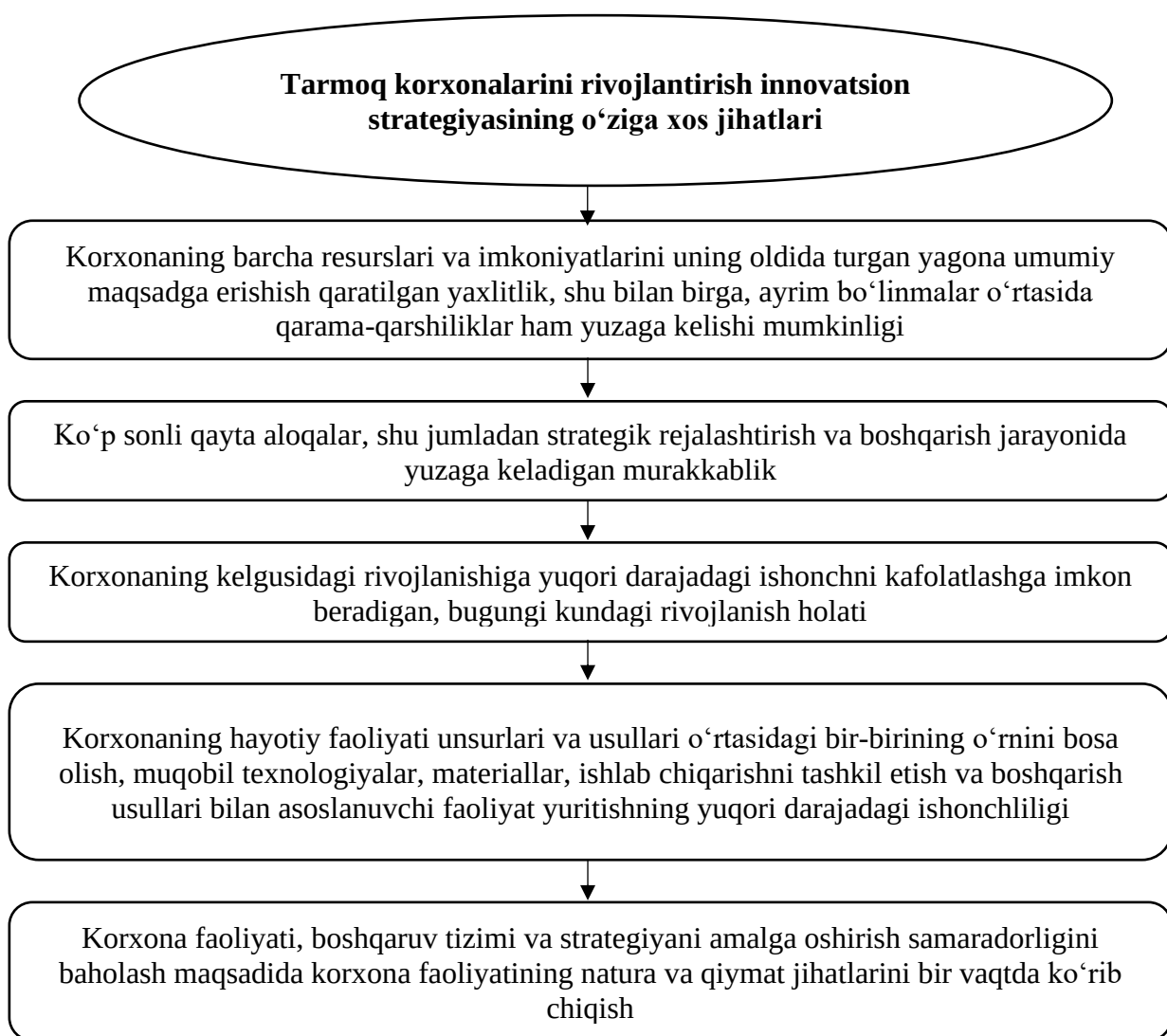
Yuqorida bir qator chet ellik olimlar tomonidan strategiya, strategik ko'ra bilishlik, strategik rejalashtirish, strategik boshqarish, innovatsion korxonalar, innovatsion strategiyalar va boshqa shu yo'nalishda bildirilgan fikrlar o'rganilib, "Strategik ko'ra bilishlik" va "Innovatsion strategiya" tushunchalariga mualliflik ta'rifi ishlab chiqildi.

Fikrimizcha, "Strategik ko'ra bilishlik – bu, aniq bir jarayonning natijasi, yo'lning so'nggi nuqtasi bo'lib, korxonaning ideal qiyofasini va maqsadini (uning missiyasini) topishga yordam beradigan iqtisodiy kategoriyadir".

"Innovatsion strategiya – bu, korxona maqsadlariga erishish vositalaridan biri ya'ni, o'zining yangiligi bilan boshqa vositalardan, birinchi navbatda, ushbu korxona, sanoat, bozor va iste'molchilarning ehtiyojlarini qanoatlantirishga qaratilgan jarayon bo'lib, korxonaning umumiy strategiyasiga bo'ysunuvchi, innovatsiyalarning maqsadlarini, ularga erishish vositalarini va mablag'larni jalb qilish manbalarini tanlashni belgilaydigan yo'ldir".

Korxonaning mahsuloti zamonaviy yangi texnologiyalarda ishlab chiqarilib, boshqa mahsulotlardan ajralib turadigan xususiyatlarga, raqobat ustunliklariga ega, bozorda talab bor, yangi mahsulot bo'lishi kerak. Strategik boshqarishning barcha jihatlari iqtisodiy subyektning o'ziga xos xususiyatlarini hamda uning strategiyani amalga oshirilishida o'z aksini topishini tavsiflaydi. Xo'jalik faoliyati subyekti bo'lib, o'z iqtisodiy maqsadlarini ko'zlagan holda, ishlab chiqarishni tashkil eta oladigan, mahsulotini sotib, ishlab chiqarish natijalarini mustaqil o'zlashtira olishga qaratilgan iqtisodiy munosabatlar ishtirokchisi hisoblanadi.

Agar zamonaviy innovatsion tarmoq korxonasini ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida, tizimlilik tamoyili nuqtayi nazaridan qaraydigan bo'lsak, u holda, faqatgina tarmoq korxonalari uchungina xos bo'lgan bir qator o'ziga xos jihatlarni ajratib ko'rsatishimiz mumkin (2-rasm):



2-rasm. Tarmoq korxonalarini rivojlantirish innovatsion strategiyasining o'ziga xos jihatlari¹

¹ Muallif ishlanmasi

Innovatsion korxonalarda strategik boshqarish konsepsiyasi tizimli va vaziyatli yondashuvga asoslangan holda ishlab chiqiladi. Mazkur holat esa:

- strategiyani rejalashtirish jarayoni tuzilmasini, bozorni strategik segmentlashning mohiyati va uslubiyotini tushunish;
- strategik muqobillarni tahlil qilish va strategiyani tanlashda foydalaniladigan uslubiy vositalarni farqlab olish;
- mikromuhitning strategik o'zgarishlari sharoitida tarmoq korxonasi oldida turgan maqsadga erishishga imkon beradigan strategiyani loyihalashtirish va amalga oshirish zaruratini keltirib chiqaradi.

Sanoat innovatsion korxonasi ijtimoiy-iqtisodiy tizim ekanligi sababli, strategik boshqarish vaziyatni yondashuvga, vaziyatlarni tahlil qilishga asoslanadi. Vaziyatli yondashuv orqali strategik boshqarishning asosiy tamoyillaridan bo'lgan moslashuvchanlik tamoyili amalga oshiriladi. Uning mohiyati shundaki, tashkilotning barcha ichki tuzilmalari, jumladan korporativ madaniyat, tashkiliy tuzilma, rejalashtirish tizimlari tashqi muhit va ichki muhit o'zgarishlariga munosabatini belgilab beradi.

Tashqi atrof-muhit nisbatan barqaror bo'lganida hamda unda korxona uchun yangi imkoniyatlarga olib keladigan doimiy o'zgarishlar yuzaga kelganida, rahbariyat korxonaning yashovchanligini ta'minlashga kamroq e'tibor qaratadi va boshqaruv tizimining egiluvchanligiga yo'l qo'yiladi. Bunda tashkiliy tuzilma yuzaga keladigan o'zgarishlarga tez va oson moslashuvchan bo'ladi. Yuzaga kelayotgan o'zgarishlarga tarmoq korxonalarining turlicha munosabati ularning bozordagi o'zini tutishi, xulq-atvor o'zgarishlarining ham turlicha bo'lishiga olib kelib, ularni qo'shimcha o'sishga qaratilgan va tadbirkorlikka qaratilgan uslublarga ajratish mumkin.

Innovatsion korxonaning qo'shimcha o'sishga qaratilgan boshqaruv uslubi erishilgan natijadan kelib chiqqan holda, maqsadning qo'yilishi bilan tavsiflanadi. Mazkur uslub korxona ichida ham, Shuningdek, uning tashqi muhit bilan aloqasida ham, o'zgarishlarni an'anaviy yo'nalishlardan sezgarsiz darajada bo'lishiga qaratilgan bo'ladi. Qo'shimcha o'sishga qaratilgan munosabatlar o'rnatilganida, o'zgarishlarning bo'lishi chorasiz bo'lgan holatlardagina, kiritiladi. Bunda muqobil yechimlar qidiriladi hamda birinchi qoniqtiradigan yechim qabul qilinadi.

Munosabatlarning tadbirkorlikka asoslangan uslubi, odatda o'zgarishlarga intilish, kelgusida kutilishi mumkin bo'lgan tahlikalarni yengib o'tish va yangi imkoniyatlarni qidirishga asoslanadi. Bu uslubda juda ko'p sonli alternativ yechimlar ishlab chiqiladi va ulardan eng optimal varianti tanlab olinadi. Munosabatlarning bunday uslubini qo'llaydigan innovatsion korxonalar odatda, uzluksiz o'zgarishlar zanjirida harakat qiladilar. O'zlarining kelajaklarini, erishiladigan samaradorlik va muvaffaqiyatni ana shu harakatda, deb biladilar.

Bugungi kunda fan-texnika taraqqiyotiga uzviy bog'liq bo'lgan tarmoq korxonalari qo'shimcha o'sishga qaratilgan boshqaruv munosabatlariga, tadbirkorlikka asoslangan uslubga nisbatan, ko'proq ustuvorlik bilan qaramoqdalar. Yirik innovatsion sanoat korxonalari tadbirkorlikka asoslangan uslubni faqatgina, korxonaning asosiy vazifalarini, tashkiliy strukturani shakllantirish, xususan o'zining ijtimoiy jihatdan o'rnini asoslashga yo'naltirilgan, rivojlanishining ilk bosqichidagina qo'llaydilar.

Faoliyatining keyingi bosqichlarida ular odatda, qo'shimcha o'sishga qaratilgan boshqaruv munosabatlariga o'tib ketadilar.

Munosabatlarning tadbirkorlikka asoslangan uslubiga ko'proq, bozor dinamika ta'siri bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'liq bo'lgan yirik korxonalarning ishtirokchilari, uncha katta bo'lmagan tarmoq korxonalari yoki korporativ birlashmalar asoslanadilar. Ular doimiy ravishda o'zgarishlar hisobiga o'sish imkoniyatlarini izlash borasida tadbirkorlik izlanishlarini olib boradilar.

Ilmiy-tadqiqot ishlarining salmog'i yuqori bo'lgan turli boshqaruv munosabatlariga ega tarmoq korxonalari o'zlarining tavsifiga ko'ra bir-biridan sezilarli darajada farq qiladi. Jumladan, qo'shimcha o'sishga qaratilgan boshqaruv munosabatlariga asoslangan korxonaning asosiy maqsadi foydalilikni oshirish hisoblanadi. Bunday korxonalarning boshqaruv tuzilmasi nisbatan barqaror bo'lib, asosan xom ashyo resurslariga ishlov berish texnologik jarayonlar bo'yicha iqtisodga erishish, samaradorlikni oshirishga qaratilgan bo'ladi, biznes yo'nalishlari esa o'zaro zaif bog'langan bo'ladi.

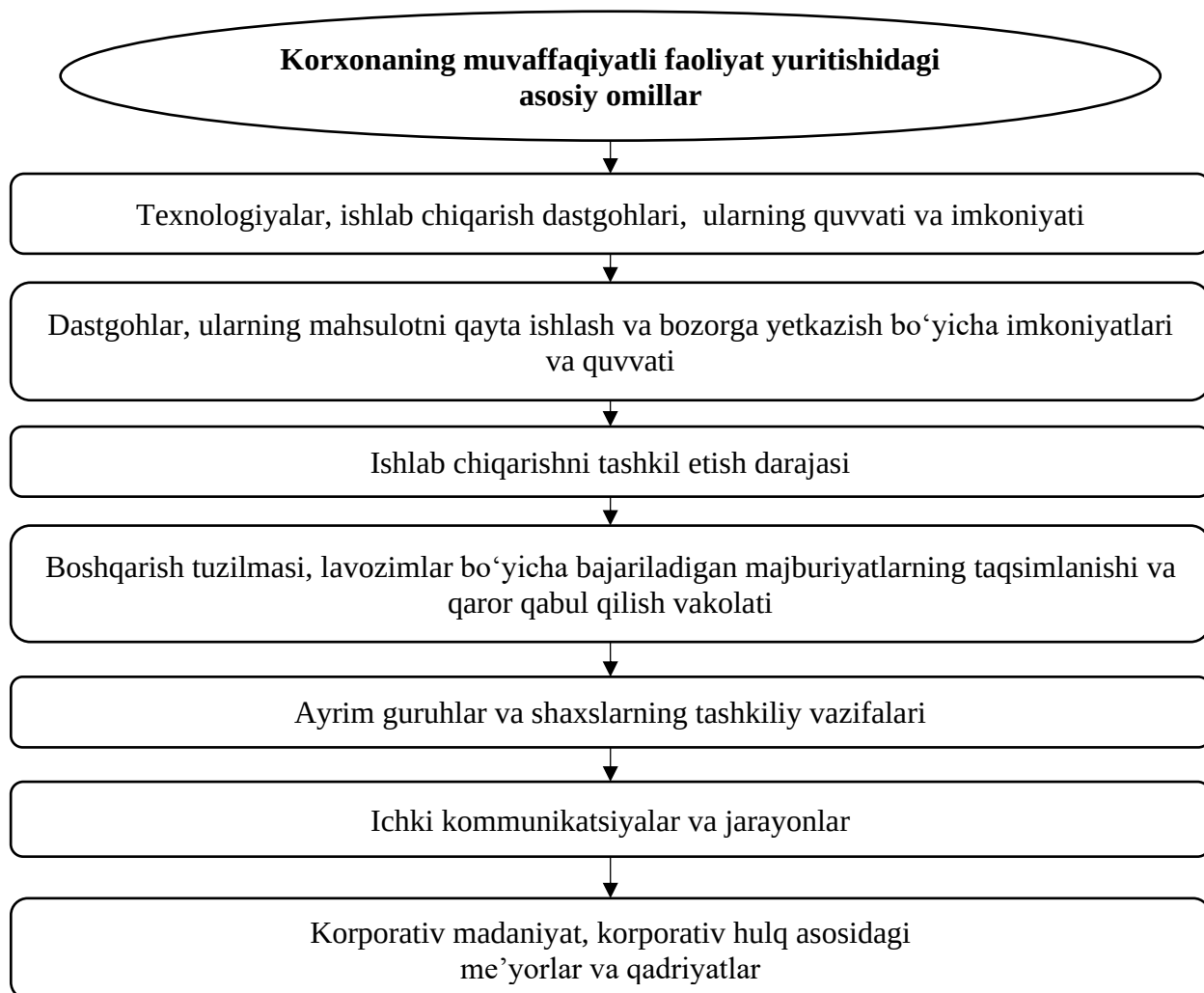
Ma'lumki, boshqaruv qarorlari yuzaga kelgan muammolarga nisbatan o'zining aks ta'sirini ko'rsatadi. Ammo, mazkur qarorlar muammo yuzaga kelib bo'lgandan keyin, uning oqibatlarini bartaraf qilishga nisbatan qabul qilingan bo'ladi. Shu boisdan ham, munosabatlarning tadbirkorlikka asoslangan uslubini qo'llaydigan korxonalardagi holat qo'shimcha o'sishga qaratilgan boshqaruv munosabatlariga asoslangan korxonalardan farq qiladi. Bunday korxonalarning maqsadi yuqori foyda olish, ichki va tashqi muhit o'zgarishlariga moslasha oladigan egiluvchan tashkiliy strukturani yaratishdir, boshqaruv qarorlari esa, muammolarni ko'ra bilishlik imkoniyatlarini qidirish yo'li bilan qabul qilinadi.

Boshqa tashkiliy tuzilmalar faoliyatini boshqarishda ham farqlarni ko'rish mumkin. Innovatsion korxonalarni boshqarish tizimini qayta shakllantirish tajribasi shuni ko'rsatadiki, boshqaruv hulqidagi, boshqaruv munosabatlaridagi o'zgarish, o'z navbatida boshqa o'zgarishlar bilan, vaqt sarfi bilan, qo'shimcha xarajatlar bilan ham bog'liq. Shuningdek, bunday o'zgarishlar korxonada faoliyat yuritayotgan xodimlar uchun ham qiyinchilik tug'diradi, boshqaruv vakolatlarining qayta taqsimlanishi talab etiladi. Boshqaruvga nisbatan yuqorida ko'rsatib o'tilgan ikkita uslubni bitta korxonaga qo'llash, kelishmovchiliklarni, muammoli holatlarni keltirib chiqaradi.

Strategik boshqarishda strategiyani ishlab chiqish va amalga oshirishda bir qator vazifalar, xususan strategik maqsad, korxonaning missiyasini shakllantirish, uni aniq maqsad va vazifalarga aylantirish, maqsad va vazifalarga erishish yo'llarini ishlab chiqish, uni amalga oshirish hamda boshqaruvning ta'siri, ya'ni ichki va tashqi muhit o'zgarishlarini hisobga olgan holda strategiyaga o'zgartirishlar kiritishni o'z ichiga oladi.

Strategik boshqarishning ikkita asosiy yakuniy natijasini farqlashimiz mumkin. Birinchisi, kelgusida korxonaning maqsadlariga erishishini ta'minlaydigan salohiyatni yaratish. Korxonaning salohiyati asosiy faoliyatni samarali tashkil etish natijasida yaratiladi. Xususan, salohiyat korxonaga xom ashyo, moliyaviy, axborot va inson resurslarini kiritishni oshirish hisobiga mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar hajmini ko'paytirish, korporativ madaniyatni shakllantirish orqali erishadi.

Strategik boshqarishning yakuniy natijalaridan yana biri korxonaning tashqi muhit o'zgarishlariga ta'sirchanligini belgilab beruvchi ichki tuzilma va tashkiliy o'zgarishlar hisoblanadi. Mazkur holat innovatsion korxonalarda yangi mahsulot turlari va xizmatlarni, texnologiyalar va tashkiliy o'zgarishlarni o'z vaqtida anglash, tashqi o'zgarishlarni talqin qilish, Shuningdek, unga muvofiq harakat qilish imkoniyatini belgilab beradi. Korxonaning salohiyati va strategik imkoniyatlari uning tashkiliy tuzilishi hamda personalning sifati bilan belgilanadi(3-rasm).



3-rasm. Korxonaning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishidagi asosiy omillar¹

Personalning sifati uning kasbiy malakasi, loyihalashtirish, bozorni tahlil qilish ko'nikmalarining yuzaga kelgan o'zgarishlarga munosabati bilan, strategik faoliyatga tegishli muammolarni hal qila olish salohiyati bilan, tashkiliy o'zgarishlarni amalga oshirishga tegishli masalalarni hal qila olish ko'nikmasi bilan, Shuningdek, strategik faoliyatdagi ishtirokini motivlar hamda qarshiliklarni yenga olish qobiliyati bilan tavsiflanadi.

¹ Muallif ishlanmasi

Shunday qilib, strategik boshqarish innovatsion korxonaning hayotiy faoliyati davomiyligini o'zgaruvchan mikromuhit sharoitida uzaytirishga imkon beradigan strategik mavqeyini shakllantirishga qaratilgan.

Strategik boshqarishning ikkita jihatini, xususan strategik boshqarish obyektlari hamda strategik boshqarishning muammolarini hisobga olish zarur.

Strategik boshqaruv istiqbolga mo'ljallangan, korxonaning bosh maqsadlari bilan bog'liq hamda tashqi muhit omillari ham ta'sir ko'rsatadigan muammolarning keng doiradagi tashkiliy yechimini ham qamrab oladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Fikrimizcha, innovatsion rivojlanishda strategik boshqarishning ahamiyati quyidagilar bilan tavsiflanadi:

1. Innovatsion korxonaning bosh maqsadi – missiyasi bilan bog'liq muammolar bo'lib, ular kelajakka, xususan korxona faoliyati samaradorligini maqsadlar, resurslar va natija o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ta'minlash orqali oshirishga qaratilgan. Shu boisdan ham, eski ishlab chiqarishni tugatish, yangisini yaratish, yangi tur mahsulotlarini, texnologiyalarni, bozorlarni o'zlashtirish strategik tavsifga ega bo'ladi. Moddiy, texnologik va mehnat resurslarini iqtisod qilishga qaratilgan qarorlar esa strategik emas, xususiy tavsifda bo'ladi.

2. Innovatsion korxonaning qandaydir bir unsuri maqsadga erishish uchun zarur bo'lsa, ammo mazkur vaqtda yo'q bo'lsa yoki yetishmasa, u bilan bog'liq muammolar va yechimlar. Strategik boshqarish amaliyotida, agar yangi tur mahsulotini ishlab chiqarish, korxona uchun yangi texnologik jihozga egalik qilish, yangi mutaxassislarni taklif qilish rejalashtirilayotgan bo'lsa, bunday muammolar strategik hisoblanadi.

3. Nazorat qilib bo'lmaydigan tashqi omillar bilan bog'liq muammolar. Bu muammolar ko'pincha, ko'p sonli tashqi omillar ta'siri natijasida yuzaga keladi. Shu boisdan ham, strategiyani hamda rivojlanish yo'nalishlarini tanlashda yangilish-maslik uchun qanday iqtisodiy, siyosiy, ilmiy-texnikaviy, ijtimoiy va boshqa omillar korxonaning kelgusi rivojlanishiga ta'sir etishini aniqlash zarur. Tashqi muhitning doimiy monitoringini tashkil etish korxonaning samaradorligi va raqobatbardoshligining muhim shartidir.

Birinchi yo'nalish strategik boshqarishni muntazam amalga oshirish hisoblanib, mazkur bosqich tahlil qilish, rejalashtirish va strategiyani amalga oshirish bosqichlarini o'z ichiga oladi hamda asosiy maqsad korxonaning strategik imkoniyatlarini boshqarishdir.

Strategik boshqarishni rivojlantirishning ikkinchi yo'nalishi to'satdan yuzaga keladigan strategik masalalarni, o'sha zahoti hal qilishga qaratilgan strategik boshqaruv qarorlarini hal qilinishi bilan tavsiflanadi. Boshqarishning bu yo'nalishi tashqi muhitdagi o'zgarishlarga tezkorlik bilan javob qaytarishi kerak bo'lgan, strategiyani qayta ko'rib chiqish uchun imkon bo'lmaydigan holatlarda keng qo'llaniladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Аронов А.М. (2000). *Ключевые факторы успеха стратегического планирования: Словарь-справочник*. СПб.: Лениздат. 95 с.
2. Ансофф И. (2002). *Стратегическое управление*. Пер. с англ. М.: Экономика.
3. Портер М. (2005). *Конкуренция*. Пер. с англ. О.Л. Пеляевского. М.: Вильямс. 602 с.
4. Юсупов С.Ш. (2020). *Ўзбекистон тўқимачилик саноати рақобатбардошлигини оширишнинг инновацион стратегиялари*. Монография. Т.: Lesson press. 219 б.
5. Юсупова Д.Т., Юсупов С.Ш. (2016). *Ишлаб чиқаришни ташкил этиши ва бизнес режа*. Маърузалар курси. Т.: ТТЕСИ. 69 б.
6. Насирходжаева Д.С. (2011). *Формирование стратегии развития промышленных предприятий на отраслевых рынках*. Автореф. дисс. докт. экон. наук. Т.: АН РУз Институт экономики. 47 с.
7. Старикова М.С., Резниченко А.А. (2011). *Условия инновационного развития корпораций в Белгородской области*. Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова, №1, 137-141.
8. Ентони С., Джонсон М., Синфилд Дж., Олتمان Э. (2011). *Руководство инноватора: как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта*. Пер. с англ. М.: Издательство Юрайт. 46-67 с.
9. “O‘zto‘qimachilik sanoat” uyushmasi ma’lumotlari, 2019-2024-y.