

KORXONALAR INNOVATSION SALOHIYATNI SHAKLLANTIRISH VA BOSHQARISH

Maxmudova Go’zal Bahodir qizi

Toshkent Davlat Iqtisodiyot universiteti 4-bosqich talabasi

Ibragimov G‘anijon G‘ayratovich

“Innovatsion menejment” kafedrasida ilmiy dotsenti

Annotatsiya: *Innovatsion salohiyatni shakllantirish va boshqarish bugungi kunda har qanday korxonaga uchun muhim omil hisoblanadi. Innovatsiya nafaqat yangi mahsulotlar yoki xizmatlar yaratish, balki mavjud jarayonlarni takomillashtirish va yangi texnologiyalarni joriy etishni ham o‘z ichiga oladi. Korxonalar uchun innovatsion salohiyatni shakllantirish va boshqarish, bozor raqobatbardoshligini oshirish va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta’minlash uchun zaruriy qadamdir.*

Kalit so‘zlar: *Innovatsion salohiyat, Shakllantirish Boshqarish, Korxonaga, Raqobatbardoshlik, Yangiliklar, Xizmatlar, Texnologiya, Raqobatchilar, Strategiya, Innovatsion jarayon, Innovatsion boshqaruv*

Innovatsion salohiyatni shakllantirish jarayoni ko‘plab omillarga bog‘liq. Avvalo, korxonalar innovatsiyalarni amalga oshirish uchun zaruriy resurslarga ega bo‘lishi kerak. Bular o‘z ichiga moliyaviy, inson resurslari, texnologik infratuzilma va boshqalarni oladi. Korxonaga rahbariyati innovatsion fikrlashni rivojlantirish va xodimlarni yangiliklarga ochiq qilish uchun qulay muhit yaratishi zarur. Innovatsiyalarni yaratishda xodimlarning faol ishtiroki, kompaniyaning rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Innovatsion salohiyatni shakllantirishda, o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish, yangi g‘oyalarni ilgari surish va foydalanuvchilar ehtiyojlarini tushunish juda muhimdir. Innovatsion jarayonlarni muvaffaqiyatli boshqarish uchun korxonalar o‘z strategiyalarini uzluksiz ravishda qayta ko‘rib chiqib, kerakli o‘zgarishlarni kiritishlari kerak. Yangi mahsulotlar yoki xizmatlarni ishlab chiqishda bozor tahlili va trendlarni o‘rganish, shuningdek, raqobatchilarning faoliyatini kuzatish zarur.

Innovatsion salohiyatni boshqarish – bu faqat yangiliklarni joriy etish emas, balki ular muvaffaqiyatli tarzda amalga oshirilishini ta’minlashdir. Boshqaruv tizimi innovatsiya jarayonlarini samarali ravishda rejalashtirish, nazorat qilish va tahlil qilishga qaratilgan bo‘lishi kerak. Har bir innovatsion tashabbus uchun aniq maqsadlar belgilanishi lozim. Bu maqsadlar korxonaning umumiy strategiyasi bilan hamohang bo‘lishi va uni amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan barcha resurslar taqdim etilishi kerak.

Innovatsion boshqaruvning muhim jihatlaridan biri – xodimlarni rag‘batlantirish va ular orasida jamoaviy ishni rivojlantirishdir. Xodimlarning ijodiy salohiyatini ochish va yangi g‘oyalarni amalga oshirishda mustahkam hamkorlikni o‘rnatish uchun kompaniya ichida innovatsion madaniyatni shakllantirish kerak. Xodimlarning fikrlarini tinglash va ular bilan doimiy ravishda aloqada bo‘lish, muvaffaqiyatli innovatsiyalarni yaratishga yordam beradi.

Shuningdek, innovatsion salohiyatni boshqarishda risklarni boshqarish ham muhim omil hisoblanadi. Innovatsion jarayonlar doimo noaniqliklar va xavf-xatarlar bilan bog‘liq bo‘ladi. Shuning uchun, har bir innovatsion tashabbus oldidan risklarni tahlil qilish, ularga qarshi strategiyalar ishlab chiqish zarur. Bu jarayonda to‘g‘ri qarorlar qabul qilish va tezkor reaksiyalar ko‘rsatish korxonaning muvaffaqiyatini ta‘minlaydi.

XULOSA

Korxonaning innovatsion salohiyatini shakllantirish va boshqarish jarayoni uning o‘shishi va rivojlanishining asosi hisoblanadi. Innovatsion fikrlash, yangiliklarga ochiqlik, samarali boshqaruv tizimi va risklarni boshqarish orqali korxonada raqobatbardoshligini oshirish va bozorda muvaffaqiyatga erishish mumkin. Shuningdek, innovatsiyalar nafaqat mahsulot yoki xizmatlarni takomillashtirish, balki korxonaning ichki jarayonlarini yanada samarali qilishga ham yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press.
2. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
3. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
4. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
6. Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). *The Core Competence of the Corporation*. *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91.
7. Birkinshaw, J., & Gibson, C. (2004). *Building Ambidexterity into an Organization*. *MIT Sloan Management Review*, 45(4), 47–55.