

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИ ПЕДАГОГ ВА РАҲБАР КАДРЛАРИНИ
ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШНИ
ТАШКИЛ ЭТИШ БОШ ИЛМИЙ - МЕТОДИК МАРКАЗИ**

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ПЕДАГОГ КАДРЛАРНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА
УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШ ТАРМОҚ МАРКАЗИ**

“МЕНЕЖМЕНТ”

ЙЎНАЛИШИ

“ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТ”

МОДУЛИ БЎЙИЧА

ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУА

Тошкент-2019

Модулнинг ўқув-услубий мажмуаси Олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими ўқув-методик бирлашмалари фаолиятини Мувофиқлаштирувчи кенгашнинг 2019 йил 18 октябрдаги 5-сонли баённомаси билан маъқулланган ўқув дастури ва ўқув режасига мувофиқ ишлаб чиқилган.

Тузувчилар: Н.Қ.Йўлдошев - ТДИУ, “Менежмент” кафедраси профессори, и.ф.д.
Д.Т.Юсупова - ТДИУ, “Менежмент” кафедраси доценти, и.ф.н.

Такризчилар: Ф.Х.Назарова - Тошкент молия институти “Менежмент ва маркетинг” кафедраси профессори, и.ф.д.
М.Г.Умарходжаева – ТДИУ, “Менежмент” кафедраси доценти, и.ф.н.

Ўқув -услубий мажмуа Тошкент давлат иқтисодиёт университети Кенгашининг 2019 йил _____даги ____-сонли қарори билан тасдиққа тавсия қилинган.

МУНДАРИЖА

I. ИШЧИ ДАСТУР.....	4
II.МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ.....	10
III. МАЪРУЗА МАТНЛАРИ.....	19
IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ, ТОПШИРИҚЛАР ВА УЛАРНИ БАЖАРИШ БЎЙИЧА ТАВСИЯЛАР.....	45
V. БИТИРУВ ИШЛАРИ УЧУН МАВЗУЛАР.....	78
VI. КЕЙСЛАР БАНКИ.....	79
VII ГЛОССАРИЙ.....	101
VIII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.....	104

I. ИШЧИ ДАСТУР

Кириш

Дастур Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июндаги “Олий таълим муассасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4732-сонли, 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармонлари, 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармонлари, шунингдек 2017 йил 20 апрелдаги “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ–2909-сонли Қарорида белгиланган устувор вазифалар мазмунидан келиб чиққан ҳолда тузилган бўлиб, у олий таълим муассасалари педагог кадрларининг инновацион компетентлигини ривожлантириш, соҳага оид илғор хорижий тажрибалар, янги билим ва малакаларни ўзлаштириш ҳамда амалиётга жорий этиш кўникмаларини такомиллаштиришни мақсад қилади.

Дастур доирасида берилаётган мавзулар таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлигига қўйиладиган умумий малака талаблари ва ўқув режалари асосида шакллантирилган бўлиб, унинг мазмуни Ўзбекистоннинг миллий тикланишдан миллий юксалиш босқичида олий таълим вазифалари, таълим-тарбия жараёнларини ташкил этишнинг норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари, илғор таълим технологиялари ва педагогик маҳорат, таълим жараёнида ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш, амалий хорижий тил, тизимли таҳлил ва қарор қабул қилиш асослари, махсус фанлар негизида илмий ва амалий тадқиқотлар, ўқув жараёнини ташкил этишнинг замонавий услублари бўйича сўнгги ютуқлар, педагогнинг креатив компетентлигини ривожлантириш, глобал Интернет тармоғи, мультимедиа тизимларидан фойдаланиш ва масофавий ўқитишнинг замонавий шакллари қўллаш бўйича тегишли билим, кўникма, малака ва компетенцияларни ривожлантиришга йўналтирилган.

Дастур доирасида берилаётган мавзулар ўқув режалар асосида шакллантирилган бўлиб, бу орқали олий таълим муассасалари педагог кадрларининг соҳага оид замонавий таълим ва инновация технологиялари, илғор хорижий тажрибаларидан самарали фойдаланиш, ахборот – коммуникация технологияларини ўқув жараёнига кенг тадбиқ этиш, уларнинг касбий маҳоратини мунтазам юксалтириш, ўқув жараёнларини ташкил этишда малака оширишда олган билим ва кўникмаларидан самарали фойдаланиш, шунингдек, педагогик вазиятларда оптимал қарорлар қабул қилиш, таълимни жараёнида инновацион фаолликни шакллантириш билан боғлиқ компетенцияларга эга бўлишлари таъминланади.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

“Инновацион менежмент” модулининг мақсади ОТМ тингловчилари таълим-тарбия жараёнларини ташкил этиш ва бошқаришда замонавий андозаларга жавоб берадиган инновацион менежменти асосларини тадқиқ этишни, корхона ва ташкилотлар фаолиятини ривожлантиришда инновациялардан самарали фойдаланишни, уни бошқариш бўйича зарур билим ва тажрибаларни ўргатиш, уларни амалиётга татбиқ этилишини таъминлашда ва мавжуд билимларни янгича асосда чуқурлаштириш, ҳамда уларнинг малакаларини оширишдан иборат.

“Инновацион менежмент” модулининг **вазифалари:**

- инновацион менежмент ривожланишининг илмий-назарий ва услубий асосларини тадқиқ этиш;
- инновацион менежментни ташкил этиш ва ривожлантиришнинг хорижий тажрибасини ўрганиш;
- Ўзбекистонда инновацион менежментни ривожлантиришнинг аҳамиятини тадқиқ этиш, унинг ривожланишига таъсир этувчи ижобий ва салбий омилларни таҳлил этиш;
- Ўзбекистонда инновацион менежментнинг ривожланишини қўллаб-қувватловчи қонунчилик ҳужжатларини ўрганиш ва таҳлил этиш;
- Инновацион лойиҳаларни тузиш ва уларнинг самарадорлигини баҳолашда молиявий-иқтисодий кўрсаткичлар тизимидан самарали фойдаланиш йўлларини ўрганишда кўникма ва малакаларини шакллантириш.

Модул бўйича тингловчиларнинг билими, кўникмаси, малакаси ва компетенцияларига қўйиладиган талаблар

“Инновацион менежмент” модулини ўзлаштириш жараёнида:

Тингловчи:

- инновацион менежментнинг иқтисодий моҳияти ва тушунчаси;
- инновация турлари ва йўналишлари;
- инновацияларни қўллаш технологияларини ўзлаштириш;
- инновацияларни жорий этишда меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни амалдаги ижроси;
- инновацион лойиҳаларни тузиш ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш;
- инновацион менежментнинг функционал вазифалари ижросини таъминлаш ҳақида ***билимларга эга бўлиши;***

Тингловчи:

- ўз касбий фаолият соҳаларида инновацион лойиҳаларни амалга ошириш бўйича хизматларини кўрсатиш;
- инновацияларни жорий этишда асосий ютуқларини тарғиб қилиш;

- инновацияларни қўллашнинг имкониятларини яратиш ва уларнинг ривожланиш истиқболларини таҳлил қилиш;

- инновацион менежментга доир масалалар ечиш ва кейслар тузиш;

- инновацион менежментни амалиётда қўллаш **қўникмаларини эгаллаши;**

Тингловчи:

- инновацион менежментини ривожлантиришда ҳамкорлик режаларини ишлаб чиқиш;

- инновацияларни жорий этилишини амалда тўғри қўллаш;

- инновацион менежментга доир муаммоларни аниқлаш;

- инновацион лойиҳаларни қўллашни таҳлил этиш;

- инновацион менежментни такомиллаштириш бўйича таклифлар бериш;

- инновацияларни қўллашни баҳолаш ва умумлаштириш **малакаларини эгаллаши;**

Тингловчи:

- олий таълим муассаларида инновацион менежментни қўллашда ўзаро ҳамкорликка таъсир кўрсатиш;

- замонавий инновацион фаолиятни юритиш, унинг тузилма ва вазифаларини ўрганиш асосида инновацион жараённи самарали бошқариш;

- инновацион менежментни юритиш асосида хулосалар бериш;

- инновацион менежментнинг функционал вазифаларини ижро этиш асосида қарорлар қабул қилиш;

- инновацион - фаолият тавсифидаги **компетенцияларни эгаллаши лозим.**

Модулни ташкил этиш ва ўтказиш бўйича тавсиялар

“Инновацион менежмент” курси маъруза ва амалий машғулотлар шаклида олиб борилади.

Курсни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий методлари, педагогик технологиялар ва ахборот-коммуникация технологиялари қўлланилиши назарда тутилган:

- маъруза дарсларида замонавий компьютер технологиялари ёрдамида презентация ва электрон-дидактик технологиялардан;

- ўтказиладиган амалий машғулотларда техник воситалардан, экспресс-сўровлар, тест сўровлари, ақлий ҳужум, гуруҳли фикрлаш, кичик гуруҳлар билан ишлаш, коллоквиум ўтказиш ва бошқа интерактив таълим усулларини қўллаш назарда тутилади.

Модулнинг ўқув режадаги бошқа модуллар билан боғлиқлиги ва узвийлиги

“Инновацион менежмент” модулининг мазмуни ўқув режадаги “Стратегик менежменти”, “Операцион менежмент” ўқув модуллари билан узвий боғланган ҳолда тингловчиларга инновацион фаолиятни амалга ошириш, ўқув жараёнларини олиб боришда олий таълим муассасалари педагог кадрларининг инновацион менежмент бўйича касбий ва бошқарув маҳорати даражасини орттиришга хизмат қилади.

Ўқув модулнинг олий таълимдаги ўрни

Модулни ўзлаштириш орқали тингловчилар таълим ва тарбия жараёнларида, таълим хизматларини ташкил этишда инновацион менежмент асосларини ўрганиш, уларни таҳлил этиш, амалда қўллаш ва баҳолашга доир касбий компетентликка эга бўладилар.

Модул бўйича соатлар тақсимоти

№	Модул мавзулари	Тингловчининг ўқув юкلامаси, соат					
		Ҳаммаси	Аудитория ўқув юкلامаси			Мустақил таълим	
			жами	Назарий машғулот	Амалий машғулот		Кўчма машғулот
1.	Инновацион менежментнинг назарий асослари	4	4	2	2	-	-
2.	Инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари	2	2	-	2	-	-
3.	Монополияга қарши бошқарув	4	4	2	2	-	-
4.	Инновацион лойиҳалар ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари	4	4	-	2	2	
	Жами:	14	14	4	8	2	-

НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Инновацион менежментнинг назарий асослари.

Инновацион менежментнинг моҳияти. Инновацион муҳит. Инновацион потенциал. Инновацион соҳа. Инновацион фаолият. Инновацион лойиҳа. Инновацион менежмент. Инновацион фаолият режаси ва дастурларини ишлаб чиқиш ва жорий этишнинг мазмуни ва моҳияти. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши хусусиятларини ўрганиш. Инновацион менежмент босқичларини асослаш.

2-мавзу: Монополияга қарши бошқарув

Соф монополия ва бозор ҳокимияти. Соф монополиянинг вужудга келишига таъсир қилувчи омиллар. Тармоқга кириш тўсиқлари тўғрисида тушунчалар бериш. Монопол ҳокимият. Монополист маҳсулотига талаб. Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи. Монопол ҳокимият ва жамият фаровонлигини асослаш. Монопол рақобат бозори. Монопол бозор мувозанати. Олигополия. Нархлар жангги тўғрисида маълумотлар бериш.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1– амалий машғулот:

Инновацион менежментнинг назарий асослари

Машғулот бахс-мунозара шаклида ўтказилиб, мақсади инновацион менежмент ривожланишининг моҳияти, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Инновацион менежментнинг моҳияти
2. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши
3. Инновацион менежмент босқичлари.

2–амалий машғулот:

Инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари

Машғулот бахс-мунозара шаклида ўтказилиб, мақсади тингловчиларда инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари ҳақида тушунча ҳосил қилиш, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Инновацион менежмент мақсадлари
2. Инновацион фаолиятни ташкил этиш
3. Мотивацияни бошқариш
4. Инновацион фаолиятда назоратнинг ўрни.

3– амалий машғулот:

Монополияга қарши бошқарув

Машғулот бахс-мунозара шаклида ўтказилиб, мақсади тингловчиларда монополияга қарши бошқарувнинг моҳияти, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти
2. Монопол рақобат бозори
3. Олигополия
4. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун.

4– амалий машғулот:

Инновацион лойиҳалар ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари

Машғулот бахс-мунозара шаклида ўтказилиб, мақсади тингловчиларда инновацион лойиҳалар ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Инновацион лойиҳа самарадорлигининг таҳлили
2. Инновацион фаолиятда инвестицион лойиҳаларни амалга оширишнинг тамойиллари
3. Инновацион фаолиятнинг самарадорлигини таҳлил қилишда вақт омилини ҳисобга олиш.

ЎҚИТИШ ШАКЛЛАРИ

Мазкур модулнинг назарий материални ўзлаштиришда қуйидаги:

→ ўқув ишини ташкиллаштиришнинг интерфаол шакллари: кўргазмали маъруза, савол-жавобли маъруза, суҳбат-маърузалар орқали ташкиллаштириш назарда тутилган.

→ ўқув фаолиятини ташкил этиш шакллари сифатида қуйидагилардан фойдаланиш назарда тутилган:

- маъруза машғулотларида оммавий, жуфтлик, индивидуал;
- амалий машғулотларда жуфтлик, индивидуал.

КЎЧМА МАШҒУЛОТ

Мазкур модул бўйича ўқув режада “Инновацион лойиҳалар ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари” мавзусида 2 соат кўчма машғулот назарда тутилган.

МУСТАҚИЛ ИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ШАКЛИ ВА МАЗМУНИ

Мустақил ишни ташкил этишда тингловчилар томонидан “Инновацион менежмент” модулида ўрганилаётган масалалар, дискуссиялар бўйича билдирилаётган фикр-мулоҳазаларни шакллантириш мақсадида улар томонидан кўшимча манбалардан, жумладан интернет сайтлари, инглиз тилида чоп этилган адабиётлар ва мақолалардан фойдаланишни кўзда тутати.

II. “ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТ” МОДУЛИНИ ЎҚИТИШДА Фойдаланиладиган Интерфаол Таълим методлари

Мамлакатимиз иқтисодиётининг деярли барча тармоқ ва соҳаларида ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник ва технологик жиҳатдан қайта жиҳозлаш тадбирларининг кенг кўламда амалга оширилиши рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш имкониятларини кенгайтирмоқда. Ушбу модул турли мулкчиликка асосланган ташкилотларнинг инновацион фаолиятини, уларнинг бозор шароитидаги ҳаракатини, чекланган ишлаб чиқариш ресурсларидан самарали фойдаланиш йўллари чучуқ ўрганишда асос бўлиб хизмат қилади.

Таълим сифати ва усулига қараб билим ҳосил бўлади. Бу педагогнинг маҳоратинигина эмас, балки тингловчининг истак-хоҳиши, қобилияти ва билим даражасини ҳам белгилайди. Таълим узоқ давом этадиган жараён. Билим эса таълимнинг узлуксизлиги воситасида бериладиган мавҳум тушунчага эга бўлган ҳодисадир. Билим хусусийликка эга бўлса, таълим умумийликка эгадир. Таълим барча учун бир хилда давом этадиган жараён. Билим объектив борлиқдаги воқеа-ҳодисаларнинг инъикоси натижасида инсон миёсидаги мушоҳадалар ва тасаввурлар натижасида ҳосил бўладиган тушунчалар йиғиндиси сифатида намоён бўлади. Таълимдаги сифат уни беришда иштирок этадиган кишилар сифати билан белгиланса, билим индивидуалликка эга бўлади. Таълимни амалга оширадиган ёки дарс берадиган кишиларнинг савияси турлича бўлиши мумкин. Лекин гуруҳдаги талабаларга бериладиган таълим бир хилдир. Ўқитувчи билим эмас, балки таълим беради. Талаба эса ана шу таълим жараёнида билимга эга бўлади. Бунинг учун у мустақил ўқийди, тайёрланади, мушоҳада қилади, тасаввурларга эга бўлади, эшитганлари ва ўқитганларини синтез қилади. Натижада билимга эга бўлади.

Ўқув жараёни билан боғлиқ таълим сифатини белгиловчи ҳолатлар куйидагилар: юқори илмий-педагогик даражада дарс бериш, муаммоли маърузалар ўқиш, дарсларни савол-жавоб тарзида қизиқарли ташкил қилиш, илғор педагогик технологиялардан ва мультимедиа қўлланмалардан фойдаланиш, тингловчиларни ундайдиган, ўйлантирадиган муаммоларни улар олдига қўйиш, талабчанлик, тингловчилар билан индивидуал ишлаш, ижодкорликка ундаш, эркин мулоқот юритишга, ижодий фикрлашга ўргатиш, илмий изланишга жалб қилиш ва бошқа тадбирлар таълим устиворлигини таъминлайди.

Шулардан келиб чиққан ҳолда “Инновацион менежмент” модулининг таълим технологияларини лойиҳалаштиришда куйидаги асосий концептуал ёндашувларга эътибор бериш керак.

Таълимнинг шахсга йўналтирилганлиги. Ўз моҳиятига кўра бу йўналиш таълим жараёнидаги барча иштирокчиларнинг тўлақонли ривожланишини кўзда тутди. Бу эса Давлат таълим стандарти талабларига риоя қилган ҳолда тингловчининг интеллектуал ривожланиши даражасига йўналтирилиб қолмай, унингнинг руҳий-касбий ва шахсий хусусиятларини ҳисобга олишни ҳам англади.

- **Тизимли ёндашув.** Таълим технологияси тизимнинг барча белгиларини ўзида мужассам қилиши зарур: жараённинг мантиқийлиги, ундаги қисмларнинг ўзаро алоқадорлиги, яхлитлиги.

- **Амалий ёндашув.** Шахсда иш юритиш хусусиятларини шакллантиришга таълим жараёнини йўналтириш; тингловчилар фаолиятини фаоллаштириш ва интенсивлаштириш, ўқув жараёнида унинг барча лаёқати ва имкониятларини, синчковлиги ва ташаббускорлигини ишга солишни шарт қилиб қўяди.

- **Диалогик ёндашув.** Таълим жараёнидаги иштирокчи субъектларнинг психологик бирлиги ва ўзаро ҳамкорлигини яратиш заруратини белгилайди. Натижада эса, шахснинг ижодий фаоллиги ва тақдирот кучаяди.

- **Ҳамкорликдаги таълимни ташкил этиш.** Демократия, тенглик, субъектлар муносабатида педагог ва тингловчининг тенглиги, мақсадини ва фаолият мазмунини биргаликда аниқлашни кўзда тутди.

- **Муаммоли ёндашув.** Таълим жараёнини муаммоли ҳолатлар орқали намойиш қилиш асосида тингловчи билан биргаликдаги ҳамкорликни фаоллаштириш усуллари билан бириктирилади. Бу жараёнда илмий билишнинг объектив зиддиятларини аниқлаш ва уларни ҳал қилишнинг диалектик тафаккурни ривожлантириш ва уларни амалий фаолиятда ижодий равишда қўллаш таъминланади.

- **Ахборот беришнинг энг янги восита ва усулларидан фойдаланиш,** яъни ўқув жараёнига компьютер ва ахборот технологияларини жалб қилиш.

Юқоридаги концептуал ёндашув ва “Инновацион менежмент” модулининг таркиби, мазмуни, ўқув ахборот ҳажмидан келиб чиққан ҳолда ўқитишнинг кўйидаги усул ва воситалари танлаб олинди.

- **Ўқитиш усуллари ва техникаси:** мулоқот, кейс стади, муаммоли усул, ўргатувчи ўйинлар, “ақлий ҳужум”, инсерт, “Биргаликда ўрганамиз”, пинборд, маъруза (кириш маърузаси, визуал маъруза, тематик, маъруза-конференция, аниқ ҳолатларни ечиш, аввалдан режалаштирилган хатоли, шарҳловчи, якуний).

- **Ўқитишни ташкил қилиш шакллари:** фронтал, коллектив, гуруҳий, диалог, полилог ва ўзаро ҳамкорликка асосланган.

- **Ўқитиш воситалари:** одатдаги ўқитиш воситалари (дарслик, маъруза матни, таянч конспекти, кодоскоп)дан ташқари график органайзерлар, компьютер ва ахборот технологиялари.

- **Ўзаро алоқа воситалари:** назорат натижаларининг таҳлили асосида ўқитишнинг диагностикаси (ташҳиси).

- **Бошқаришнинг усули ва воситалари.** Ўқув машғулотида технологик карта кўринишида режалаштириш ўқув машғулотининг босқичларини белгилаб, қўйилган мақсадга эришишда педагог ва тингловчининг ҳамкорликдаги фаолиятини аниқлаб беради.

1- маъруза машғулотида қўйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

1) Машғулотнинг мотивация босқичида: “Ақлий ҳужум”дан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни -Инновацион менежментнинг назарий асослари. Тингловчиларнинг инновацион менежментнинг назарий асосларига оид қандай маълумотларни билишлари ва билишни истаётган маълумотларини аниқлаш мақсадида “**Б /Б /Б**” методидан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни - инновацияларни бошқариш бўйича билган маълумотларни биринчи устунга ёзиб чиқиш ва билишни истаётган маълумотларни иккинчи устунга ёзиб чиқиш.

Биламан	Билишни истайман	Билиб олдим

“Б /Б /Б”

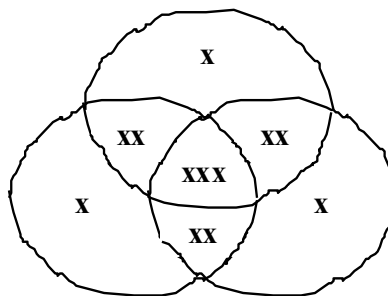
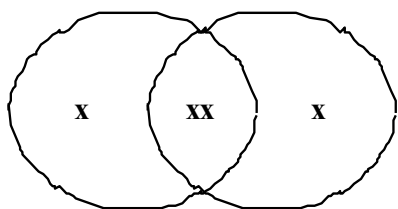
2) Тингловчиларнинг инновацион менежментнинг назарий асосларига оид таянч маълумотларни аниқлаш мақсадида “Тушунчалар таҳлили” методидан фойдаланилади.

“Тушунчалар”- таҳлили

Тушунчалар	Сизнинг фикрингизча ушбу тушунча нимани англатади?	Қўшимча маълумот
Инновация тушунчаси		
Инновацион муҳит		
Инновацион потенциал		
Инновацион соҳа		
Инновацион фаолият		
Инновацион лойиҳа		
Инновацион менежмент		

3) Тингловчиларнинг инновацион лойиҳалар турига оид таянч маълумотларни аниқлаш мақсадида “*Венн диаграммаси*” методидан фойдаланилади.

Венн диаграммаси



2-маъруза машғулотида қуйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

1) Машғулотнинг мотивация босқичида: “Ақлий ҳужум”дан фойдаланилади.

Топириқ мазмуни - Монополияга қарши бошқарув

Соф монополия ва бозор ҳокимияти	Монопол рақобат бозори	Олигополия	Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун

2) Тингловчиларнинг монополияга қарши бошқарувнинг асосий хусусиятларига оид қандай маълумотларни билишлари ва билишни истаётган маълумотларини аниқлаш мақсадида “Б /Б /Б” методидан фойдаланилади.

Топириқ мазмуни: Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи бўйича билган маълумотларни биринчи устунга ёзиб чиқиш ва билишни истаётган маълумотларни иккинчи устунга ёзиб чиқиш. “Б /Б /Б”

Биламан	Билишни истайман	Билиб олдим

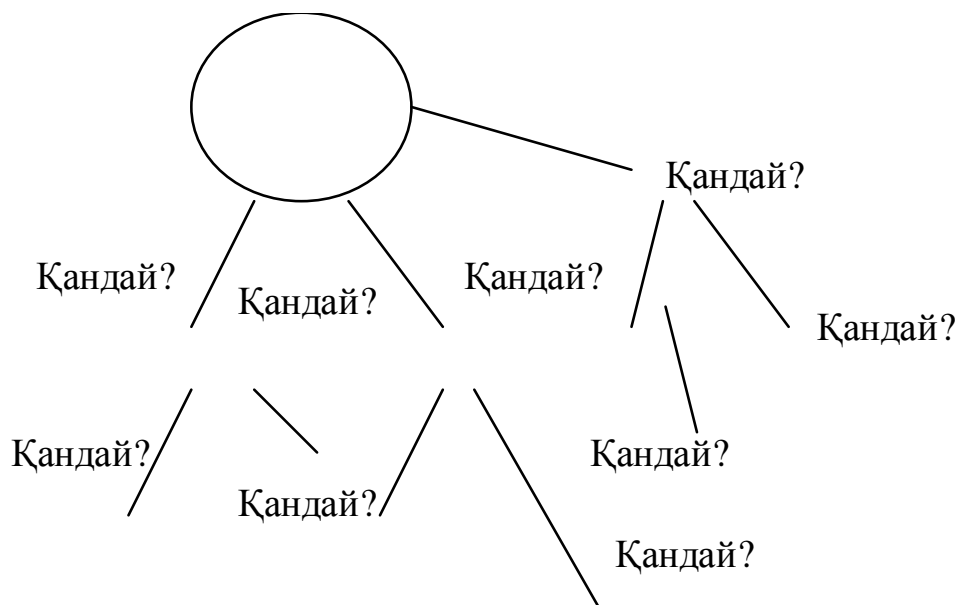
2) Тингловчиларнинг инвестицион лойиҳаларнинг самарадорлигини баҳолашга оид таянч маълумотларни аниқлаш мақсадида “Тушунчалар таҳлили” методидан фойдаланилади.

“Тушунчалар”- таҳлили

Тушунчалар	Сизнинг фикрингизча ушбу тушунча нимани англатади?	Қўшимча маълумот
Монопол ҳокимият		
Монополист маҳсулотига талаб		
Фойдани максималлаштириш		
Монопол шароитда нарх белгилаш		

1-амалий машғулотда қуйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

1) Тингловчиларнинг инновацион бошқарувда таваккал хавфи даражасини босқичма-босқич баҳолашга оид таянч маълумотларни аниқлаш мақсадида “Қандай?” диаграммаси методидан фойдаланилади.



2) Тингловчиларнинг инновацияларга ёндошишга оид таянч маълумотларни аниқлаш мақсадида “Тушунчалар таҳлили” методидан фойдаланилади.

“Тушунчалар”- таҳлили

Тушунчалар	Сизнинг фикрингизча ушбу тушунча нимани англатади?	Қўшимча маълумот
<i>Янги билимларни вужудга келтиришни бошқариш</i>		
<i>Янги иқтисодий билимларни яратувчилар салоҳиятини бошқариш</i>		
<i>Янгиларни киритишни ижтимоий ва психологик томонларини бошқариш</i>		
<i>Инновацияни бошқариш</i>		

2-амалий машғулотда қуйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

Дарс шакли бахс-мунозара ўтказилиб, ишнинг мақсади тингловчиларда инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари ҳақида тушунча ҳосил қилиш, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

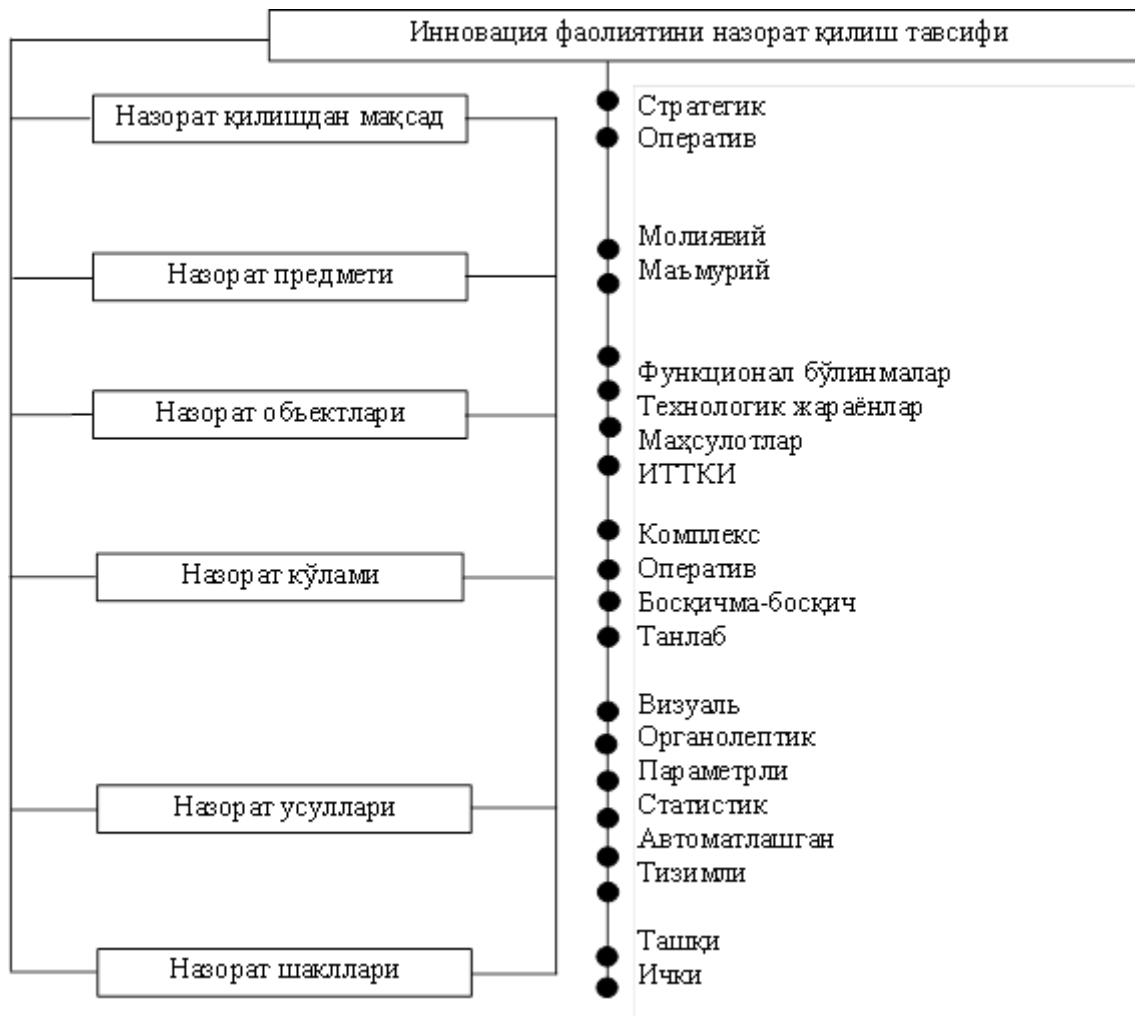
Машғулотнинг мотивация босқичида: “Ақлий ҳужум”дан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни - Инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари.

Инновацион менежмент мақсадлари	Инновацион фаолиятни ташкил этиш	Мотивацияни бошқариш	Инновацион фаолиятда назоратнинг ўрни	Фаолият натижаларини аниқлаш

2) Тингловчиларнинг инновацион менежмент бўйича билим ва кўникмаларини ривожлантириш мақсадида таҳлил-мунозара усулидан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни – *Ишлаб чиқаришнинг техник-ташқиллий даражасини таҳлил қилиш.*



Тингловчилар инновацион фаолиятни назорат қилиш қилиш усуллари тўғрисидаги ўз фикларини билдирадилар.

3-амалий машғулотда қуйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

1) Тингловчиларнинг инновацион менежмент бўйича билим ва кўникмаларини ривожлантириш мақсадида масалалардан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни –масала ечиш.

) Қуйидаги кўринишдаги харажатлар функцияси берилган бўлсин

$$C(Q) = 80 + Q^2,$$

ўзгармас харажат $FC = 80$ сўм, ўртача харажат $AC = \frac{80}{Q} + Q$ бўлади.

Талаб функцияси қуйидагича берилган бўлсин:

$$Q = 60 - P(Q) \text{ ёки } P(Q) = 60 - Q.$$

У ҳолда даромад $R(Q)$: $R(Q) = Q \cdot P(Q) = 60 \cdot Q - Q^2$ кўринишда аниқланади.

Чекли даромад

$$MR = \frac{dR}{dQ} = 60 - 2 \cdot Q.$$

Чекли харажат

$$\frac{dC}{dQ} = MC = 2 \cdot Q.$$

Максималлик шартига кўра $MC = MR$ дан $2 \cdot Q = 60 - 2 \cdot Q$ бу тенгликдан аниқлаш мумкинки, $Q^* = 15$ бўлганда фойда максимал миқдорга эга бўлади. Маҳсулот нархи $Q^* = 15$ да $P = 45$ сўмга тенг. Умумий фойда

$$\pi(Q^*) = R(Q^*) - C(Q^*) = P \cdot Q^* - C(Q^*) = 45 \cdot 15 - 305 = 370 \text{ сўм.}$$

Фараз қилайлик, монополист $Q^* = 15$ бирлик маҳсулот ўрнига $Q = 16$ бирлик ишлаб чиқарди дейлик. Ҳисоб-китоблар натижасида қуйидагиларни аниқлаймиз.

$$C = 80 + Q^2 = 80 + 256 = 336,$$

$$P = 44,$$

$$R = 44 \cdot 16 = 704,$$

$$\text{Фойда } \pi(16) = 704 - 336 = 368 \text{ сўм.}$$

Демак, монополист маҳсулот ҳажмини максимал фойда берадиган ҳажм 15 бирликдан оширса, яъни 16 бирлик ишлаб чиқарса унинг фойдаси 2 сўмга камаяди. Худди шундай монополист ишлаб чиқариш ҳажмини 15 бирликдан 14 бирликка камайтирса, нарх кўтарилиб 46 сўм бўлади ва умумий фойда 370 сўмдан 368 сўмга камаяди. Демак, бундай ҳолни тушунган монополист маҳсулот ишлаб чиқаришда бу қоидага амал қилади.

2) Тингловчиларнинг *Монополияга қарши бошқарув* бўйича билим ва кўникмаларини ривожлантириш мақсадида “**SWOT – таҳлил**” методидан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни: «SAP JUICE INC» компаниясининг товар стратегияси танлаш ва асослаш.

“SWOT - таҳлил” жадвали

S (кучли томони)	W (кучсиз томони)
O (имкониятлар)	T (таҳдидлар)

4-амалий машғулотда қуйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

1) Тингловчиларнинг Лойиҳа менежментида қалтислик таҳлилига оид қандай маълумотларни билишлари ва билишни истаётган маълумотларини аниқлаш мақсадида “Тоифалаш жадвали” методидан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни - Лойиҳа менежментида қалтислик таҳлили бўйича билган маълумотларни тоифалаш жадвалига ёзиб чиқиш.

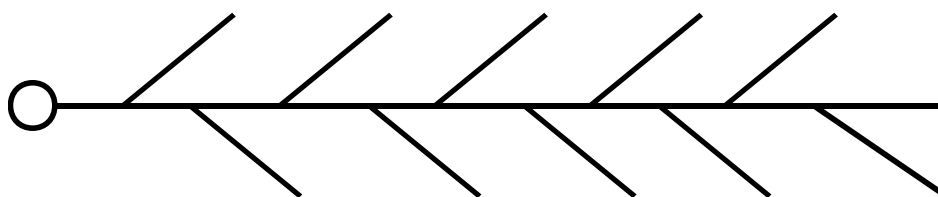
Тоифалаш жадвали

Тоифалар				

Амалий машғулотда қуйидаги интерфаол ўқитиш методларидан фойдаланилади:

1) Тингловчиларнинг инвестицияларда таваккал хавфи даражаси бўйича билим ва кўникмаларини ривожлантириш мақсадида “Балиқ скелети” чизмаси методидан фойдаланилади.

“Балиқ скелети” чизмаси



Машғулотнинг мотивация босқичида: “Ақлий ҳужум”дан фойдаланилади.

Топшириқ мазмуни - Объектни қабул-топтиришнинг бошқарилиши эксплуатациялик синаш

Эксплуатациялик синаш	Кафолат келишув	Эксплуатациявий синаш хақида хисобот

III. МАЪРУЗА МАТНИ

1-мавзу: Инновацион менежментнинг назарий асослари(2соат)

Режа:

1. Инновацион менежментнинг моҳияти
2. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши
3. Инновацион менежмент босқичлари

1.Инновацион менежментнинг моҳияти

Инсонлар ижтимоий-иқтисодий муҳитда ўз ўринни эгаллаши учун доимий равишда ўз устида ишлаши, ривожланиши, билим савиясини ва малакасини ошириб бориши, инновацион фаолликка интилиши.инновацион гоъларни амалга ошириши ва бошқалар томонидан яратилаётган янгиликларни ўзлаштириб олиши даркор.

Ҳозирги замонда «инновация» тушунчаси бирон бир турдаги фаолиятни таркибий жихатдан янгиланишини, тубдан ўзгартирилишини ифода этади.

Мавжуд нарсанинг янги ҳолатга ўтиши ёки янгича сифат касб этиши билан боғлиқ жараён инновация сифатида эътироф этилади. Бу жараённи баъзида янгиликнинг амалиётга жорий этилиши деб ҳам аташади. Инновациялар даставвал инсонлар онгида мавжуд реаллик билан унинг идеал ҳолати ўртасидаги тафовут сифатида шаклланади. Аксарият ҳолларда инновацион гоълар тез ўсиб бораётган эҳтиёжлар билан нисбатан суст ривожланаётган ишлаб чиқариш тизимининг потенциал имкониятлари ўртасидаги ички зиддиятларни бартараф этишга интилиш асосида шаклланиб боради. Инновацион соҳанинг хусусиятларини назарий жихатдан ўрганиш ижтимоий-иқтисодий соҳадаги концепциялар кенг ривожлана бошлаган ва жаҳон иқтисодиётида инновацион фаолиятнинг фаоллашуви кузатилган даврларда (XX асрнинг 60-йилларидан бошлаб) ниҳоятда долзарблашди.

Инновацион соҳага тааллуқли муаммоларни илмий жихатдан таҳлил қилишга уринган турли хил олимларнинг илмий ишларини ўрганиш шуни кўрсатмоқдаки, маълум бир инновациянинг муваффақияти ва характери оқибат натижада конкрет тармоқнинг, регионнинг, мамлакатнинг, қолаверса. корхонанинг инновацион потенциали қандайлигига боғлиқ бўлади.

Илмий-техника рақобатининг глобаллашуви шароитида, инновацион менежментнинг аҳамияти кучайиб боради. Уни корхонани ривожлантиришни таъминловчи фаолият сифатида баҳолаш керак.

“Инновацион менежмент” тушунчасининг мазмуни корхонада бошқаришни ташкил этиш ва бошқариш қарорларини қабул қилиш жараёнини ифодалайди.

- **Инновация тушунчаси** - кенг қамровли бўлиб, у ишлаб чиқариш жараёнига мукамал, янги, илгари бўлмаган технологияларни жорий этишни назарда тутди.

- **Инновацион муҳит** - инновациларни яратилиши, амалга оширилиши ва илгари сурилишини ўраб турувчи ҳолатдир.

- **Инновацион потенциал** - деганда, ўзаро боғлиқликда бўлган турли хил ресурсларнинг умумий йиғиндиси тушунилади.
- **Инновацион соҳа** – инновацион маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) ни ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларни, ўз ичига инновацияларни яратиш ва тарқатишни олувчи фаолият соҳасидир.
- **«Инновацион фаолият»** - деганда, иқтисодий фаолият соҳасидаги жараёнларни радикал тарзда ўзгартиришга ёрдам бериши мумкин бўлган бирон бир янгиликни яратиш тушунилади.
- **Инновацион лойиҳа** – бу лойиҳа мақсадларини амалга ошириш учун зарур бўлган техник, ташкилий, режавий ва ҳисоблаш – молиявий ҳужжатларнинг йиғиндисидир.
- **Инновацион менежмент** – ташкилий бошқарувчиликнинг ўзига хос тури бўлиб, унда инновацион фаолият режаси ва дастурларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш тушунилади.

Инновация менежменти умумий бошқаришнинг мустақил йўналиши сифатида йигирманчи асрнинг ўнинчи, йигирманчи йилларида ажралиб чиқди. Бу давр товарлар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишнинг технологик ва техник базаси вужудга келиши билан тавсифланади. Дунёда глобал умумжаҳон бозори вужудга келади. Ишлаб чиқарилган маҳсулот таркибида янги илмий тадқиқотлар натижасида ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг улуши ошиб боради. Техник жиҳозларнинг кўпгина моделларининг (радио–тележиҳозлар, ҳисоблаш машиналари, автомобиллар ва ҳ.) ҳаёт даври қисқаради.

Анъанавий менежмент XX асрда вужудга келган бир қанча муаммоларга дуч келди:

1. Янги билимларни вужудга келтиришни бошқариш. Дастлаб илмий соҳа ташқи таъсирлар остида ривожланган бўлиб ишлаб чиқаришнинг талабига ва инсонларнинг ҳаёт фаолиятига жавоб берган. Илмий билимлар стихияли холда вужудга келган, бошқарилмаган, вақт ўтиши билан унинг самараси пасайган. Илмий соҳанинг сифатли ривожланиш босқичи даври XX асрнинг ярмида «Фан-фан ҳақида» деган вақтдан бошланади. Менежерлар тадқиқот ишларининг тўла ҳуқуқга эга бўлган иштирокчиларига айландилар, фан қисман истеъмолчиларга юз ўғирди. Фан тадқиқот жараёнларининг вужудга келишининг мантиқий давоми сифатида амал қила бошлайди.

Ҳозирги давр фан соҳасини кескин равишда истеъмолчига юз ўгиришини талаб этади. Янги билимларни вужудга келтиришни бошқаришни амалга оширишда истеъмолчилар мониторингини ўтказиш талаб этади.

2. Янги иқтисодий билимларни яратувчилар салоҳиятини бошқариш XXI аср тўплаган улкан билимлар ҳажми билан тавсифланади. Хаттоки тор мавзуларда қайта миқдорда (ҳар хил даражада, ҳар хил кўринишда) қарорлар қабул қилинади, ва тадбиқ қилинади, кўплаб усуллар амал қилади. Катта миқдорда ахбортлар оқими айланади. Алоҳида мутахассис, хаттоки тор доирада мавжуд бўлган ахбортларни қамраб ололмайди, инсоният эса катта тезликда ахбортларни тўплашни давом эттиради. Бундан ташқари кўпгина

амалий қарорлар, билимлар ва бошқа соҳадаги тажрибаларни қўллаш натижасида самара олинади.

Шу кунда янги билимларни кам эвретик ҳаражатлар билан излаш ва катта эҳтимоллик билан мақсадга етишишнинг махсус методологияларини вужудга келтиришнинг зарурлигини англаб етиш қийин эмас. Янги билимларни яратувчи ижодий салоҳиятни бошқаришга бўлган талаб ошиб бормоқда.

3. Янгиликларни ўзлаштиришни бошқариш, техникада, иқтисодиётда ва умуман барча фаолиятлар соҳасида топилган янгиликларни амалиётга жорий этиш керак. Янгиликни жорий этиш доимо бизнинг мамлакатимизда долзарб ва ўткир муаммо бўлган. Бундай муаммо ижобий натижага эга бўлишнинг мавҳумлиги, яъни намоён этиш билан боғлиқ. Демак, янгиликни татбиқ этишни бошқаришни ривожлантириш учун мунтазам ва кенг қўламда иш юритиш зарур.

4. Янгиликларни киритишни ижтимоий ва психологик томонларини бошқариш. Янгиликларни киритишни тезлаштириш ва унинг қўламини кенгайтириш эски ва янгилари ўртасида кучли зиддиятни келтириб чиқаради. “Экисини янгиси билан алмаштиришнинг” психологик томони баъзида кучли ва ҳал этиб бўлмайдиган муаммога айланади, чунки ҳар қандай янгиликга ўз ўрнини бўшатиш давридаги кескин бурилиш ҳолати деб тушиниш керак. Шу кунгача ривожланишни олдиндан кўра билиш методологиясининг етарли даражада ривожланмаганлиги сабабли инқрозлар давридагина янгиликни киритиш зарурлигига эътибор берилган. Хозирда илғор компаниялар инқрозларни олдини олиш стратегиясидан фойдаланадилар.

Инновация хўжалик фаолияти характери ва бошқариш шакллари ҳар хил бўлган: фан, ишлаб чиқариш, инвестиция, маҳсулотларни сотиш каби тармоқларни боғлайди. Инновацияни бошқариш услуги ва усулларини такомиллаштириш, бозордаги ҳолатга тез ҳолда мослашиш, корхонада жиҳозларни қўллашни янги йўналишларини ривожлантириш, бошқариш учун керакли бўлган янгиликларни киритиш, бозорнинг хусусиятига мос келадиган замонавий менежментнинг барча элементларини такомиллаштириш билан инноваторлар барча захира турларидан инновация фаолиятида муваффақиятли фойдаланиш имкониятига эга бўладилар.

Инновацияни бошқариш – корхона фаолияти жараёнларининг барча томонларини янгиланиши ифодалайди. У нафақат техник ёки технологик ишланмаларни, балки корxonанинг барча фаолияти томонларини яхши томонга ўзгаришларини, шу билан биргаликда янги билимларни бошқариш жараёнини ўз ичига олади.

Инновацияни корxonаларнинг турли бўланмаларидаги ишларнинг балансли ҳолатини такомиллаштириш жараёни сифатида кўриш мумкин. Инновация менежери учун янгиланиш жараёни – илмий ишлаб чиқариш ходимларининг одатий мўлжалларини йўқотиб, фаолиятларини янги инновация турларинини излаб топишга қаратиш, ҳар бир ишчини янгилик манбаига айлантириш ҳисобланади.

Инновация менежери корхона фаолиятини янгилаш учун шароит яратиш мақсадида кўп миқдордаги инновация жараёнида иштирок этувчиларни бирлаштириш вазифасини амалга ошириши керак.

Инновацияни жорий этиш доимо бозор талабига боғлиқ. Узоқ ва қисқа муддатли дастурларни балансли ҳолда бўлишини таъминлаш учун, яъни бозорда мақсадга мувофиқ бўлган ўз усулини аниқлаш, инновация салоҳиятидан олинadиган самарани ошириш учун, инновация менежери янги товарларни, хизмат кўрсатишни қанча миқдорда ишлаб чиқиш, модернизацияни амалга ошириш учун қандай маҳсулотлар кераклигини аниқлаб беради.

Ҳозирги кунда корхоналарда инновация дастурининг устивор йўналишларига: маҳсулотларнинг янгиларини ишлаб чиқаришга жорий этиш, бозорнинг янги сегментларини ўзлаштириш, корхона рентабеллигини ошириш (шу билан биргаликда ҳар бир бўлимларида ҳам) мавжуд бўлган моддий ва илмий ресурслардан оптимал фойдаланиш ва бошқалар киради. Инновация менежери ноёб муаммолар ечимини топа билиши керак.

Менежер фаолиятида андоза бўлиб қолган қарорларга эмас, балки хўжалик ҳолатини тез ва тўғри баҳолаш ва шу ҳолатдан чиқиб кетишнинг конкрет ҳолда оптимал бўлган ягона йўлини танлаш қобилиятига эга бўлиш талаб этилади.

Инновацион менежмент – корхонанинг аниқ инновация мақсадини бозор шароитида амалга ошириш йўналишдаги касбий фаолиятининг ўзига хос тури бўлиб, менежментнинг иқтисодий механизми ҳар хил кўринишдаги тамойил ва усулларни қўллаган ҳолда фан, меҳнат, моддий ва молиявий ресурслардан рационал фойдаланиш билан оптимал натижаларга эришишни ифодалайди. Инновация менежери инновация фаолияти хусусиятларини ўзида ифодаладиган, кўтиляётган кўрсаткичларни башорат қилиш ва ҳисоблаш ишларини амалга оширади.

Инновация менежменти инновация фаолиятининг турли кўринишлари билан боғлиқ бўлиб, уларнинг хусусиятларига қараб ўзининг бошқариш фаолиятини амалга оширади:

-бозорнинг ҳолати ва ташқи муҳитнинг ўзгаришига қараб инновация мақсадини ва дастурини мунтазам ҳолда ўзгартириб туриш;

-корхона инновация фаолиятини режадаги пировард натижалари ютуқларига қараб мўлжал олиш;

-бошқариш қарорларини қабул қилишда замонавий ахборот базаси асосида кўп вариантли ҳисобларни амалга ошириш:

-стратегик режалаштириш ва бошқариш вазифаларини жорийдан истиқбол томонга ўзгартириш;

-корхонанинг инновация фаолиятини барча асосий омилларини ўзгартириш ва яхшилашга алоҳида эътиборни қаратиш;

-бошқариш ишларини реал эришилган пировард натижаларга қараб умумий баҳолаш;

-корхонанинг илмий–техника ва ишлаб чиқариш салоҳиятини бошқаришга жалб этиш;

-ўзгаришларни кўра била олиш ва эгилувчан қарорларни қабул қилиш асосида бошқаришни амалга ошириш;

-корхонани инновация билан таъминлаш учун ҳар бир сегментига аниқликларни киритиш, нострандарт қарорларни қабул қилиш;

-ҳар бир иқтисодий қарорни чуқур таҳлил қилиш.

Инновацион менежмент ўзининг иқтисодий механизмига эга бўлиб, у илмий бошқариш методологияси билан чамбарчас боғланган. Менежментнинг иқтисодий механизми бозор шароитида корхона фаолияти билан объектив ҳолда асосланади, яъни корхоналар фаолиятининг натижаси бозорда баҳоланади.

«Инновацион менежмент» тушунчасининг мазмуни одатда корхонада бошқаришни ташкил этиш ва бошқариш қарорларини қабул қилиш жараёни сифатида ифодаланади. Илмий бошқариш методологиясини ишлаш босқичида ишни мазмуни таҳлил этилади ва унинг асосий бўлаклари аниқланади. Сўнгра мунтазам равишда ишчиларни меҳнат унумдорлиги ва ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга қизиқтириш мақсадида рағбатлантириш зарурлиги асосланади.

Инновациянинг объект сифатидаги хусусияти инновация менежери меҳнатининг ўзига хос бўлган тавсифга эгаллигини ифодалайди. Умумий талаблардан ташқари (ижобий тавсиф, ишга мос бўлган қобилият) у ўз касбининг эгаси бўлиши керак: инновациянинг ишлаб чиқишга жорий этиш жойи, янгиликларнинг, инновация ва инвестициянинг бозордаги ҳолати, янги маҳсулотларни, хизмат кўрсатишнинг ва ишни бажарилиши, ишлаб чиқиш ва жорий этиш, инновация – ишлаб чиқариш ва инвестиция фаолиятини молиявий иқтисодий таҳлил этиш, меҳнат муносабатларининг асоси ва ходимлар меҳнатини асослаш (мотивация), ҳуқуқий бошқариш ва инновация фаолиятини давлат томонидан қўллаб қувватланиши ва бошқалардан хабардор бўлиши керак. Асосий эътибор инновацияни тайёрлаш ва унинг барча босқичлари учун ва яхлит ҳолда қарорлар қабул қилишга қаратилади. Инновация менежментининг пировард мақсади ресурслардан фойдаланишни ошириш, инновация субъектларининг амал қилишини таъминлашдан иборат.

2. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши

Австрия олими Йозеф Аллоиз Шумпетер 1912 йилда ўзининг “Иқтисодий ривожланиш концепцияси” номли асарида янгилик киритиш (инновация) ва янгиликни ижод қилувчи (новатор) тушунчаларини илк марта қўллади. Инновация деганда мавжуд бўлган ишлаб чиқариш кучларини янгича уйғунлигидан тижорий вазифаларни бажариш учун фойдаланиш тушунилади ва у иқтисодий тизимни ривожлантириш манбаи деб ҳисобланади.

Шу кунда ҳам Шумпетер томонидан таклиф этилган инновациянинг турлари деярли эскирмади: янги материалларни қўллаш, янги жараёнларни тадбиқ этиш, янги бозорларни топиш, янгича ишлаб чиқаришни ташкил этиш турларини қўллаш ва ҳақозолар. У янгилик киритишни жорий ва иккиламчи турларга ажратиб – ҳозирги даврдаги инновация концепциясига асос солди.

Буларнинг барчаси кўпгина инновация менежменти муоммолари билан шуғулланувчи олимларни, Шумпетерни инновация менежментини, кенгрок маънода эса инновация назарияси асосчиси эканлигини тан олишларига сабаб бўлди.

1939 йилда Шумпетер ўзининг “Ишбилармонлик даври” номли ишида инновация назариясини Н.А. Кондратьевнинг “узун тўлқинли” назариясига боғлаган ҳолда даврий ривожланишнинг асосий ички (эндоген) механизми бўлган инновация жараёни назариясини асл моҳиятини таърифлаб берди. Шунини таъкидлаш лозимки, ижтимоий-иқтисодий суръатларни тушунишга юқоридагидек ёндашиш шу кунда ҳам фанда янгича бир неча хил вариантларда: техника-иқтисодий парадигмаларнинг (ТИП), технология укладлари ва бошқаларни алмашувини фарз қилиш назарияларида амал қилиб келмоқда.

Парадигма грекча сўздан олинган бўлиб – мисол, намуна деган маънони англатади. Биз таҳлил этаётган масалада бу тушунчани қуйидагича таърифлаш мумкин: “маълум даражада бирликларни боғловчи муносабатлар тизими ёки шундай муносабатлар йиғиндиси”, аниқроғи турғунлик жараёнида технологик инновацияларни жорий этиш билан, янги технологик йўналишдаги ривожланиш асосида амалга ошадиган саноат соҳаларининг мажмуидаги ўзига мос келадиган муассасавий тузилмалар, инфратузилма, молия тузилмаси ҳамда ижтимоий-сиёсий муҳит, меҳнат ва капитал ўртасида амалга ошадиган ўзига хос бўлган муносабат.

Узун тўлқинли ривожланиш даврининг энг кўп тарқалган варианты ёки ТИП бевосита узун тўлқинли жараён билан боғланган (2.1.1-жадвал).

Н.Д. Кондратьевнинг “узун тўлқинлар” назарияси келажакда инсоният жамиятида технологик жараёнларни ролини шу назария асосида аниқлаш ва белгилаш учун иқтисодчиларга кенг имкониятларни яратиб берган XX асрдаги энг аҳамиятли илмий фарз ҳисобланади. XX асрнинг охириги ўнинчи-йигирманчи йилларида инновация жараёнларида иқтисодий ва бошқариш муаммолари долзарб масала бўлиб қолди. Инновация жараёнларининг фарз этиш тизимини яратишга бўлган янги иқтисодиёт ёки иқтисодий билимларга эҳтиёж айниқса 1990 йилларга келиб кучайди. Бундай ҳолат шу даврларда инновация менежменти соҳасида сезиларли даражада тадқиқот ишлари ва илмий нашрларнинг фаоллашувига олиб келди.

“Янги иқтисодиёт” тушунчаси тор маънода унинг ахборот технологияларининг энг юқори даражаси билан тенг эканлигини ифодаласа, унинг кенг маъноси камида уч ўлчовни ўз ичига олади – ахборотлар, молия, инновация.

Уларнинг ўзаро бир-бирига боғлиқ ҳолда ривожланиши қуйидаги тавсифларга эга бўлган янги иқтисодий муҳитнинг вужудга келишига олиб келади:

- ақлий билимлар, корхонанинг инновация салоҳияти, илмий-ўқув мажмуи, инновация жараёнининг молиявий инфратузилмасига асосланган ҳолда янгиликни тезда ўзлаштириш ва тадбиқ этиш;

- инновация жараёнининг тезлашуви билан бозорни ривожлантириш, янгиликларни бир-бирига тутшиб кетиши, билимларни, технология, таълим олишни байналминаллашуви, шу жумладан ахборот тармоқлари орқали боғланиш;

- аборот технологияларидаги инқилобнинг трансакцион харажатлар (сотиш билан боғлиқ харажатлар) ва бозорнинг қутбларга ажралишига таъсири;

- номоддий активларда инновация салмоғининг ошиб бориши, фирма ва корпорацияларнинг катталашуви, инновация ишланмаларининг илк босқичда йириклашуви;

- жамғариш жараёни ва пировард натижада инновация жараёнида фаол ролни бажарадиган янги молиявий тузилмалар ҳисобига трансмиллий капитал бозорининг вужудга келиши;

- технологияларни узатишнинг “қўшилиши ва бир-бирини ютиб юбориши, тезлашувчи ва кенгаювчи жараёнли” трансмиллий характери;

- кичик бизнес, хусусий тадбиркорликни венчур капитали ёрдамида инновация жараёнига кенгайтирилган ҳолда жалб этиш (хаттоки байналминаллаштирув жараёни даражасигача);

- инновацияни корхонанинг стратегик ресурсига айланиши ва уни халқаро бозорда инновацияга ёндошиш ва уни мавқеини мустаҳкамлаш дастурини ишлаб чиқишнинг аҳамиятини ошиб бориши.

1-жадвал

Техникавий-иқтисодий парадигма даврлари

Техникавий-иқтисодий парадигмалар (узун тўлқинлар)	Йиллар	Парадигмалар тавсифи
I	1770 – 1830	Тўқимачилик саноати ва унга керак бўлган машинасозлик, тўкув ва йиғириш станоклари, кўмир қазиб олиш ва темир йўллар учун шарт-шароитлар
II	1830 – 1896	Темир йўл, кўмир ва қора металлургия даври
III	1896 – 1940	Энергетика, энергетика ва оғир машинасозлик, электр узатиш тармоқларини қуриш даври
IV	1940 – 1990	Автомобилсозлик, нефткимё, синтетик толалар ишлаб чиқариш, ярим ўтказгичлар ва микроэлектроника саноати
V	1990 -	Янги иқтисодиёт

1990 йиллардаги жаҳон иқтисодиётидаги инқироз замонавий иқтисодиёт таркибидаги молия механизмларини ахборот технологиялари ва инновация фаолиятининг чуқур ва хал қилувчи интеграциясини, охир оқибатда янги иқтисодиёт атамасини ҳаётга лаёқатлилиги ҳақидаги муаммони келтириб чиқарди.

Молия бозорлари – чалкаш ҳолга тушиб қолди, ахборот тармоқлари билан боғлиқ бўлган компанияларнинг катталашуви (ошириб кўрсатилган ва камайиб кетиш эҳтимоли бўлган), даврдаги ахборотлашув барча

муаммоларни хал қилади дейиш асоссиз эди. Бундай шароитда мавжуд бўлган табиий равишда ахборот технологияси молиявий янгиликларни ўз ичига олган инновация, барқарорроқ эканлигини намоён этади. Инсониятни хўжалик юритишининг олдинги даврларидан фарқли равишда ҳозирги даврдаги иқтисодий муҳитдаги инновация компоненти у ёки бу илмий янгиликларга ёки технологиядаги кашфиётларга бориб тақалмайди.

Инновация – тобора кўпайиб бораётган инновация оқимини тезлаштирувчи, ўзгариб бораётган ижтимоий эҳтиёжларни қондирувчи ва тубдан янги бўлган талаб объектларини вужудга келтирувчи, ривожланиб ва аҳамияти ошиб бораётган бозор сегменти ҳисобланади. Бу сегмент ўзининг тадқиқот, молия, консалтинг ва маркетинг инфратузилмасига эга, юқори даражада ижтимоийлашган ва муассасаларига эга, тижоратлашувнигина эмас балки давлатни рақобатбардошлигини ҳам таъминлайди.

Ҳозирги кунда бундай пассив ва ҳисобли стратегия билан фаолият юритиш мумкин эмас. Инновация рақобатида фаол иштирок этишни хоҳламайдиган корпорациялар осонликча иқтисодий илғорликлар сафидан чиқиб кетадилар. Лекин, инновация фаолиятига, фаол тарзда инвестицияларни сарфлаш, муваффақиятга эга бўлиш учун етарли эмас.

Инновация менежментининг самарали тизимига инновациянинг шарт-шароитларини ва хусусиятларини мақсадга мувофиқ ҳолда бирлаштириш, у маълум корхона доирасида ёки миллий инновация тизимида бўлсин, ривожланишни бошқаришнинг муҳим қисми бўлган инновация иқтисодиёти ва уни бошқариш каби иқтисодий билимлар соҳасини шаклланиш жараёнини (инновацияни) жиддий ўрганиш ва уни чуқур тушунишни талаб этади.

Турли поғона даражасидаги инновация тизимининг, инновацияни ривожлантиришдан мақсади (давалат даражасидан то кичик инновация корхоналари даражасидаги поғоналарда) узоқ муддатли иқтисодий ривожланишни ва юқори даражада рақобатда устунликни таъминлаш учун инновация базасини яратишдан иборат. Рақобат назариясидан келиб чиқиб, айнан фаннинг ривожланиши ва янги технологияни жорий этиш юқори даражада рақобатда устунликни вужудга келтиради.

3. Инновацион менежмент босқичлари

Инновацион менежмент - бу инновацион жараёнлар, инновацион фаолият, бу фаолият билан банд бўлган ташкилий тизимлар ва уларнинг ходимларини бошқариш тамойиллари, усуллари ва шаклларининг мажмуасидир. Менежментнинг ҳар қандай бошқа соҳалари каби инновацион менежментга ҳам қуйидаги кетма-кетликлар хос:

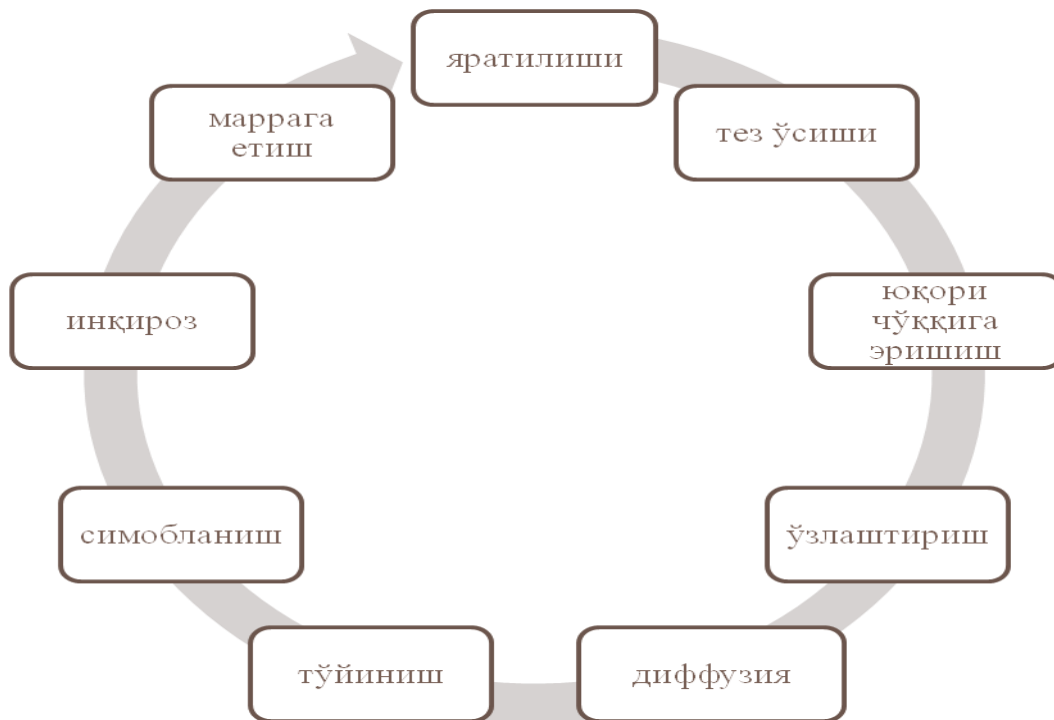


1-чизма. Иновацион менежмент босқичлари

Ҳар бир босқичида белгиланган вазифалар ҳал қилинади. Биринчи босқич - режалаштириш босқичида - стратегияни амалга ошириш режаси тузилади. Иккинчи шартлар ва ташкил қилиш белгиланади, янги инновацион даврнинг ҳар хил паллаларини амалга ошириш учун ресурсларни белгилаш, ходимлар олдига вазифаларни қўйиш, ишни ташкил қилиш киради. Ижро этиш босқичида текширишлар ва ишлаб чиқаришлар бажарилади, режа амалга оширилади. Раҳбарлик босқичи назорат ва таҳлилни ҳаракатларга тузатиш киритиш ва тажриба тўплашни кўзда тутди. Бу ерда инновацион лойиҳалар, инновацион бошқарув қарорлари ва янгиликларни қўллашнинг самарадорлиги баҳоланади.

Иновацион менежментнинг моҳияти, мақсадлари, характери, мазмуни ва хусусиятлари унинг бошқарувнинг анъанавий турларидан катта фарқ қилинишини белгилаб беради ва ҳолатлар инновацион жараёнга айланади.

Иновацион жараённинг ўзига хос жиҳати ҳар бир янгиликнинг қўйидаги таркибдаги босқичларда ифодаланадиган даврийлик тавсифига эга эканлигидир.



2-чизма. Инновацион жараённинг таркибий босқичлари

Диффузия-кириб бориш, тарқалиш.

Тўйиниш-кўпчилик кишилар, барча звено ва бўлимларга, ўқув-тарбия ва бошқарув жараёнлари қисмлари томонидан ўзлаштирилганлиги.

Симобланиш-янгиликдан етарлича узоқ муддат фойдаланилиши натижасида кўпчилик кишилар учун унинг оддий ҳолат, меъёрга айланиб қолиши.

Инқироз - уни янги соҳаларда ишлатиш имкониятининг йўқолиши.

Маррага етиш - янгилик аввалгидек бўла олмай қўяди ёки бошқа самаралироғи билан алмаштирилади ёки бошқа самаралироқ тизим томонидан барҳам топтиради.

Айрим янгиликлар симоблаштириш билан янгилик йўқолиб кетмайдиган, балки ўзгартирилиб, яна қайта ишлаб чиқиладиган, кўпинча мактабнинг ривожланиш жараёнига янада кўпроқ таъсир кўрсатадиган яна бир босқични ҳам босиб ўтади (масалан, олий таълим муассасаларида дастурланган ўқитиш технологияси компьютерларни интернет тармоқларига кенг уланишига қадар ва ундан кейин ҳам).

Яна битта тузилмани ҳам белгилашимиз мумкин (ҳозиргина юқорида ёритилганига жуда яқин бўлган). Бу – моддий ишлаб чиқариш соҳасидаги янгиликлар киритиш назариясидан олинган инновациялар генезиси тузилмасидир. Олий таълим муассасаларида китобхонда ўз фикр-ўйларини инновацион жараёнга айлантира олиш учун етарлича тасаввур бўлган тақдирда: фикр, ғоянинг пайдо бўлиши – ғояни ишлаб чиқиш – лойиҳалаштириш – тайёрлаш (яъни, амалий ишда қўллаш) – бошқа кишилар томонидан фойдаланилиши.

Бошқарув тузилмаси тўртта ўзаро боғланган бошқарув фаолиятини назарда тутди: режалаштириш – ташкил этиш – бошқариш – назорат.

Одатда, олий таълим муассасаларида инновацион жараён олий таълим муассасасини ривожлантириш концепцияси кўринишида ёки уни ривожлантириш дастури кўринишида режалаштирилади, сўнгра олий таълим муассасаси жамоаси томонидан мазкур дастурни амалга ошириш фаолияти ташкил этилади ва унинг бажарилиши натижалари назорат қилинади.

Инновацион жараён қандайдир вақтда стихияли (бошқарилмайдиган) бўлиши ва ички ўз-ўзини бошқариш (яъни, келтирилган тизимнинг барча элементлари йўқдек; ўз-ўзини ташкил этиш, ўз-ўзини бошқариш, ўз-ўзини назорат қилиш бўлиши мумкин) ҳисобига олиб борилишига алоҳида эътибор бериш зарур. Бундай мураккаб тизимни бошқаришнинг йўқлиги, олий таълим муассасасида инновацион жараён сифатида тез йўқолиши мумкин. Шу боисдан ҳам, бошқарув тузилмасининг бор бўлиши мазкур жараённи қўллаб-қувватлайдиган ва мўътадил ишлашини таъминлайдиган омил ҳисобланади, шу билан бирга ўз-ўзини ташкил этиш ва ўз-ўзини бошқариш унсурларини ҳам инкор қилмайди.

Бу тузилмани ташкил этувчи ҳар бир унсур ўзининг тузилишига эга. Жумладан, режалаштириш (ҳақиқатда олий таълим муассасасини ривожлантириш дастурини тайёрлашга олиб келадиган) олий таълим муассасасининг фаолиятини муаммолар нуқтаи-назаридан таҳлил қилишни, уни ривожлантириш концепциясини шакллантиришни, амалга ошириш стратегиясини, мақсадга йўналтирилган фаолиятни амалга оширишнинг операцион режасини ўз ичига олади.

Бошқарув фаолиятининг тўртта унсурли мураккаб тузилмасига бирданига ўтиши қийин бўлган раҳбарлар учун, аввалги – олий таълим муассасасида инновацион жараённинг ташкилий тузилмаси деб аталадиган, ҳажми жиҳатдан янада кенгроқ тузилмани таклиф этиш мумкин. У ўз ичига қуйидаги босқичларни олади: кўра билишлик – башорат қилиш – хусусан ташкиллаштириш – амалий – умумлаштириш – татбиқ этиш. Қайд этилганлардан ташқари, ҳар қандай инновацион жараёнда янгиликларни яратиш ва улардан фойдаланиш (ўзлаштириш); ўзаро алоқадаги микроинновацион жараёнлардан таркиб топган, бутун мактабни ривожлантиришнинг асосида ётадиган комплекс инновацион жараён каби тузилмаларни ҳам кўришимиз қийин эмас.

Назорат саволлари:

1. Инновацион менежментнинг моҳиятини тушунтиринг
2. Шумпетернинг “Ишбилармонлик даври” номли ишида инновация назариясининг асосланиши
3. Н.А. Кондратьевнинг “Узун тўлқинли” назариясининг моҳиятини тушунтиринг
4. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши
5. Техникавий-иқтисодий парадигма даврлари
6. Инновацион менежмент босқичлари
7. Инновацион жараённинг таркибий босқичлари

Фойдаланиш учун адабиётлар:

1. Ёлдошев Н.Қ. Инновацион менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2012.
2. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менежмент. Ўқув кўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Махкамова М.А. Организация и управление инновационной деятельностью. – Т.: Иқтисодиёт, 2007.
5. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: “Вузовский учебник”, 2009 г.
6. Маховикова Г. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: “Эксмо”, 2010 г

2-мавзу. Монополияга қарши бошқарув(2соат)

Режа:

- 1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти.**
- 2. Монопол рақобат бозори.**
- 3. Олигаполия.**
- 4. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун.**

1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти.

Рақобатлашган бозорда жуда кўп сотувчилар ва харидорлар қатнашади, шу сабабли улардан бирортаси ҳам товар нархига таъсир қилаолмайди, нархни бозорнинг ўзи талаб ва таклифга кўра шакллантиради. Сотувчилар ва харидорлар бу нархни қабул қиладилар ва шу нархга кўра қанча маҳсулот сотиш керак ёки қанча маҳсулот сотиб олиш кераклиги бўйича қарор қабул қиладилар. Соф монополия рақобатлашган бозорнинг акси бўлиб, бу ерда битта сотувчи ва кўплаб харидорлар қатнашади. Соф монополистнинг рақобатчиси йўқ.

Соф монополия маҳсулот ўрнини босадиган бошқа маҳсулот бўлмаган ҳудудларда вужудга келади. Умуман олганда жаҳон ва миллий бозорларда битта маҳсулотни битта сотувчи томонидан сотилиши камдан-кам учрайди. Соф монополия кўпроқ маҳаллий бозорларга хос бўлади. Масалан, тумандаги ягона китоб магазини, ягона телефон станцияси, ягона тиш доктори, ягона жаррох ёки бўлмаса маҳаллий коммунал хўжалиги хизмати. Юқорида келтирилган субъектлар бозор шароитида нархга таъсир қилиш учун реал ҳокимиятга эга.

Соф монополиянинг вужудга келишига таъсир қилувчи яна бир омил бу - тармоққа кириш тўсиқларининг кучлилигидир. Бирор маҳсулотни сотишдан тушадиган иқтисодий фойда юқори бўлса, бу рақобатлашган бозор шароитида бошқа фирмаларни ҳам шу бозорга кириб келиши учун сигнал бўлар эди. Агар монопол фирма иқтисодий фойда ола бошласа, бу бошқа

фирмаларни ҳам ушбу маҳсулотларни ишлаб чиқаришга ундайди. Демак соф монополияни сақлаб қолиш учун, бошқа рақобатлашмоқчи бўлган фирмалар учун махсус тўсиқлар бўлишини тақозо қилади. Тармоқга кириш тўсиқлари - бу монополь фирма бозорига бошқа сотувчиларни кириб келишини тўхтатувчи чекланишлар.

Тармоқга кириш тўсиқларидан қуйидагиларни кўрсатиш мумкин.

1. Давлат томонидан берилган махсус ҳуқуқ. Масалан маҳаллий ҳокимиятларда аҳолига транспорт хизмати кўрсатиш, почта хизмати кўрсатиш, коммунал хизмати кўрсатиш ва алоқа хизмати кўрсатиш бўйича монополь ҳуқуқлар бериб, расмий тўсиқлар яратади.

2. Патентлар ва муаллифлик ҳуқуқи, янги технология яратганлар учун патент ва муаллифлик ҳуқуқи берилиши, уларга ушбу янгиликни сотишда, ундан фойдаланиш учун лицензия беришда монополь ҳуқуқ берилади. Лекин бундай ҳуқуқ маълум муддатгача кучга эга бўлади. АҚШ да патент қонунига кўра ихтирочи ўз ихтиросига 17 йил эгалик қилади.

3. Бирор бир ишлаб чиқариш ресурси таклифига эгалик қилиш. Масалан, Американинг «Де Бирс» компанияси жаҳонда сотиладиган, қайта ишланмаган олмоснинг 85 фоизини назорат қилгани учун, олмос бозорига монополь ҳокимиятга эга. Юқоридагилардан ташқари инсоннинг ноёб қобилияти ва билими ҳам монополияни вужудга келтиради.

Ишлаб чиқариш масштаби кенгайишининг мусбат самараси ҳам тармоқга кириш учун тўсиқ бўлиши мумкин. Масалан, автомобиль заводи маълум миқдорда автомобиль ишлаб чиқаришга эришгандагина, унинг умумий харажатлари минимал бўлади.

Монополь ҳокимият. Фирма монополь ҳокимиятга эга бўлади, қачонки у ўзининг сотадиган товари нархига таъсир қилаолса, яъни ўзгартираолса. Монополь ҳокимият даражаси ушбу товар ўрнини босувчи товарнинг мавжудлиги ва товарнинг бозордаги улуши билан белгиланади. Монополь ҳокимиятга эга бўлиш учун фирманинг соф монополист бўлиши шарт эмас. Фирма маҳсулотига бўлган талаб чизиғи рақобатлашган бозордагидай гаризонтал бўлмасдан, пастга ётиқ бўлиши кифоядир. Агар талаб чизиғи пастга ётиқ бўлса, фирма таклиф ҳажмини ошириб ёки камайтириб, маҳсулот нархини ўзгартириши мумкин.

Умумун олганда монополист нархни назорат қилишидан ютуққа эга бўлади. Монополистнинг таклифи рақобатлашган бозор таклифига кўра кам бўлади, товар нархи эса, рақобатлашган нархга нисбатан юқори бўлади (монополь нарх чекли харажатдан юқори). Товарларни монополь нархда сотилиши жамият харажатини кўпайтиради, аҳолининг турмуш даражасига салбий таъсир кўрсатади. Нима учун деганда, ушбу товарни сотиб олувчилар кўпроқ пул сарфлайди, шу товарни сотиб олувчилар сони ҳам камайдди. Шунинг учун ҳам монополияга қарши қонун, бозорларни монополияга айланттиришга йўл қўймайди.

Монополист маҳсулотига талаб. Рақобатлашган бозорда фирма максимал фойда олади, агар у чекли даромад чекли харажатга тенг ҳолатни таъминлайдиган ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарса,

$$MR = MC.$$

Бундай маҳсулот ҳажми оптимал бўлади. Монополист ҳам шу оптимал ишлаб чиқариш шартига амал қилиши керак бўлади. Соф монополист товарига бўлган талаб ҳам бозор талаби ҳисобланади. Монополист ўз товари нархини оширса унга талаб камаяди ва аксинча, монополист товар нархини туширса унга талаб ортади. Худди шундай соф монополист таклифи ҳам бозор таклифи ҳисобланади. Масалан товар ишлаб чиқаришнинг ўзгарувчан харажатлари ошса, монополист максимал фойда олиш учун товар ҳажмини қисқартиради. Таклиф ҳажмининг қисқариши ва харидорлар ўртасида рақобатнинг мавжудлиги товар нархини оширади.

Рақобатлашган бозорда фирманинг чекли даромади маҳсулот нархига тенг $MR = P$ ва талаб чизиғи горизонтал бўлса, монопол бозорда монополист маҳсулотига бўлган талаб чизиғи пастга ётиқроқ ва монополистнинг чекли даромади ҳар доим нархдан кичик бўлади.

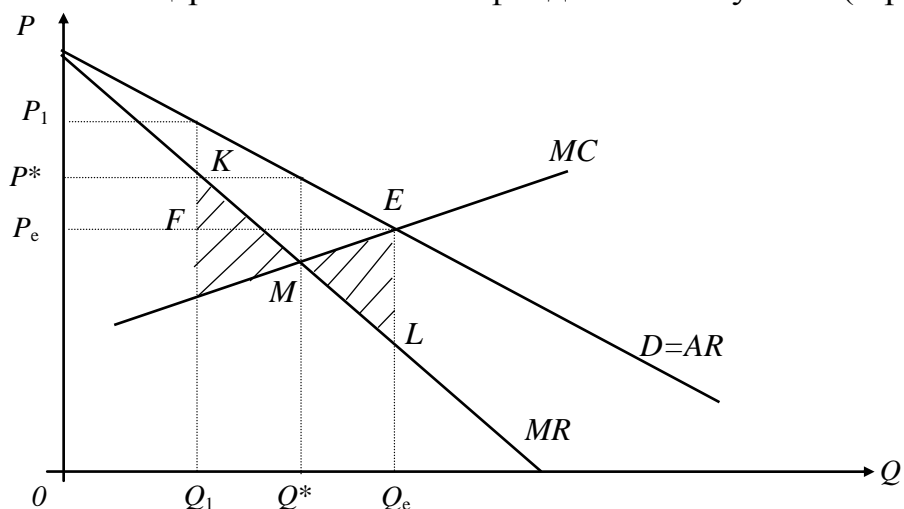
$$MR < P.$$

Монопол фирманинг маҳсулотига талаб билан унинг чекли ва умумий даромади ўртасидаги боғлиқликларни қуйидаги расмда кўриш мумкин. Талаб чизиғининг эластик қисмида чекли даромад $MR > 0$ бўлгани учун монополист маҳсулот ҳажмини нолдан, Q^* миқдоргача оширганда унинг умумий даромади TR ошади. Талаб чизиғининг эластик бўлмаган қисмида чекли даромад манфий, яъни $MR < 0$ бўлгани учун, талаб чизиғининг ушбу қисмида ишлаб чиқарилган маҳсулот умумий даромадни камайтиради.

Агар монополистнинг талаб чизиғи рақобатлашган бозордагидай горизонтал бўлганда эди, у товар ҳажмини ўзгартириши билан нархга таъсир қила олмас эди. Монополлашган бозорда таклиф чизиғи маънога эга эмас. Нима учун деганда, ишлаб чиқариладиган маҳсулот (таклиф) миқдори билан нарх ўртасида пропорционал боғлиқлик йўқ. Монополистнинг қанча миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариши нафақат чекли харажатга боғлиқ, балки талаб чизиғининг шаклига ҳам боғлиқ бўлади. Монопол бозорда талабнинг ўзгариши нархнинг ва таклифнинг рақобатлашган бозордагидай пропорционал ўзгаришига олиб келмайди. Монополист, талаб ўзгарганда маҳсулот ҳажмини ўзгартирмасдан нархни ўзгартириши ёки нархни ўзгартирмасдан маҳсулот ҳажмини ўзгартириши ёки бир вақтнинг ўзида нархни ҳамда маҳсулот миқдорини ўзгартириш мумкин.

Монополистнинг мақсади максимал фойда олиш бўлса, у товар нархини хоҳлаганча ошира олмайди. Нарх ошиши билан маҳсулотга талаб камайиб боради, нарх ошиши маълум даражага етганда умумий даромад умумий харажатни қопламайди. Талаб чизиғининг эластик бўлган қисмида ($E_p > 1$) нархнинг пасайиши умумий даромадни ўсишига олиб келади ($MR > 0$), эластиклик бирга тенг бўлганда ($E_p = 1$) умумий даромад максимумга эришади ($MR = 0$), эластик бўлмаган қисмида нархнинг пасайиши умумий даромадни пасайишига олиб келади ($MR < 0$). Шунини тушунган монополист талаб чизиғининг эластик бўлмаган қисмида ҳаракат қилмайди.

Биз кўрсатамиз монополист ҳам рақобатлашган бозордаги фирма каби чекли харажат билан чекли даромадни тенглигини таъминлайдиган ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарсагина максимал фойда олиши мумкин (1-расм)..



1- расм. $MC = MR$ бўлганда фойдани максималлаштириш графиги.

Графикдан кўришиб турибдики, ишлаб чиқариш ҳажми Q^* га тенг бўлганда чекли харажат чекли даромадга тенг бўлади. Талаб чизиғидан фойдаланиб маҳсулот ҳажми Q^* га мос бўлган бир бирлик маҳсулотнинг монопол нархи P^* ни аниқлаймиз. Ушбу Q^* га тенг бўлган маҳсулот ҳажмида фойда максимал бўлишини кўрсатамиз. Маълумки, рақобатлашган бозорда мувозанатлик E нуктада эришилади. Графикда E нукта мувозанат нукта ва унга мос келадиган ишлаб чиқариш ҳажми Q_e ва нарх P_e .

Фараз қилайлик, монополист ишлаб чиқарган маҳсулот миқдори Q_1 бўлсин ва у Q^* дан кичик $Q_1 < Q^*$, бу ҳолатга мос келадиган нарх P_1 ҳам P^* дан юқори ва чекли даромад чекли харажатдан катта $MR > MC$.

Монополист маҳсулот ҳажмини Q_1 дан оширса, у ҳар бир бирлик кўшимча ишлаб чиқарган маҳсулоти учун $MR - MC$ га тенг бўлган кўшимча фойда олиши мумкин, яъни у ўзининг умумий даромадини ошириши мумкин. Монополист маҳсулот ҳажмини ошириб, умумий фойдани ошириши мумкин то маҳсулот ҳажми Q^* га тенг бўлгунга қадар, маҳсулот ҳажми Q^* га тенг бўлганда, кейинги кўшимча бир бирлик ишлаб чиқарилган маҳсулотдан тушадиган даромад нолга тенг, нима учун деганда $MR = MC$ бўлади. Шунинг учун ҳам ишлаб чиқариш ҳажми Q_1 га тенг бўлганда монополистнинг умумий фойдаси расмдаги штрихланган FKM соҳага тенг бўлган миқдорга камаяди. Монополист учун Q_2 миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳам унинг умумий фойдасини камайтиради. Q_2 ҳажмда чекли харажатлар чекли даромадлардан юқори ($MC > MR$). Агар монополист ишлаб чиқариш ҳажмини Q_2 га нисбатан камайтирса, у ўзининг умумий фойдасини ($MC - MR$) миқдорга оширган бўларди. Монополист маҳсулот ҳажмини Q_2 дан Q^* га қадар қисқартириши натижасида умумий фойдани MEL штрихланган соҳа миқдорда ошириши мумкин. Q^* ҳажмдан кейин маҳсулот ҳажмини кўшимча бирликка

қисқартирилиши умумий фойдани оширмайди ($MC = MR$ бўлади). Расмда $Q = 0$ билан Q^* ва MC ҳамда MR чизиқлар оралиғидаги соҳа монополистик томонидан кам миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариб ўта юқори нархда сотиш муносабати билан йўқотиладиган фойдани ифодаласа, маҳсулот ҳажми Q^* дан катта бўлгандаги ва MC билан MR оралиғидаги соҳа ниҳоятда кўп маҳсулот ишлаб чиқариб ($Q > Q^*$), паст нархларда сотилиши натижасида йўқотиладиган фойдани ифодалайди.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми Q^* фойдани максимал қиладиган ҳажм эканлигини математик нуқтаи назардан ҳам кўрсатиш мумкин. Умумий фойдани π билан белгиласак

$$\pi(Q) = R(Q) - C(Q),$$

ва бу муносабатдан Q бўйича ҳосила олиб, уни нолга тенглаштириб ечамиз:

$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dR}{dQ} - \frac{dC}{dQ} = 0.$$

Бу ерда $\frac{dR}{dQ} = MR$ ва $\frac{dC}{dQ} = MC$ бўлгани учун ҳам фойдани максималлаштириш шарти $MR - MC = 0$ ёки $MR = MC$ бўлади.

Мисол 1. Қуйидаги кўринишдаги харажатлар функцияси берилган бўлсин

$$C(Q) = 80 + Q^2,$$

ўзгармас харажат $FC = 80$ сўм, ўртача харажат $AC = \frac{80}{Q} + Q$ бўлади.

Талаб функцияси қуйидагича берилган бўлсин:

$$Q = 60 - P(Q) \text{ ёки } P(Q) = 60 - Q.$$

У ҳолда даромад $R(Q)$: $R(Q) = Q \cdot P(Q) = 60 \cdot Q - Q^2$ кўринишда аниқланади.

Чекли даромад

$$MR = \frac{dR}{dQ} = 60 - 2 \cdot Q.$$

Чекли харажат

$$\frac{dC}{dQ} = MC = 2 \cdot Q.$$

Максималлик шартига кўра $MC = MR$ дан $2 \cdot Q = 60 - 2 \cdot Q$ бу тенгликдан аниқлаш мумкинки, $Q^* = 15$ бўлганда фойда максимал миқдорга эга бўлади. Маҳсулот нархи $Q^* = 15$ да $P = 45$ сўмга тенг. Умумий фойда

$$\pi(Q^*) = R(Q^*) - C(Q^*) = P \cdot Q^* - C(Q^*) = 45 \cdot 15 - 305 = 370 \text{ сўм.}$$

Фараз қилайлик, монополист $Q^* = 15$ бирлик маҳсулот ўрнига $Q = 16$ бирлик ишлаб чиқарди дейлик. Ҳисоб-китоблар натижасида қуйидагиларни аниқлаймиз.

$$C = 80 + Q^2 = 80 + 256 = 336,$$

$$P = 44,$$

$$R = 44 \cdot 16 = 704,$$

$$\text{Фойда } \pi(16) = 704 - 336 = 368 \text{ сўм.}$$

Демак, монополист маҳсулот ҳажмини максимал фойда берадиган ҳажм 15 бирликдан оширса, яъни 16 бирлик ишлаб чиқарса унинг фойдаси 2 сўмга камаяди. Худди шундай монополист ишлаб чиқариш ҳажмини 15 бирликдан 14 бирликка камайтирса, нарх кўтарилиб 46 сўм бўлади ва умумий фойда 370 сўмдан 368 сўмга камаяди. Демак, бундай ҳолни тушунган монополист маҳсулот ишлаб чиқаришда бу қоидага амал қилади.

Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи. Биз кўрдикки, монопол бозорда нарх чекли даромаддан юқори бўлади ($P > MR$).

Чекли даромад MR ни қуйидагича ўзгартириб ёзамиз:

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = \frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}. \quad (1)$$

$\frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}$ - бу қўшимча бир бирлик маҳсулот ишлаб чиқариш натижасида олинган қўшимча даромад бўлиб, у икки хусусиятга эга. (1)- тенгликни қуйидагича ёзиш мумкин:

$$MR = \frac{\Delta P \cdot Q}{\Delta Q} + \frac{P \cdot \Delta Q}{\Delta Q} = Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} + P. \quad (2)$$

1) Бир бирлик қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариб ($\Delta Q = 1$), уни P нархда сотганимизда $P \cdot (1) = P$ нархга тенг бўлган даромад оламиз ($Q > 0$);

2) Монопол фирма маҳсулотига бўлган талаб чизиғи пастга ётиқ бўлгани учун қўшимча бир бирлик маҳсулот ишлаб чиқариб, уни сотилиши, нархни кичик миқдорга камайтиради ($\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - қўшимча бирлик маҳсулот ишлаб чиқариб сотиш натижасида нарх қанча миқдорга камайишини кўрсатади) ва бу барча сотилган маҳсулотдан тушган даромадни камайтиради (яъни $Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - даромаднинг ўзгариши).

Демак,

$$MR = P + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \quad (3)$$

ва бу ерда $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ талаб чизиғи манфий ётиқликка эга бўлгани учун чекли даромад нарх P дан кичик бўлиши керак (нима учун деганда $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ манфий).

Энди чекли даромад билан талаб чизиғи ётиқлиги ўртасидаги боғлиқликни чекли даромад билан нархга кўра талаб эластиклиги коэффициенти ўртасидаги боғлиқликка айлантирамиз. Маълумки, талабнинг нархга кўра эластиклик коэффициенти

$$E_p^D = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

бундан

$$\frac{\Delta P}{\Delta Q} = \frac{P}{Q \cdot E_p^D},$$

бу муносабатни чекли даромад тенгламаси (3) га қўйсақ қуйидагини оламиз

$$MR = P + Q \cdot \frac{P}{Q \cdot E_p^D} = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D},$$

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D}. \quad (4)$$

(4)- тенглама чекли даромадни ҳар қандай ишлаб чиқариш ҳажмида товар нархидан ва талабнинг нархга кўра эластиклигидан боғлиқ эканлигини кўрсатади. Иккинчидан, $MR < P$ эканлигини ҳам кўрсатади.

Фирманинг мақсади фойдани максималлаштириш бўлгани учун биз чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб ёзамиз:

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D} = MC,$$

ёки

$$\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_p^D}. \quad (5)$$

Ушбу формула монопол нарх белгилашда «Бош бармоқ» қонидаси номи билан юритилади (эсдан чиқармаслик керак $E < 0$, демак (5)-ифоданинг ўнг томони ҳар доим мусбат). (5)-тенгламанинг чап томонидаги ифода $\frac{P - MC}{P}$

нархнинг чекли харажатдан қанчалик юқори эканлигини, нархга нисбатан фоиз ҳисобида кўрсатади ва бу фарқ тесқари олинган манфий эластиклик коэффициентига тенг.

(5) тенгликни нархга боғлиқ ҳолда ҳам ёзиш мумкин:

$$P = \frac{MC}{1 + \left(\frac{1}{E_p^D} \right)}.$$

Масалан эластиклик $E_p^D = -5$ бўлганда ва чекли харажат $MC = 30$ бўлганда, маҳсулот нархи

$$P = \frac{30}{1 + \left(\frac{1}{-5} \right)} = 37,5 \text{ сўм бўлади.}$$

Рақобатлашган бозорда $P = MC$ бўлганини кўрган эдик. Монополист нархни чекли харажатдан юқори белгилайди ($P > MC$) ва бу фарқ миқдор бўйича талаб эластиклигига тесқари пропорционал бўлади (5). (5)-тенгламадан шундай хулоса келиб чиқадики, агар талабнинг нарх бўйича эластиклиги қанча юқори бўлса, маҳсулот нархи шунча чекли харажатга (MC га) яқинлашади. Нарх қанчалик чекли харажатга яқин бўлса, монопол бозор рақобатлашган бозорга шунчалик яқин бўлади. Демак, талаб юқори даражада эластик бўлса, монополист оладиган қўшимча фойда шунча кичик бўлади.

Монопол ҳокимият кўрсаткичи. Рақобатлашган бозорда нарх чекли харажатга тенг бўлиши, максимал фойда олишнинг зарурий шарти эди.

Монопол бозорда нарх чекли харажатдан юқори белгиланади ($P > MC$). Ана шу фарқ ($MC - P$), яъни фойдани максималлаштирадиган нарх билан чекли харажат ўртасидаги фарқ монопол ҳокимиятни ўлчаш усули бўлиши мумкин. Монопол ҳокимиятни худди ушбу усулда аниқлашни 1934 йилда иқтисодчи олим Абба Лернер томонидан таклиф қилинганлиги учун, бу кўрсаткич Лернернинг монопол кўрсаткичи деган номни олган

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m} = -\frac{1}{E_p^D},$$

бу ерда:

L - монопол ҳокимиятнинг Лернер индекси;

P_m - монопол нарх;

MC - чекли харажат;

E_p^D - талабнинг нархга кўра эластиклиги.

Масалан, бензинга талабнинг нарх бўйича эластиклиги -5 бўлса,

$$-\frac{1}{E_p^D} = -\frac{1}{-5} = 0,2.$$

Бензин сотувчи фирманинг монопол ҳокимияти 0,2 га тенг.

Шуни таъкидлаш керакки, юқори монопол ҳокимият юқори фойда олишни кафолатламайди. Фойда ўртача харажатнинг нархга бўлган нисбатига боғлиқ. Агар икки фирмадан биринчисининг монопол ҳокимияти, иккинчи фирманикига кўра юқори бўлса ва биринчи фирманинг ўртача харажати жуда юқори бўлса, унинг оладиган фойдаси иккинчи фирма фойдасидан кичик бўлади. Юқоридаги тенглама кўрсатадики, талаб қанчалик эластик бўлмаса, шунчалик монопол ҳокимият юқори. Демак, монопол ҳокимиятнинг келиб чиқиш сабаби, талаб эластиклигидадир.

Амалиётда чекли харажатни ҳисоблаш қийин бўлгани учун, уни ўртача харажат билан алмаштиради. Бу ҳолда формула қуйидаги кўринишни олади:

$$L = \frac{P - AC}{P}.$$

Агар биз ифоданинг сурат ва махражини Q га кўпайтирсак, махражда умумий даромадни, суратда фойдани оламиз:

$$L = \frac{(P - AC) \cdot Q}{P \cdot Q} = \frac{\pi}{TR}.$$

Шундай қилиб, Лернер кўрсаткичи юқори фойда олишни монополиянинг далолати эканлигини кўрсатади.

Монопол ҳокимиятни характерлаш учун бозорни марказлашув даражаси кўрсаткичидан ҳам фойдаланилади. Бу кўрсаткич биринчи бўлиб Херфиндал-Хиршман томонидан тавсия этилгани учун, у Херфиндал-Хиршман индекси деб юритилади. Бу индекс корхоналарнинг бозордаги улушлари йиғиндиси сифатида қаралади ва қайси фирманинг бозордаги улуши юқори бўлса, у фирма бозорда монопол ҳокимиятига эга бўлиши мумкин ёки шундай имконият мавжуд деб қаралади. Фирмалар бозордаги улушига кўра тартиблаштирилади.

$$I = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2,$$

бу ерда: I - Херфиндал-Хиршман индекси;

S_1^2 - бозорда энг катта улушга эга бўлган фирма;

S_2^2 - ундан кейинги катталиқдаги улушга эга фирма ва ҳоказо;

S_n^2 -энг кичик улушга эга бўлган фирма.

Агар тармоқда ягона фирма бўлиб, унинг маҳсулоти тармоқ маҳсулотини ташкил қилса, S_1^2 қ100% бўлади ва бундай ҳол соф монополия бўлади, яъни Херфиндал-Хиршман индекси $I=10000$ га тенгдир.

Масалан, АҚШ да Херфиндал-Хиршман индекси $I=1800$ дан ошган тармоқлар, монопол тармоқларга киради. Юқоридаги индексдан монополияга қарши олиб бориладиган фаолиятда фойдаланилади. Бозорнинг катта қисмини бир неча фирмалар томонидан эгаллаб олиниш ҳолатига **бозорнинг марказлашуви** дейилади.

Монопол ҳокимият ва жамият фаровонлиги. Монопол ҳокимиятда нарх чекли харажатдан юқори бўлади. Монопол ҳокимиятда нарх ошади, ишлаб чиқариш ҳажми камаяди, натижада бу фирманинг даромадини ошишига ва истеъмолчилар турмуш даражасининг пасайишига олиб келиши мумкин.

Истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар ортиқчаларини монопол ва рақобатлашган бозор шароитларида қараймиз.

Монопол нархда истеъмолчилар камроқ маҳсулот сотиб оладилар. Маҳсулотни монопол нархда сотиб олган харидорлар ўзларининг истеъмол ортиқчасининг маълум қисмини йўқотади, бу йўқотиш 2-расмда $P_e P_m AC$ тўғри тўртбурчак юзасига тенг. Маҳсулотни P_e нархда сотиб олишни хоҳлаган, лекин P_m нархда сотиб олаолмаган истеъмолчилар ҳам, истеъмол ортиқчасининг қисмини йўқотади, 2-расмда бу йўқотиш AEC учбурчак юзасига тенг. Истеъмолчиларнинг истеъмол ортиқчасининг умумий йўқотиши $P_e P_m AC$ тўртбурчак юзи билан AEB учбурчак юзи йиғиндисига тенг. Ишлаб чиқарувчи эса маҳсулотни юқори P_m нархда сотиб $P_e P_m AC$ тўртбурчак юзи билан ифодаланган фойдани олади, аммо, шу билан бирга у ишлаб чиқариш ортиқчасининг BCE учбурчак юзасига тенг бўлган қисмини йўқотади, яъни у қўшимча $(Q_e - Q_m)$ бирлик маҳсулот ишлаб чиқариб, уни P_e нархда сотиб олиш мумкин бўлган қўшимча фойдасини йўқотади.

Шундай қилиб, ишлаб чиқарувчининг умумий фойдаси $P_e P_m AC$ тўрт тўртбурчак юзидан, BCE учбурчак юзасини айирмасига тенг. Энди ишлаб чиқарувчининг умумий фойдасидан истеъмолчи йўқотган истеъмол ортиқчасини айирсак ($ABE = AEC + BCE$), ABE учбурчак юзасига тенг бўлган соф йўқотишни оламиз. Бу соф йўқотиш, монопол ҳокимиятидан келиб чиқади.

ABE учбурчак юзасига тенг соф йўқотиш монополиянинг «ўлик юки» бўлиб, у жамиятнинг йўқотиши ёки жамиятнинг монополиядан кўрадиган зарарини ифодалайди.

Монопол фирма ўз монополиясини сақлаб қолиш учун, бошқа фирмаларни тармоқга киришга тўсиқлар яратиш учун яна харажатлар қилса, у бу билан жамият йўқотишларини янада ошириши мумкин.

2. Монопол рақобат

Монопол рақобат бозори иккита асосий хусусияти билан ажралиб туради: биринчидан, монопол бозордаги фирмалар сони кўп ва улар ўртасида рақобат мавжуд; иккинчидан фирмаларнинг бозорга ўз махсулотлари билан кириши чекланмаган, худди шундай фирманинг бозордан чиқиши ҳам эркин. Монопол рақобат бозорида махсулот дифференциялашган, яъни ҳар бир фирма ўзига хос махсулот турини ёки вариантини сотади, фирма товарлари бир-биридан сифати, безаги ва маркаси билан ажралиб туради. Монопол рақобат бозоридаги рақобат товарлар бир-бирини ўрнини босадиган товарлар бўлиб, уларнинг бирини-бирига алмаштириш нормаси юқори, лекин бир-бирини ўрнини тўлиқ боса олмайди. (бошқача қилиб айтганда бундай товарлар учун талабнинг нархга кўра эластиклиги юқори лекин чексиз эмас.) Монополистик рақобат бозорига мисол тариқасида истеъмол товарлари бозорини келтириш мумкин. Тиш ювиш пастаси бозори, совун, шампун, дори-дармонлар, кийм-кечак бозори ва хоказолар. Хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам монопол рақобат мавжуд: театр, концертлар, кийим тозалаш корхоналари ва хоказо. Истемолчининг у ёки бу фирманинг (масалан тиш ювиш пастасини) махсулотни танлашга сабаб унинг сифати яхши қадоқланганлиги, безаш, унинг сотилишидаги кўрсатиладиган хизмат, магазиннинг истеъмолчи учун ўнғай вақитда ишлаши. Худди шундай чакана савдо корхоналарида сотиладиган товарлар ҳам бир-бири билан рақобатда бўлиши. Бу ерда рақобат сотишда хизмат кўрсатишнинг ҳар хиллиги сотувчилар тажрибаси товарлар сотиб олишнинг осонлиги, кредитга сотиш шартлари ва хоказо.

Монопол бозор мувозанати. Қисқа муддатли ораликда мувозанат нарх ва мувозанат махсулот хажми. Рақобатлашган бозорда талаб чизиғи D абсцисса (товар ишлаб чиқариш хажми) ўқиға параллел бўлса, монопол рақобат бозорида у пастга (манфий) ётиқроқ бўлади. Бу монопол рақобат бозорининг талаб чизиғи рақобатлашган бўзор талаб чизиғига кўра камроқ эластик бўлиб соф рақобатдаги талабга кўра эластикроқ эконлигини билдиради. Қуйидаги расмда монопол рақобат бозорининг қисқа муддатли ораликдаги мувозанат ҳолати келтирилган. Монопол рақобат бозори рақобатлашган бозорга ўхшаш бўлади, яъни бозорга янги фирмаларнинг рақобатлашувчи товар маркалари билан эркин кириши фирмалар оладиган иқтисодий фойдани нулгача туширади.

Қисқа муддатли ораликдаги мувозанат ҳолат ва бу ҳолатни аниқлайдиган мувозанат нарх P_m ва мувозанат махсулот миқдори Q_m ифодаланган. Монопол рақобат бозорида аълохида фирманинг махсулоти бошқа рақобатлашувчи фирмаларнинг махсулотидан фарқ қилгани учун бу фирманинг махсулотига бўлган талаб чизиғи D_s тиклиги пастга томон ётиқроқ бўлади. (бу талаб чизиғи бозор талаб чизиғи эмас балки фирманинг

талаб чизигидир, бозор талаб чизиги махсулотга фирма чизигига нисбатан ётиқроқ кўринишга эга). Эслатиб ўтиш керакки агар монопол рақобатдаги фирмалар махсулотлари бир-биридан умуман фарқ қилмаганда эди монопол рақобат бозори мукамал рақобатлашган бозорга айланган бўлар эди. Фақат фирмалар махсулотлардаги фарқ уларга оз бўлсада монопол хокимият беради. Расмда графикда фирма фойдасини максималлаштирадиган ишлаб чиқариш хажми Q_m чекли даромад MR чизиги билан чекланган харажат MC чизиги кесишган нуқтага тўғри келади. Бу ишлаб чиқариш хажмига тўғри келадиган нарх P_m ўртача харажат AC дан каттароқ бўлгани учун фирма штрихланган сохага тенг фойда олдаи. Демак қисқа муддатли ораликда монопол рақобатдаги фирманинг мувозанат ҳолатини ифодаловчи шарт

$$MR = MC$$

тенглиги бўлиб, бу тенгликни таъминловчи махсулот миқдори Q_m ва нарх P_m мос ҳолда мувозанат ишлаб чиқариш хажми ва мувозанат нархини боради. Фирма мувозанат ҳолатига эришганда максимал фойда олади.

Узоқ муддатли ораликда мувозанат нарх ва мувозанат ишлаб чиқариш хажми. Қисқа муддатли ораликда фойда олиб ишлаётган фирманинг ҳолати узоқ муддатли ораликда ўзгаради. Қисқа муддатли ораликдаги фойда бозорга бошқа фирмаларни кириб келишга ундайди ва улар кириб кела бошлайди. Иккинчидан, бозордаги фирмалар ҳам махсулот ишлаб чиқаришни кенгайтиради. Бозорга янги фирманинг кириши фойда билан ишлаётган фирманинг бозоридаги улушини камайтиради, натижада унинг талаб чизиги пастга силжийди.

Узоқ муддатли ораликда фирманинг чекли ва ўртача харажатлари ҳам ўзгаради. Таҳлилни соддалаштириш учун MC ва AC ларни ўзгармас деб қараймиз.

3. Олигополия

Олигополия - бу шундай бозор турики, ундаги товар таклифининг ҳаммаси, ёки деярли ҳаммаси бир неча ишлаб чиқарувчи фирмалар томонидан бўлиб олинган ва бу бозорга янги фирмаларнинг кириши катта тўсиқ орқали чекланган бўлади.

Олигополия сўзи грекча бўлиб (*oligos* - бир неча, *poleo* - сотаман) сотувчиларнинг камлигини билдиради. Олигопол тармоқларга мисол сифатида АҚШнинг автомобиль саноати, пўлат, алюмин, электроускуналар ва компьютер тармоқларини келтириш мумкин. Бу тармоқларда ишлаб чиқариладиган умумий махсулот ҳажми бир неча фирмалар ҳиссасига тўғри келади.

Олигополик бозорни унинг қуйидаги учта хусусияти ажратиб туради:

- биринчидан, тармоқда фаолият кўрсатаётган фирмаларнинг камлиги;
- иккинчидан, тармоқга қирувчи фирмалар учун кучли тўсиқларнинг мавжудлиги;
- учинчидан, олигополик бозордаги фирмаларнинг ҳаракати бир-бирига боғлиқлиги.

Олигополик бозорнинг учинчи хусусиятига кўра, фирмаларнинг иқтисодий ҳаракатлари бир-бирига боғлиқ, яъни ҳар бир фирма бирор

иқтисодий стратегияни танлаганда, бошқа фирмаларнинг ушбу стратегияга бўлган муносабатини эътиборга олиш керак бўлади.

Масалан, бир фирма ўз маҳсулотига талабни рағбатлантириш учун маҳсулотининг нархини 10 фоизга камайтирса, у асосан рақобатлашувчи фирмалар ҳисобидан ўз маҳсулотини сотиш ҳажмини анчага ошириши мумкин ва улар ҳисобидан ыз фойдасини ошириши мумкин. Лекин фирманинг бу нарх сиёсатига жавобан бошқа рақобатлашувчи фирмалар ҳар хил иқтисодий сиёсат олиб бориши мумкин:

- биринчидан, бошқа фирмалар эътибор бермаслиги мумкин;

- иккинчидан, улар ҳам нархни 10 фоизга тушириши мумкин, натижада фирмалар оладиган фойда миқдори камаяди, ҳатто нолга тенг бўлиши ҳам мумкин:

- учинчидан, бошқа фирма бу фирмани синдириш мақсадида маҳсулотига бўлган нархни 10 фоиздан юқорироқга пасайтириши мумкин, лекин бундай ҳолатни давом этиши нархлар жангига олиб келиши мумкин.

Нархлар жанги - бу рақобатлашадиган фирмалар томонидан олигополик бозорда нархларни босқичма-босқич туширишидир.

Умуман олганда, олигополик бозорда фирма томонидан қабул қилинган ҳар қандай иқтисодий сиёсат - нархларни ўзгартириш, ишлаб чиқариш ҳажмини ўзгартириш, рекламани кучайтириш - рақоботлашувчи фирмаларнинг ушбу сиёсатга бўлган муносабатини билишни ва уни прогноз қилишни талаб қилади.

Нархлар жанги нарх ўртача харажатга тенг бўлгунга қадар давом этади, яъни $P = AC = MC$. Бу тенглик олигополик бозор мувозанатини беради. Мувозанат ҳолатда ҳеч бир фирма нархини камайтиришдан кўшимча фойда олаолмайди. Мувозанат ҳолатда фирмаларнинг иқтисодий фойдаси нолга тенг.

4. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун.

Бу ерда биз монопол ҳокимиятга эга бўлган монополистлар тўғрисида гап юритамиз. Лекин, ҳозирги вақтда монополиянинг ижобий томонлари борлигини ҳеч ким инкор қила олмайди. Йириклашган корхоналарда илмий-техник ривожланиш имконияти катта бўлади, нима учун деганда, бундай корхоналарнинг молиявий имкониятлари ҳам катта бўлганлиги учун, улар илмий изланишларга кўпроқ маблағ ажратишлари мумкин. Йириклашган корхоналаргина масштаб самарасидан яхшироқ фойдалана оладилар, чунки уларда илмий-тадқиқот ишларини, тажриба-конструкторлик ишлаб чиқишларни кенг масштабда йўлга қўйиш мумкин бўлади. Бу ўз навбатида маҳсулот таннархини пасайтиришга ва унинг сифатини оширишга имкон яратади. Лекин, ҳозирги бозор муносабатларининг ривожланганлиги, жаҳон бозорининг шаклланганлиги, халқаро иқтисодий алоқаларнинг кенгайиб бориши шароитида кучли бозор ҳокимиятига эга монополистни топиш қийин.

Монополистларнинг жамиятга таъсир қилувчи салбий томонлари борлигини ҳам эсдан чиқармаслик лозим. Йириклашган фирмалар ўз

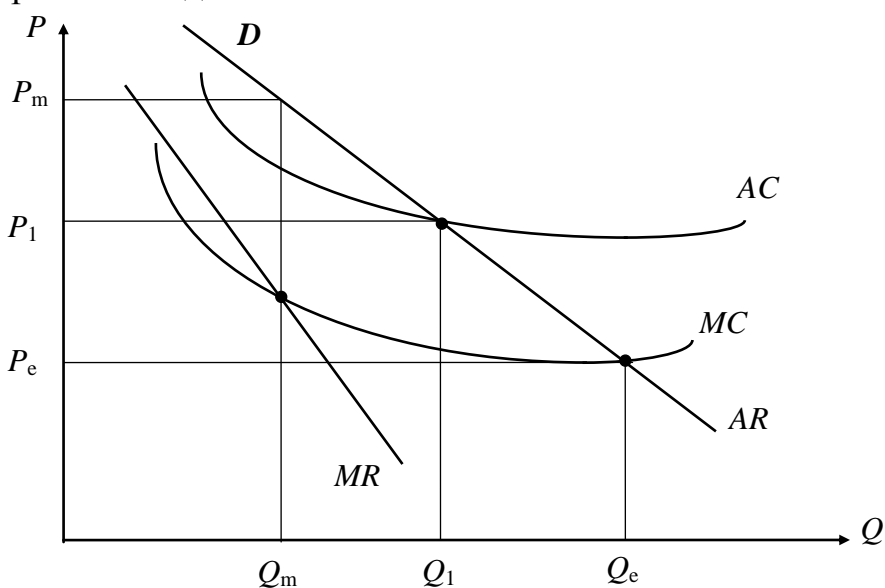
маҳсулоти сифатини оширишга ва уни тез-тез янгилашга алоҳида эътибор беради, деб бўлмайди. Ушбу фирмаларда яратилган янгиликларни ишлаб чиқаришга жорий қилишни кўп ҳолларда тўхтаб қолишини ҳам кўриш мумкин.

Монополист нархни чекли харажатдан юқори қилиб белгилайди, яъни $P > MC$. Натижада ресурсларнинг тақсимланиши самарали бўлмайди. Монопол нархнинг ўрнатилиши жамиятда йўқотишларга олиб келади. Нарх қанчалик юқори бўлса, жамиятнинг йўқотиши ҳам шунчалик кўп бўлади. Шунинг учун ҳам бозор иқтисодиёти ривожланган давлатларда монополияга қарши қонунлар ишлаб чиқарилган.

Монополияга қарши қонун фирмаларда жамият учун хавфли бўлган монополистик ҳокимиятни тўпланишини чеклашга қаратилган. Монополистик ҳокимият юқорида айтганимиздек, монополистнинг бозор нархига таъсир қилиш кучини билдиради. Қайси фирма бозор нархига кўпроқ таъсир қила олса, у кўпроқ монополистик ҳокимиятга эга бўлади.

Кўпчилик адабиётларда монополияга қарши қонунга классик мисол сифатида АҚШнинг трестларга қарши қонуни келтирилади. 1890 йилда биринчи бўлиб Шерман қонуни деб аталувчи қонун қабул қилинган бўлиб, у асосан савдони ва тижоратни монополлаштиришга қарши қаратилган эди. Ушбу қонун савдо эркинлигини чекловчи ҳар қандай келишувни тақиқлар эди ва рақобатчиларни адолатсиз йўл билан йўқотишни жиноят деб қарар эди. Ушбу қонунни бузганлар жарима тўлашдан тортиб, фирмани тарқатиб юборишгача ва ҳатто жинойий жавобгарликка тортишгача жазоланишни назарда тутар эди.

1914 йилда Клейтон ва федерал савдо комиссияси қонуни қабул қилинди. Ушбу қонун Шерман қонунига қараганда анча мукаммаллашган қонун бўлиб, у қонунни бажарилишини назорат қилишни федерал савдо комиссияси зиммасига юклаган эди. Бундан ташқари ушбу қонунда монополияни вужудга келишини олдини олиш бўйича қилинадиган чора-тадбирлар белгиланди.



2-расм. Табiiй монополияда нархни мувофиқлаштириш.

Нархларни назорат қилиш ва уларни мувофиқлаштириш кўпроқ табиий монополияларга қўлланилади. Эсласак, рақобатлашган бозорда нарх чекли харажатга тенг бўлар эди ($P_e = MC$) (3-расм). Лекин, бундай нархни табиий монополияларга қўллаб бўлмайди, чунки бу нархда бир қатор ишлаб чиқарувчилар зарар билан ишлаб ишдан чиқади. Нима учун деганда, ишлаб чиқарувчиларнинг харажатлари ҳар хил бўлгани учун нархлар ҳам ҳар хил бўлади.

Расмдан кўришиб турибдики, P_e нарх рақобатлашган бозор нархига тўғри келади ва у чекли харажат билан ўртача даромад чизиқлари кесишган нуқта билан аниқланади. Нарх давлат томонидан мувофиқлаштирилмаса, монополист нархни P_m даражада белгилаб, Q_m миқдорда маҳсулот ишлаб чиқаради. Давлат эса нархни барча учун ўртача харажат даражасида (ўртача харажат чизиғи билан даромад чизиғи кесишган нуқта) белгилайди, яъни P_1 . Бу нархга тўғри келадиган ишлаб чиқариш ҳажми Q_1 га тенг. $P_1 = AC$ бўлиши табиий монополистларга (узок муддатли рақобатлашган бозордаги фирмалар каби) нормал фойда олиш имконини беради.

P_1 нархда ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори оптимал ҳажмдан кичик ($Q_1 < Q_e$) бўлса ҳам истеъмолчилар монополист нархи тартиблаштирилмагандиқига қараганда ($Q_m < Q_1$) кўпроқ маҳсулот сотиб олиш имкониятига эга бўлади. Ўртача харажат даражасида ўрнатиладиган нарх P_1 ни «адолатли фойда олишни таъминлайдиган нарх» деб атайдилар. АҚШда «адолатли» нархни таъминланишини жуда кўп федерал комиссиялар кузатиб боради.

Устун мавқе товар ёки молия бозорида хўжалик юритувчи субъектнинг ёхуд шахслар гуруҳининг рақобатлашувчи хўжалик юритувчи субъектларга боғлиқ бўлмаган ҳолда унга ўз фаолиятини амалга ошириш ва рақобатнинг ҳолатига ҳал қилувчи таъсир кўрсатиш, тегишли бозорга бошқа хўжалик юритувчи субъектларнинг киришини қийинлаштириш ёхуд уларнинг иқтисодий фаолият эркинлигини бошқача тарзда чеклаш имкониятини берадиган ҳолатидир.

Товар бозорида қайси хўжалик юритувчи субъект ёки шахслар гуруҳи товарининг улуши:

1) эллик ва ундан ортиқ фоизни ташкил этса;

2) ўттиз беш фоиздан эллик фоизгача ҳажмда бўлиб, бунда қуйидаги шартлар:

хўжалик юритувчи субъектнинг товар бозоридаги улуши камида бир йил мобайнида барқарор бўлиб туриши;

товар бозорида бошқа хўжалик юритувчи субъектларга (рақобатчиларга) тегишли улушларнинг нисбий миқдорда бўлиб туриши;

ушбу бозорга янги хўжалик юритувчи субъектларнинг (рақобатчиларнинг) киришига имконият бўлиши шартлари белгиланган бўлса, шу хўжалик юритувчи субъектнинг ёки шахслар гуруҳининг мавқеи устун мавқе деб эътироф этилади.

Молия бозорида хўжалик юритувчи субъектнинг ёки шахслар гуруҳининг устун мавқеини эътироф этиш тартиби ва шартлари Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Назорат саволлари:

1. Соф монополия деганда нима тушунилади?
2. Соф монополиянинг вужудга келишига таъсир қилувчи омиллар.
3. Монопол рақобат бозори. деганда нима тушунилади?
- 4 Монопол ҳокимият нима?
5. Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи.
- 6.Монопол ҳокимият кўрсаткичи деганда нима тушунилади?
- 7.Монопол рақобат деганда нима тушунилади?
- 8.Олигополия деганда нима тушунилади?
- 9.Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонуннинг моҳиятини тушунтириш.

Фойдаланиш учун адабиётлар:

1. Йўлдошев Н.Қ. Инновацион менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2012.
2. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менежмент. Ўқув қўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Махкамова М.А. Организация и управление инновационной деятельностью. – Т.: Иқтисодиёт, 2007.

IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР УЧУН МАТЕРИАЛЛАР, ТОПШИРИҚЛАР ВА УЛАРНИ ЎТКАЗИШ БЎЙИЧА ТАВСИЯЛАР

1-амалий машғулот:

Инновацион менежментнинг назарий асослари

Дарс шакли бахс-мунозара. Ишнинг мақсади инновацион менежмент ривожланишининг моҳияти, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Инновацион менежментнинг моҳияти
2. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши
3. Инновацион менежмент босқичлари

Амалиёт машғулотини учун топшириқлар:

Австрияли олим Й. Шумпетер томонидан бешта типик ўзгаришлар ажратилган:

- 1) янги техника, янги технологик жараёнлар ва ишлаб чиқаришни янги бозор таъминотидан фойдаланиш (олди - сотди);
- 2) янги хусусиятларга эга маълумотларни тадбиқ этиш;
- 3) янги хом ашёдан фойдаланиш;
- 4) ишлаб чиқариш ва унинг моддий – техник таъминотини ташкил қилишдаги ўзгаришлар;
- 5) янги сотиш бозорларини пайдо бўлиши.

Бу қоидалар Й. Шумпетер томонидан 1911 йилдаёқ шакллантирилган. Кейинроқ, 30 – йилларда у инновация тушунчасини, уни истеъмол товарларининг янги турлари янги ишлаб чиқариш ва техник воситалар, бозорлар ташкил шакллари саноатга тадбиқ этиш ва уларда фойдаланиш мақсадидаги ўзгариш сифатида талқин этган ҳолда киритган. Баъзида инновацияга жараёнли тизим сифатида қаралади, шунинг билан янгилик киритишни вақтда ривожланиши ва яққол акс эттирилган босқичлилиги тан олинади.

Корхона инвестицион фаолияти самарадорлигининг қиёсий – таҳлилий кўрсаткичлари

Корхоналар инвестицион фаолияти самарадорлигини таҳлил қилиш ва унинг янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш ҳисобига ўзгаришини белгилаш учун қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

- 1) корхона мулкининг даромаднинг умумий суммаси бўйича ҳисобланган умумий рентабеллиги ва уни ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 2) ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларни даромад бўйича ҳисобланган умумий рентабеллиги ва уни ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 3) асосий маблағлар номоддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларининг даромад бўйича ҳисобланган умумий рентабеллиги;

- 4) корхона мулкнинг фойданинг умумий суммаси асосида ҳисобланган рентабеллиги, ҳамда бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 5) корхона мулкнинг соф даромад бўйича ҳисобланган рентабеллиги ва уни ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 6) ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг рентабеллиги ва уни ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 7) асосий маблағлар, номоддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларининг соф даромад бўйича ҳисоблаб чиқилган рентабеллиги ва уни ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 8) корхона мулкнинг соф фойда бўйича ҳисобланган рентабеллиги ҳамда бу кўрсаткичнинг ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 9) ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг соф фойда бўйича бўйича ҳисобланган рентабеллиги ҳамда бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 10) асосий маблағлар, номоддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларининг фойда бўйича ҳисобланган рентабеллиги, ҳамда бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 11) жамғарма, истеъмол социал соҳа фондлари, резерв сармоялари ва дивидендларни тўлашга йўналтирилган фойданинг рентабеллиги ҳамда бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўсиши;
- 12) ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг даромаднинг умумий суммаси асосида ҳисоблаб чиқилган ўзини ўзи қоплаши муддати ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши;
- 13) ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг соф даромад асосида ҳисобланган ўзини ўзи қоплаши муддати ва бу кўрсаткични ўтиш йилга нисбатан ўзгариши;
- 14) асосий маблағлар, номоддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларининг даромадларнинг умумий суммаси асосида ҳисобланган ўзини ўзи қоплаши муддати ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши;
- 15) асосий маблағлар, моддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларни соф даромад асосида ҳисобланган ўзини ўзи қоплаши муддати ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши;
- 16) асосий маблағлар, моддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларни соф фойда асосида ҳисобланган ўзини ўзи қоплаши муддати ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши;
- 17) ишлаб чиқарилган маҳсулотлар (ишлар, хизматлар)нинг 1 сўмига тўғри келувчи ускуналарни сақлаб туриш ва фойдаланиш ва ишлаб чиқариш иншоотларини сақлаб туришга харажатлар ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши.

Санаб ўтилган кўрсаткичлардан кўпчилигини ҳисоблаш услубиёти маълум, қийинчиликлар келтириб чиқариши керак эмас. Аммо боъзи бир кўрсаткичлар бўйича тушунтиришлар бериш керак.

Янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳаларнинг корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини таҳлил қилиш учун санаб ўтилган кўрсаткичларнинг фақат бир қисмидан фойдаланиш тавсия этилади. Масалан, агар инвестициялар турли йўналишдаги характерга эга бўлсалар ва инвестицион лойиҳалар, янглик киритишларни амалга оширишга, ҳамда қарз ва боғлиқ жамиятлар, бошқа ташкилотларга, 12 ойдан кўпроқ муддатда ташкилотларга қарзлар беришга ва бошқа узоқ муддатли киритмаларга йўналтирилсалар, унда бу инвестицияларнинг корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини умумлаштирилган ҳолда баҳолаш учун қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир:

- ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг даромад бўйича ҳисобланган умумий рентабеллиги ва ун ўтган йилга нисбатан ўсиши;

- ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг даромад бўйича ҳисобланган рентабеллиги ва уни ўтган йилга нисбатан ўсиши;

- ўз ичига ишлаб чиқариш захираларини олувчи оборотдан ташқари активларнинг даромад ёки соф даромад бўйича ҳисобланган ўзини ўзи қоплаш муддати ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши.

Ишлаб чиқарилган маҳсулот (ишлар, ҳизматлар) нинг сўмига тўғри келувчи ускуналарни сақлаб туриш ва фойдаланиш ва ишлаб чиқариш иншоатларини сақлаб туришга харажатлар ва бу кўрсаткични ўтган йилга нисбатан ўзгариши.

Агар инвестициялар янгилик киритишлар сармояларни ташкил қилувчи инвестицион лойиҳаларни амалга оширишга йўналтирилсалар, унда бу инвестицияларнинг корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини умумлаштирилган ҳолда баҳолаш учун қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир:

- асосий маблағлар, номоддий активлар ва ишлаб чиқариш захираларининг даромад ва соф даромад асосида ҳисобланган рентабеллиги ва кўрсаткичларни ўтган йилга нисбатан ўсиши;

- ишлаб чиқариш захираларини ўз ичига олувчи аборотдан ташқари активларнинг даромад ва соф даромад асосида ҳисобланган ўзини ўзи қоплаши муддатлари ва бу кўрсаткичларни ўтган йилга нисбатан ўзгариши.

Янгилик киритишлар ва инновацион лойиҳалар инновацион самарадорлигининг корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини таҳлил қилишда харажатларнинг умумий суммаси ва тугалланмаган қурилиш бўйича харажатлар миқдоридан харажатларнинг янгилик киритишлар ва инновацион лойиҳаларни амалга ошириш билан асосланган қисмини чиқариб ташлаш зарур.

Корхона инвестицион фаолияти самарадорлиги қиёсий – таҳлилий кўрсаткичларининг тавсия этилган тизими юқорида баён қилинган услубий ёндашишларни ҳисобга олиш билан қуйидаги масалаларни ечишга имкон беради:

- янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳалар самарадорлигининг умуман корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини белгилаш;
- корхона инвестицион фаолияти самарадорлигини оширишнинг ички резервларини аниқлаш;
- асосий техник – иқтисодий омиллар ва солиққа тортиш тизимининг корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини белгилаш.

Муҳокама учун саволлар:

1. Инновацион менежментнинг моҳиятини тушунтиринг.
2. Шумпетернинг “Ишбилармонлик даври” номли ишида инновация назариясининг асосланиши.
3. Н.А.Кондратьевнинг “Узун тўлқинли” назариясининг моҳиятини тушунтиринг.
4. Инновацион менежментнинг юзага келиши ва ривожланиши.
5. Техникавий-иқтисодий парадигма даврлари.
6. Инновацион менежмент босқичлари.
7. Инновацион жараённинг таркибий босқичлари.

Фойдаланиш учун адабиётлар:

1. Йўлдошев Н.Қ. Инновацион менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2012.
2. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менежмент. Ўқув қўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Махкамова М.А. Организация и управление инновационной деятельностью. – Т.: Иқтисодиёт, 2007.
5. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: “Вузовский учебник”, 2009 г.
6. Маховикова Г. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: “Эксмо”, 2010 г.

Интернет сайтлари

1. www.economy.gov.ru
2. www.uza.uz
3. www.uzland.uz
4. www.stability.uz
5. www.wikipedia.org.

2- Мавзу: Инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари

Дарс шакли бахс-мунозара. Ишнинг мақсади тингловчиларда инновацион менежментнинг функциялари ва усуллари ҳақида тушунча ҳосил қилиш, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Инновацион менежмент мақсадлари
2. Инновацион фаолиятни ташкил этиш
3. Мотивацияни бошқариш
4. Инновацион фаолиятда назоратнинг ўрни

1. Инновацион менежмент мақсадлари

Корхона инновация фаолиятининг мақсади корхона миссияси, фалсафаси, анъаналари ва ташкилотнинг ҳаёт даври билан боғлиқ.

Ҳозирги даврдаги хўжалик юритиш фаолиятининг субъекти – ҳар хил фаолиятларни, шерикларни, мулк шакллари мустақил танлайдиган ва давлат олдида маълум масъулиятни ўз зиммасига олган корхона, корпорация, ташкилотлар, яъни ҳуқуқий шахслар ҳисобланади. Корхона стратегик ва оператив мустақилликка эга бўлиб, маҳсулот ҳажмини, ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар турларини, унинг технологик ва ташкилий таркибини, бозордаги хатти-ҳаракатини аниқлаб олади. Корхонанинг ташқи муҳит таъсири остида вужудга келган стратегик мақсадлар тизими қуйидаги 1.1-расмда акс эттирилган.

Корхонанинг ички эҳтиёжларидан келиб чиққан инновация фаолиятининг мақсади барча ишлаб чиқариш тизимини ривожлантириш асосида ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, илмий, илмий-техникавий, ақлий, иқтисодий салоҳиятнинг самарадорлигини ошириш ҳисобига корхонанинг рақобатда устунлигини таъминлашдан иборат.

Корхонанинг ижтимоий мақсади ишчиларнинг иш ҳақини ошириш, меҳнат шароитини яхшилаш ва ижтимоий ҳимоялашни кучайтиришдан иборат.

Корхона янгиликларни тижорат мақсадида жорий қилгандан сўнг бозорда мустаҳкам ўринга эга бўлиш ва янги бозорларга эга бўлишнинг янги сегментларини кенгайтириш мақсадида маркетинг тадқиқотларини олиб боради.

Инновация менежментини устувор мақсадларига инновация фаолиятини фаоллаштириш ёрдамида ишлаб чиқаришни ихтисослаштириш ва диверсификациялаш имкониятларидан фойдаланган ҳолда бозорларни янги товарлар ва хизматлар билан тўлдириш, корхонанинг ўсиши ва ривожланиши таъминланади.

Корхонанинг тактик мақсади ишланмаларни ишлаб чиқиш жараёнларини классификациялаш, янгиликларни татбиқ этиш ва ўзлаштириш, инвестицияларни шакллантириш ва молиялаштириш қайтадан малака оширишга ўқитиш, ходимларни рағбатлантириш ва мукофотлаш,

ИТТКИ ва янгиликларни илмий базасини, бошқариш усули, воситалари ва кўринишларини такомиллаштиришдан иборат бўлади.



2.1-расм. Корхонанинг инновация менежментидаги ташқи мақсадлари

Корхонанинг структуравий мақсади кичик тизимларнинг: ишлаб чиқариш, ИТТКИ, ходимлар, молия, маркетинг ва менежментларнинг мақсадга мувофиқ ҳолда амал қилишига боғлиқ.

Инновация менежментининг умумий мақсади қуйидаги асосий мезонлар ёрдамида амалга ошади:

- даражасига қараб (стратегик ва тактик);
- муҳит турига қараб (ички ва ташқи);
- мазмунига қараб (иқтисодий, ижтимоий, сиёсий, илмий, техник, ташкилий ва ҳ.к.);
- устуворлигига қараб (устувор, доимий, анъанавий, бир марта бўладиган);
- амал қилиш вақтига қараб (узоқ муддатли, ўрта муддатли, қисқа муддатли);
- амал қилиш таркибига қараб (ишлаб чиқариш, ИТТКИ, ходимлар, молия, маркетинг, менежмент);
- корхонанинг ҳаёт даври босқичлари (вужудга келиши, ўсиш, етуклик, ҳаёт фаолиятини тугатилиши).

Катта корхоналарда “мақсад дарахти” мавжуд. Бунда, мақсадлар иерархияси мавжуд бўлиб, пастдаги бўғинларнинг мақсади юқори бўғинлар мақсадига бўйсунди.

2. Инновацион фаолиятни ташкил этиш

Корхонанинг бошқариш сифатидаги муҳим вазифаси инновацияни ташкилий тузилмасини яратишни ва ривожлантириш стратегиясини, чора – тадбирлар режасини бажариш учун уни ҳар хил ресурслар билан таъминлаш керак. Янгиликни яратишни ноаниқлиги, қийинлиги унинг креатив характери инновация менежментида ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва мувофиқлаштиришни асосий вазифа қилиб қўяди. Ташкил этиш жараёни менежмент таркибини шакллантириш, моддий, энергия, ахборот ва инновация оқимини ижрочилар ўртасида тақсимлашни ўз ичига олади. Бошқариш жараёнининг муҳим қисми масъулиятни, ҳавфни, ваколатларни тақсимлаш ҳисобланади. Бошқариш жараёнини ташкил этиш вазифасига бошқариш жараёнини лойиҳалаш, унификация жараёни чора-тадбирлари, ишлаб чиқишни турларга ажратиш ва андозага тушириш, унинг усулларини ишлаб чиқиш ва ахборотларни менежментнинг кичик тизимлари ўртасида тақсимлаш кабилар киради. Ташкил этишга эса илмий-техника технологик ва ишлаб чиқариш даражасини ошириш кабилар киради. Менежердан инновация жараёни ва ишлаб чиқаришга тўхтовсизлик, ритмик, чиқитларсиз, пропорционал, кетма-кетлик ва параллел тус бериш талаб этилади.

Амалда инновация тизимида менежерларнинг асосий вазифасига ишлаб чиқаришда техникани ташкил этиш даражасини ривожлантириш киради. Ишлаб чиқаришнинг техник-ташкилий даражасининг интеграл кўрсаткичи илмий-техник, ташкилий технологик ва техника кўрсаткичларидан ташкил топади. Ишлаб чиқаришнинг техник-ташкилий даражаси схемаси 2.1-расмда ифодаланган.

Ташкил этиш жараёни ишлаб чиқаришнинг юқори даражасини таъминлаш учун унинг параметрлари ва омилларини мақсадга мувофиқ бўлган нисбатларини таъминлаши лозим. Корхонанинг инновация стратегияси ижтимоий, техник тизими элементлари ўртасида аниқ боғлиқликга таяниши керак. Бу фан сиғими юқори бўлган ишлаб чиқариш корхонасининг рақобатда устун бўлиши ва қабул қилинаётган қарорларнинг самарадорлиги, ишлаб чиқаришнинг эгилувчанлиги, мунтазам ва устувор йўналишлар ривожланганда вужудга келади деган маънони англатади. Бошқариш қарорлари бир вақтнинг ўзида ташкилий тизимларни янгилашга, технологиялар интенсивлигини оширишга, меҳнат унумдорлигини кўпайтиришга йўналтирилганда, янгиликларни ишлаб чиқаришга кетган харажатлар юқори бўлсада, фонд самараси ва ишлаб чиқариш рентабеллиги пасаймайди.

Ташкил этиш жараёни ўзаро алоқаларни вақтида амалга ошириш, ихтисослашувни чуқурлашуви, ишлаб чиқаришда кооперациялашувнинг кучайишини ифодалайди. Амалда менежер инновация тизимида ишлаб чиқариш таркибини ташкил этиш лойиҳасини ишлаб чиқариш, маркетинг бўлинмалари ўртасидаги алоқаларни мувофиқлаштириш, мақсадни амалга ошириш моделини яратиш билан шуғулланади. Аниқ ихтисослашувни танлаш (предметли, деталли, технологик) бўлинмаларнинг ўзаро таъсирини ва инновация корхоналарининг хизматини аниқламасдан амалга ошириб

бўлмайди. Ташкилий лойиҳа корхона фаолиятининг инновацион ҳарактерига мос келиши учун биринчи навбатда корхона таркибини ташкил этиш ва унинг таркибини ўзгартиришни талаб этади. Инновация фирмаларининг ташкилий таркиби кейинги бобларда кўриб чиқилади.

Илмий-техник даражаси	Ташкил этиш даражаси	Технология даражаси	Техника даражаси
● ИТТКИ даражаси	● Ишлаб чиқариш жараёнининг давомийлиги	● Технологик тезкорлик	● Техниканинг унумдорлиги
● Маҳсулотнинг фан сиғими	● Ритмлилиги	● Техник бошқарувчанлик	● Меҳнатни техника ва энергия билан таъминланганлиги
● Маҳсулотни янгилаш	● Ишлаб чиқаришни рационал ташкил этиш (давомийлик, кетма-кетлик, параллеллик)	● Технологиянинг эгилувчанлиги ва мослашувчанлиги	● Механизациялаштириш ва автоматлаштириш даражаси
● Асбоб-ускуналарни янгилаш		● Технологик жиҳатдан хавфсизлик	● Асосий фондларнинг ёши
● Ташкилий-технологик таркибни янгилаш		● Чикитсиз ва экологик хавфсизлик	● Асбоб-ускуналарнинг маънавий эскириши
● Инновация фаолиятининг иктисодий самарадорлиги	● Ишлаб чиқаришнинг даврийлиги		● Асбоб-ускуналар паркиннинг таркиби
	● Ишлаб чиқариш ахлоқи ва маданияти		● Эргономик ўлчамлар

2.1-расм. Ишлаб чиқаришнинг техник–ташкилий даражаси кўрсаткичлари чизмаси

Ташкил этишнинг яна бир муҳим томони бошқариш ва уни бошқалар зиммасига юклашдан иборат. Бошқаришнинг ҳар қандай босқичини бошқарувчиларсиз тасаввур этиш мумкин эмас, чунки улар ёрдамида бошқариш назорат қилинади ва корxonанинг вазифалари бажарилади. Бошқариш ташкилий ва муассасавий асосиз амалга ошмайди. Агарда оддий ҳолда субъект ўзининг мақсади ва эҳтиёжлари асосида фаолият кўрсатса, муассаса даражасида айрим шахслар ва ташкилотларга қарорлар қабул қилиш ва уларни амалиётда қўллаш вазифалари зиммасига юкланади. Бундай ваколат уларга илмий ва ишлаб чиқариш фаолиятини бошқариш имкониятини беради. Илмий-техника фаолиятининг самарадорлиги ва ундан яхши натижаларга эришиш учун фундаментал тадқиқотлар ва ишлаб чиқаришни ўзаро чамбарчас боғламасдан амалга ошириб бўлмайди. Ишлаб чиқариш тизими юқори даражада марказлашганда илмий, ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш юқори даражада концентрациялашади. Бунда

менежерларнинг фаолияти самара бермайди. Инновация фаоллиги натижасида менежерлар нафақат корпорациялар, балки корхоналар таркибий шаклини, бўлинмалар (расмий ва норасмий) ўртасидаги ўзаро таъсир этишини ҳам ўзгартириш керак бўлади.

Инновациялар кўпқиррали, ҳар хил, кўп меҳнат талаб этадиган бўлиб бошқаришнинг қуйи ва юқори босқичларига марказдан ва жойларда бошқариш нисбатларини тўғри белгилаган ҳолда ваколатларни тақсимлашни талаб этади. Йирик корпорацияларнинг замонавий ривожланиш тенденцияларидан бири унинг ҳар хил бирлашган фойда олиш марказларига айланиши ҳисобланади. Номарказланишни кенгайтириб бориши билан инновация фаолиятининг муваффақиятли амалга ошириши учун уларнинг бўлинганлигига жарима тўлаш керак бўлади. Бу интеграциялашув механизмининг такомиллашуви ва бўлинмаларнинг жипслашувида намоён бўлади. Марказлашув ва номарказлашувнинг мақсадга мувофиқ бўлган нисбати юқори бўғиндаги менежерларни қуйи бўғиндаги бўлинмалардаги вазибаларни (ихтисослиги доирасида) зиммасига юклашда ифодаланади. Кичик бўлинмалар маҳсулот турлари, баҳоси, товар етказиб берувчилар, ишлаб чиқариш ва капитал қўйилмалар ҳажмини ўзлари белгилайдилар. Юқори бўғин менежерлари ваколат доирасининг қисқариб бориши режалаштириш стратегияси ва башорат қилиш (прогноزلаш)га катта эркинлик беради. Ваколатларни юклаш, қарорларни қабул қилиш жараёнини тезлаштиради, оддий ишчининг масъулияти ва манфаатдорлигини кучайтиради. Ваколатларни бундай тақсимлашда инновация фаолияти учун зарур бўлган қарорларнинг мослашувчанлиги, ҳаракати, мақсадга мувофиқ эканлик даражаси кучаяди.

Мақсадга мувофиқ бўлган ваколатга дивизионал ташкилий тузилма, ҳамда лойиҳа гуруҳлари ва ички венчурлар мос келади. Ваколатларни юклаш самарали коммуникацияни талаб этади.

Инновацион менежментда коммуникациялар жараёни

Инновация менежментда коммуникациялар жараёни инновация фаолиятининг хусусияти менежментнинг коммуникация турлари ва шаклларига катта эътибор беришни талаб этади. Инновациянинг ўзгариш жараёни, тадбиркорликни ўта хавфлилиги, қарорларни муқобили мавжуд эканлиги, унинг турли-туман қўринишларга эга эканлиги янгиликларни яратиш жараёнида коммуникациялаш турли шаклда ва табақалашган ҳолда бўлишини талаб этади. Инновация менежментда коммуникацияни амалга оширишга, фойдаланаётган жойига, усули ва шаклига қараб туркумларга ажратилади. Шундай қилиб, коммуникация инновация менежментининг барча соҳаларида фойдаланилади. Коммуникация усуллари расмий ва норасмий характерга эга. Инновация фаолиятининг креатив элементи самарали бўлган норасмий коммуникация турларидан (ижодий кечалар, анжуманлар, симпозиумлар, хусусий ишбилармонлар учрашуви ва ҳ.к.) фойдаланишни тақозо этади. Мазмунли коммуникация энг кўп тарқалган бўлиб, у ахборотларнинг тўлиқлиги, аниқлиги ва илмий тадқиқотларнинг

сифати билан боғлиқ шакл ҳисобланади. Суд ишларини юргизиш коммуникацияси харажатларини назорат қилиш, тартибни текшириш, янгиликларни жорий этиш вақтини белгилаш ва бошқалар расмий усулларни қўллашни талаб этади. Мазмунли коммуникация ўзаро таъсир этишининг норасмий шаклида юқори самара беради. Инновация менежментида ташқи муҳит билан боғлиқ бўлган (товар етказиб берувчилар, шериклар, буюртмачилар, истеъмолчилар, давлат органлари ва институтлари, сиёсий таркиблар, ижтимоий ташкилотлар) коммуникация катта аҳамиятга эга. Коммуникациянинг самарадорлиги ахборотларни узатиш жараёнини ташкил этиш ва ундан мақсадга мувофиқ ҳолда фойдаланишга боғлиқ. Инновация фаолиятининг келажаги эса коммуникация тармоқларнинг кенгайиши ва информация каналларини мақсадга мувофиқ бўлган ҳолда ташкил этишга боғлиқ. Инновация менежментида коммуникация турлари 2.1-расмда кўрсатилган.

Анъанавий ташкилотларда коммуникация бир томонлама жараён сифатида қаралади. Ҳозирги даврда коммуникация назарияси ўзаро бир-бирига боғлиқ бўлган фаолият деб белгиланган. Масалан, ижтимоий коммуникация ташкилот раҳбарининг фавқулотдаги коммуникацияси, кичик гуруҳлар ўртасидаги шахслараро ва шахсий ҳолатларни ўрганиш коммуникацияси асосида ижтимоий психология усуллари ётади.

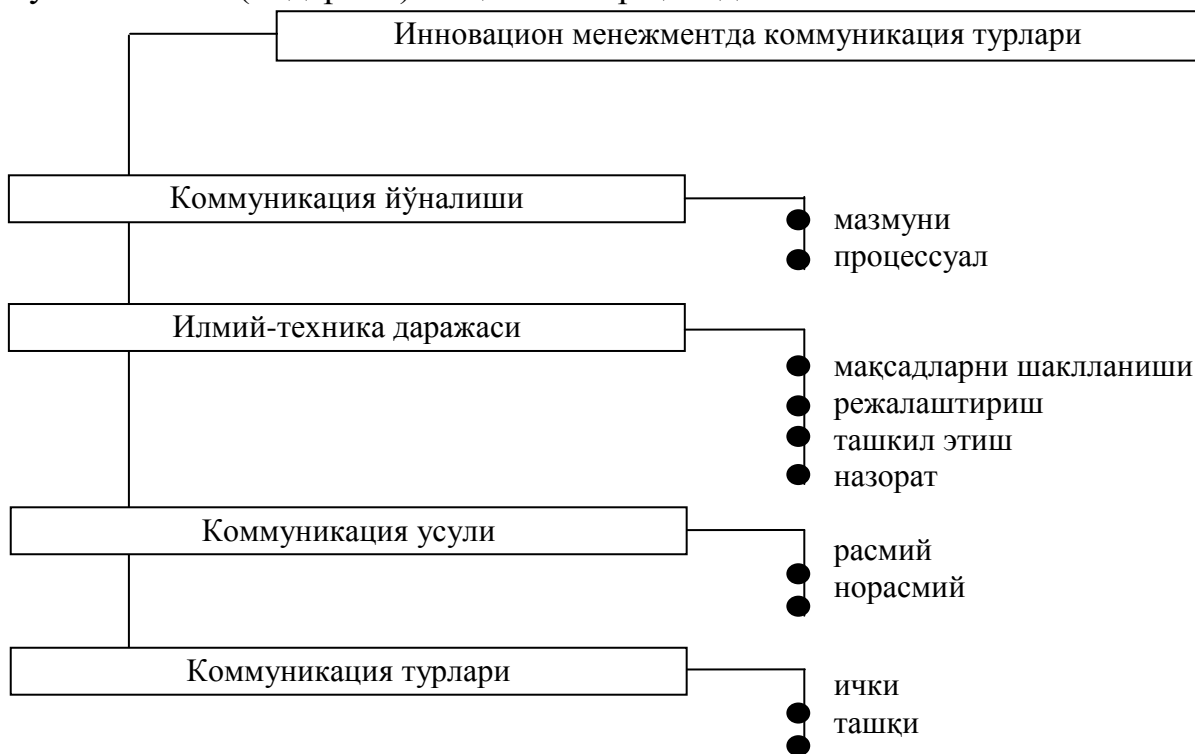
Шахс ҳолати коммуникацияси шахсларнинг ички кечинмаларини боғлаш воситаси сифатида вужудга келади. Айниқса бу жараён инсон жараёнида онгли ёки сезги ёрдамида образ, фикр, ғояларда муҳим аҳамиятга эга бўлади. Ташқи муҳит таъсирида вужудга келган ҳолатлар, кечинмалар, сигнал ёрдамида етиб келади, ақлий хулосалар мия орқали таҳлил этилади ва у ахборотга айланади ва амалий фаолиятда қўлланилади. Ахборотлар оқими алоҳида элементларнинг йиғиндиси бўлиб, инсоннинг онги ва сезгиларининг мураккаб тизимида вужудга келади. Шахслараро коммуникация энг кўп тарқалган ва самарали бўлган алоқалар ҳисобланади. Бунда шахслар ахборот манбаи ва ахборот олувчилар ҳисобланади. Кўплаб тўғри ва тескари алоқалардан иборат бўлган шахслараро коммуникация ўзаро алоқаларнинг интенсив шакли ҳисобланади. У ахборотларни энг кўп тўпланадиган оқими бўлиб, унда ахборотлар жуда кам йўқолади. Коммуникациянинг бу тури амалий илмий тадқиқотлар ва ишланмалар учун аҳамияти катта. Кичик гуруҳлардаги коммуникациялар инновация фаолиятида жараёнларни бошқаришнинг асосини ташкил этади. Улар тажриба-конструкторлик ишларида янгиликларни ишлаб чиқишга татбиқ этиш ва ўзлаштиришда муҳим роль ўйнайди. Кичик гуруҳлар одатда 7-11 кишидан иборат бўлиб, унда ахборотларни тарқатиш учун кўплаб каналлар мавжуд бўлади.

Индивидлар томонидан қабул қилинаётган ва олинаётган ахборотлар мантиқий, физиологик, психологик, социал фаолиятли ва бошқача кўринишларда бўлиши мумкин.

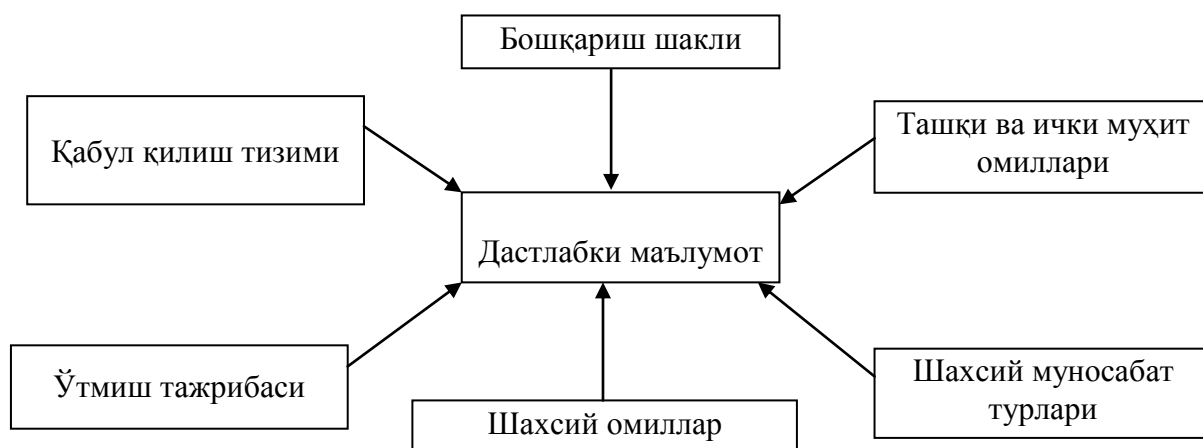
Ҳар қандай ахборот озгина субъектив характерга эга бўлганлиги ва у ишчи томонидан унинг қарашлари, манфаатлари, ўтмишдаги тажрибасига

қараб баҳоланганлиги туфайли ахборотлар “тозаланади”, маълум бир тизимга туширилади ва мақсадга мувофиқ бўлган фаолиятда қўлланилади.

Шундай қилиб, ахборотларга ташкилотнинг ташқи муҳит омиллари (кичик гуруҳнинг микро муҳити, ишчининг шахсий омиллари, ўтмишидаги тажрибаси, унинг қабул қилиш тизими ва унинг маълум хулқ-атворга бўйсунishi, бошқариш услуби бошқарув гуруҳидаги расмий ва норасмий йўлбошчилик (лидерлик) ва ҳ.к. таъсир қилади.



2.1-расм. Иновацион менежментда коммуникация турлари



2.2-расм. Кичик гуруҳларда дастлабки ахборотларни вужудга келиш жараёни

3. Мотивацияни бошқариш

Мотивацияни бошқариш – корхона мақсадига эришиш ва унинг қарорларини ечимини топиш ниятида ишчига таъсир ўтказиш. Бу жараёнда муваффақиятли бошқаришда менежер ишчининг ишлаши учун керак бўлган ҳулқ-атворини аниқлаб олиш мақсадида мотивларини белгилаб олади. Мотивация назарияси ва уни қўллаш Абраҳам Маслоу ва Фредерик Герцбергларнинг XX аср бошида ёзилган ишларида баён этилган бўлсада, шу кунда ҳам ўзининг аҳамиятини йўқотган эмас.

Ҳозирги даврдаги мотивация назарияси кўпгина ўқув дарсликларида кўриб чиқилган бўлиб, у рағбатлантириш, мукофотлаш ва фирмада соғлом микро муҳитни яратишда хизмат қилади. Мазмунли мотивация назарияси асосида А.Маслоунинг эҳтиёжлар пирамидаси туради. Суд ишларини олиб боришнинг мотивация назарияси қадриятлар тизими, мукофотлаш тизими, исталган натижаларни кутиш тизимлари кабилар билан боғлиқ бўлган муҳим қирраларни аниқлаб беради.

Инновация фаолиятида суд ишларини олиб боришнинг мотивация назариясини кенг қўллаш лозим. Агарда А.Маслоу эҳтиёжларни қондириш билан ишчини мукофотлаш ва унинг ҳулқ-атвори ўртасида бевосита боғлиқликни кўрган бўлса, суд ишларини олиб боришнинг мотивация назариясида кутилаётган натижага қараб ишчи меҳнатини ифодалайди. Инновация соҳасидаги ишчининг юқори малакаси, шахснинг мураккаб эканлиги, ишга рағбатлантиришнинг ва мотивларнинг ҳар-хиллиги, унинг чизиксиз боғлиқликга эга бўлган адолатли мукофотлаш эҳтимоллиги жараёнига бўлган муносабатини тушунтириб беради.

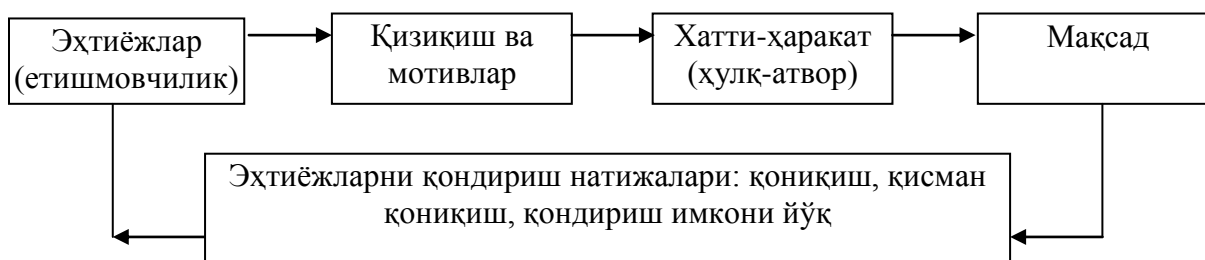
Замонавий кутиш назарияси меҳнат сарфлари ва кутилаётган натижалар ўртасидаги чизиксиз боғланишни ифодалайди. Гап, нафақат кутилаётган мукофотлаш эҳтимоллигининг қадрлилиги характерида эмас, балки ишчилар томонидан интеллектуал меҳнатни мукофотлашни баҳолашда субъектив ҳолатнинг ошиб бориши ҳақида кетади. Инновация фаолиятида юқори даражадаги эҳтиёжларнинг мавжудлиги бошқариш амалиётида кутиш назариясини зарур эканлигини кўрсатади.

Кутиш назариясидан қуйидаги муҳим хулосалар келиб чиқади:

Биринчидан: харажатлар ва кутилаётган натижалар ўртасида боғлиқлик мавжуд бўлмаганда, мотивация пасаяди;

Иккинчидан: мукофотлаш бевосита ишлаб чиқариш натижалари билан боғлиқ бўлган мураккаб кутиш тизими эканлигини ишчилар тушуниб олиши талаб этилади.

Масалан, бир ишчи мукофот сифатида мансаб поғонасига кўтарилишини кутса, иккинчиси, катта миқдордаги моддий мукофотни кутади, учинчиси, нафақат прагматик имтиёзларни, балки ижтимоий психологик ахлоқий нуқтаи назардан ниманидир кутади. (Масалан, мақтов ёрлиқлари, жамият томонидан тан олинган ижтимоий ҳурмат белгилари ва ҳ.к.). Мукофотлашни субъектив қабул қилиш меҳнат фаолиятини мотивлаштиришни сусайтиради.



3.1-расм. Маслоунинг эҳтиёжлар асосида яратган мотивация модели

Кутиш назариясида мотивацияни белгилайдиган учинчи ҳолат – ишчиларнинг ҳар хил гуруҳларини мукофотлашнинг кадрлигининг нисбий эканлиги. Инновация фаолиятида нафақат меҳнат натижалари, балки мукофотнинг кадри ҳам ҳисобга олинади.

Мувофиқлаштириш. Мувофиқлаштириш – менежментнинг катта иерархия тизими бўлган корxonанинг кичик тизимларининг барча элементлари ўртасидаги ўзаро келишилган алоқаларни ташкил этишга йўналтирилган асосий вазифаси ҳисобланади. Катта ва мураккаб тизимни мувофиқлаштириш жараёни муҳим аҳамиятга эга бўлиб, уни амалга ошириш жуда қийин. Ноаниқлик ва кўп вариантли ёндашиш дастлабки ахборотларнинг етишмаслиги шароитида инновация фаолиятини мувофиқлаштиришнинг ўзига хос хусусиятга эга эканлиги ва мураккаблигини кўрсатади. Мувофиқлаштиришнинг мураккаб эҳтимоллик тизимини математик вазифаларни мақсадга мувофиқлаштиришда кўпбосқичли жараёнга тенглаштириш лозим. Аралаш катта илмий-техникавий ва ижтимоий-иқтисодий тизим бўлган инновация фаолиятини мақсадга мувофиқлаштириш дискрет стохастик кўп босқичли жараёнларни мувофиқлаштиришга тақалади. Натижада тизим ва кичик тизим элементларининг бир-бирига таъсири ва алоқадорлигини мақсадга мувофиқлаштириш билан бошқариш қарорларини алгоритми ишлаб чиқилади. Мувофиқлаштиришни амалга оширишда объектни, у инсон фаолияти бўлсин ёки технологик жараён бўлсин чуқур ўрганиш талаб этилади.

Мувофиқлаштириш жараёни шунинг учун фаолият юритиш объектига қўйилган талабларни аниқлаб олишни талаб этади. Мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизимларни мувофиқлаштириш қарама-қарши тенденцияга эга: бир томондан тизимни баъзи бир томонлари (параметрлари) учун эркин танлаш имкониятини бериш керак, иккинчи томондан тизимнинг дастлабки ҳолатини талаб этилаётган натижага ўзгартириш учун бошқариш ёрдамида таъсир этиш йўллари топиш лозим. Натижада, мақсадга эришиш йўлларига қўшимча талаблар қўйилади. Мувофиқлаштириш жараёни мақсадга мувофиқликнинг ҳар хил кўрсаткичлари билан тавсифланади, шунинг учун кейинги фаолиятни таҳлилида, режалаштиришда, башорат қилишда уни ҳисобга олиш керак. Бу кўп босқичли жараён. Шунинг учун мувофиқлаштириш горизонтал жойлашган бир тизим доирасида (масалан, бўлинмалар ишини мувофиқлаштириш) ёки оддийдан мураккабга

кўтариладиган вертикал ҳолда амалга ошади. Мувофиқлаштириш тизимида параметрларни тақсимлаш характери ва ўзгарувчанларнинг боғлиқлик шакли муҳим аҳамият касб этади.

Босқичма-босқич мувофиқлаштириш маълум чегарага эга бўлиши керак. (Масалан, ИТТКИ бўлинмаларини дастлабки мувофиқлаштириш босқичида меҳнат унумдорлиги ва янгиликлардан фойда олишни максимал даражада белгиламаслик керак). Бу босқичда қўйилаётган талаблар чекланган ҳисобланмайди. Илмий бўлинмаларнинг мақсадга мувофиқ бўлган ўзаро муносабатларининг юқори истеъмол хусусиятлари кўрсаткичи – янгиликларни ишлаб чиқиш. Лойиҳалаштириш, янгиликларни ўзлаштириш, ишлаб чиқаришни технологик жиҳатдан тайёрлаш жараёнларини ўзаро таъсирини мувофиқлаштириш босқичида “ҳаражатлар–сифат” ўртасидаги нисбат ёрдамида чеклаш амалга оширилади.

Ишлаб чиқариш бўлинмаларини (асосий, ёрдамчи, хизмат кўрсатиш) мувофиқлаштиришни мақсадга мувофиқ бўлган мезони даромадларни ва фойдани кўпайтиришга сабаб бўлмаслиги мумкин. Бунда мувофиқлаштириш маҳсулотнинг материал сифими, энергия сифимини пасайтириш, меҳнат унумдорлигини ошириш ва асосий мезон бўлган ишлаб чиқариш харжатларини камайтиришга қаратилади: бозорни фаол ўзлаштириш, корхонани интенсив ривожлантириш ва ҳ.к. Бу корхонанинг мураккаб кичик тизимларида бошқариш вазифаларини мувофиқлаштириш, марказлашиш ва номарказлашув жараёнлари ўртасида расмий ва норасмий ташкилотлар ўртасида бошқаришнинг маъмурий ва иқтисодий-психологик ҳолатлар ўртасида мақсадга мувофиқ бўлган нисбатларни ўрнатиш ёрдамида амалга ошади.

Инновация менежментида назорат қилиш. Назорат – инновация менежментининг муҳим вазифаси бўлиб, у ҳисобга олиш, корхона иши натижаларини сони ва сифатини баҳолашни билдиради. У тесқари боғлиқликни ифодаладиган тизим бўлиб, унинг мақсади корхона олдида қўйган мақсадга эришишни таъминлашдан иборат. Назорат – стандартларни ўрнатиш уларни солиштириш, тизимга киришни таҳлил этиш натижаларни норматив базадаги маълумотлар билан таққослаш, уларни белгиланган миқдордан у ёки бу ёққа сурилишини аниқлаш ва охирида натижаларни ўлчашни амалга оширадиган тадбирлар тизими ҳисобланади.

4. Инновацион фаолиятда назоратнинг ўрни

Узоқ муддатли ҳаёт даврига эга бўлган оммавий равишда маҳсулот ишлаб чиқарадиган корхоналарда саралаш ва операциялар назорати амалга оширилади. Юқори технология асосида тайёрланган буюмлар, ҳамда тубдан янги бўлган маҳсулотлар, техника ва материаллар умумий назоратдан ўтади.

Назорат тесқари боғлиқликни ифодалайди, яъни чиқишдаги натижалар миқдори ҳисобланади ва киришдаги параметрларни баҳолаш билан бири-бирига солиштирилади. Бунда, ташқи ва ички муҳит омилларининг таъсири ҳам ҳисобга олинади. Масалан, янгиликни амалга ошириш натижасида

олинган фойда режадагидан кам бўлганда, бунинг сабаби қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

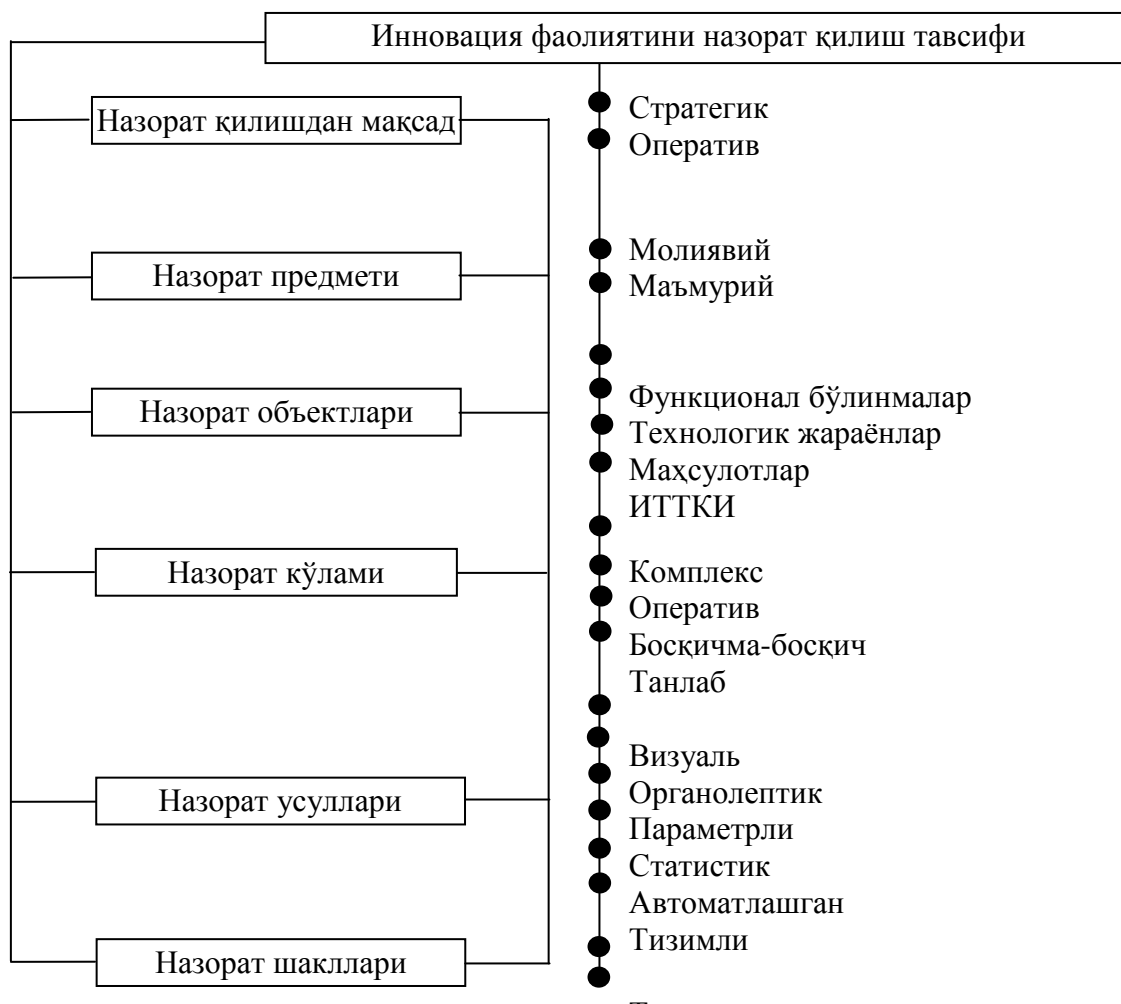
а) бозорни етарли даражада ўрганилмаганлиги ва нотўғри маркетинг тадбирлари олиб борилганлиги сабабли сотиш ҳажми кам бўлган;

б) сифатсиз хом ашё олиб келинганда, янги маҳсулотнинг истеъмол қиймати пасайганда, ишлаб чиқариш вақти чўзилган, технологик назорат бўлинмаларининг ишида хатоликлар кузатилган ва ҳ.к.;

в) нормативда белгиланган харажатлар миқдори ошиши натижасида янги маҳсулот таннархи юқори бўлган ва ҳ.к.

Корхонада янгиликларни ишлаб чиқаришни назорат қилишни такомиллаштириш учун қуйидаги тартибларни амалга ошириш керак:

- назорат қилиш тартибини ташкил этишни амалга ошириш;
- ижро органлари ва хизмат кўрсатишни тузиш;
- малакали кадрларни тайёрлаш;
- назорат қилиш шакллари ва таҳлил қилиш усуллари ишлаб чиқиш;
- норматив, методологик ва ахборот базаларини кенгайтириш.



4.1-расм. Инновация фаолиятида назорат қилиш турлари ва уларнинг тавсифи

Инновация фаолятида қўлланиладиган назоратлар мақсадига, кўламига, шаклига, предмети, объекти ва назорат қилиш усуллари ва ҳоказоларига қараб бўлинади. Инновация фаолятини назорат қилиш турлари 4.1-расмда ифодаланган. Улар мақсадга қараб назорат, стратегик ва оператив бўлади.

Инновация менежментида анъанавий менежментга нисбатан бошқариш усуллари ва таркибий тузилиши тубдан ўзгаради: унда таҳлил ва башорат қилишга, микдорий моделлаштириш усулига, ижтимоий-психологик таъсир этиш турларига эътибор берилади, иқтисодий ва эвристик ёндашув усуллари мазмуни бойитилади, маъмурий воситалардан фойдаланиш доираси торайиб боради.

Инновация менежментида ишлаб чиқаришни бошқариш вазифалари тизими 4.2-расмда берилган.

Режалаштириш – бу инновация менежментининг махсус функцияси бўлиб, у ташқи ва ички муҳит омилларини таҳлилидан, ташкилот фаолятини башорат қилиш ва унинг стратегиясини реализация қилиш ва кўйилган мақсадга эришиш тадбирларидан ташкил топган бошқариш тизими ҳисобланади.

Инновация фаолятини ташкил этиш. Ташкилотнинг бошқариш функцияси сифатидаги асосий вазифаси – инновацияни татбиқ этиш, уни ресурслар билан таъминлаш, корхонани ривожлантириш стратегиясини амалга ошириш ва тадбир режаларини бажариш учун ташкилий тузилмаларни яратишдан иборат.



4.2-расм. Инновация фаолятини бошқариш вазифалари тизими

Бошқариш фаолиятининг турларига кўра, функциялар куйидагича бўлади:

◆ **бошқаришнинг иқтисодий функциялари, яъни:**

- маблағларнинг доиравий оборотини амалга ошириш;
- маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш;
- маркетинг хизматини уюштириш;
- фойда олишни таъминлаш ва ҳ.к.

◆ **бошқаришнинг ижтимоий функциялари, яъни:**

- меҳнат шароитини яхшилаш;
- ходимларнинг уй-жойга эҳтиёжини, социал маданий-маънавий эҳтиёжларни қондириш;
- моддий рағбатлантиришни таъминлаш;
- ижтимоий ҳимояни таъминлаш ва ҳ.к.

◆ **бошқаришнинг маънавий-маърифий функциялари, яъни:**

- ходимларни инсонийлик, яхшилик, меҳр-шафқатли ва ўзаро муносабатларда сабр-тоқатли бўлиш руҳида тарбиялаш;
- ходимларни Ватанга муҳаббат, инсонпарварлик руҳида тарбиялаш, ҳалолликни, адолат туйғусини, билим ва маърифатга интилишни тарбиялашга хизмат қилиш ва ҳ.к.

◆ **бошқаришнинг ташкилий функциялари, яъни:**

- ишлаб чиқаришни ташкил қилиш;
- ўзаро алоқаларни ўрнатиш ва мувофиқлаштириш;
- барча бўғин ва бўлимлар ўртасида вазифалар тақсимооти, ҳуқуқ бериш ва бошқариш аппарати ходимлари ўртасида масъулиятларни белгилаш;
- **бошқаришнинг аниқ услубини танлаш ва қарор қабул қилишда** иш тартиби изчиллиги, ахборотлар оқимини ташкил қилиш ва ҳ.к.

Қайд қилинган функциялар бир-бири билан боғлиқ ва маълум даражада тартибга солинган кўп унсурлардан, компонентлардан иборат бўлиб, улар яхлитликка эга. Шунинг учун ҳам таълим тизимини ҳам бошқариш жараёнида уларнинг бирортаси ҳам эътибордан четда қолмаслиги лозим.

Назорат саволлари:

1. Инновацион менежмент мақсадлари?
2. Инновацион фаолиятни ташкил этиш деганда нимани тушунасиш?
3. Мотивацияни бошқаришнинг моҳияти нимада?
4. Инновацион фаолиятда назоратнинг ўрни.
5. Бошқаришнинг иқтисодий функцияларини айтиш.
6. Бошқаришнинг ижтимоий функциялари?
7. Бошқаришнинг ташкилий функциялари?

Фойдаланиш учун адабиётлар:

1. Йўлдошев Н.Қ. Инновацион менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2012.
2. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менежмент. Ўқув қўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: “Вузовский учебник”, 2009 г.
5. Маховикова Г. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: “Эксмо”, 2010 г.

Интернет сайтлари

6. www.economy.gov.ru
7. www.uza.uz
8. www.uzland.uz
9. www.stability.uz
10. www.wikipedia.org

3-мавзу. Монополияга қарши бошқарув

Дарс шакли бахс-мунозара. Ишнинг мақсади тингловчиларда монополияга қарши бошқарувнинг моҳияти, иқтисодиёт ва унинг шаклланиши ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти
2. Монопол рақобат бозори
3. Олигополия
4. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун

1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти.

Соф монополия вужудга келишига таъсир қилувчи омиллардан бири бу - тармоққа кириш тўсиқларининг кучлилигидир. Тармоқга кириш тўсиқларидан қуйидагиларни кўрсатиш мумкин.

1. Давлат томонидан берилган махсус ҳуқуқ. Масалан маҳаллий ҳокимиятларда аҳолига транспорт хизмати кўрсатиш, почта хизмати кўрсатиш, коммунал хизмати кўрсатиш ва алоқа хизмати кўрсатиш бўйича монопол ҳуқуқлар бериб, расмий тўсиқлар яратади.
2. Патентлар ва муаллифлик ҳуқуқи, янги технология яратганлар учун патент ва муаллифлик ҳуқуқи берилиши, уларга ушбу янгиликни сотишда, ундан фойдаланиш учун лицензия беришда монопол ҳуқуқ берилади. Лекин бундай ҳуқуқ маълум муддатгача кучга эга бўлади. АҚШ да патент қонунига кўра ихтирочи ўз ихтиросига 17 йил эгалик қилади.
3. Бирор бир ишлаб чиқариш ресурси таклифига эгалик қилиш. Масалан, Американинг «Де Бирс» компанияси жаҳонда сотиладиган, қайта

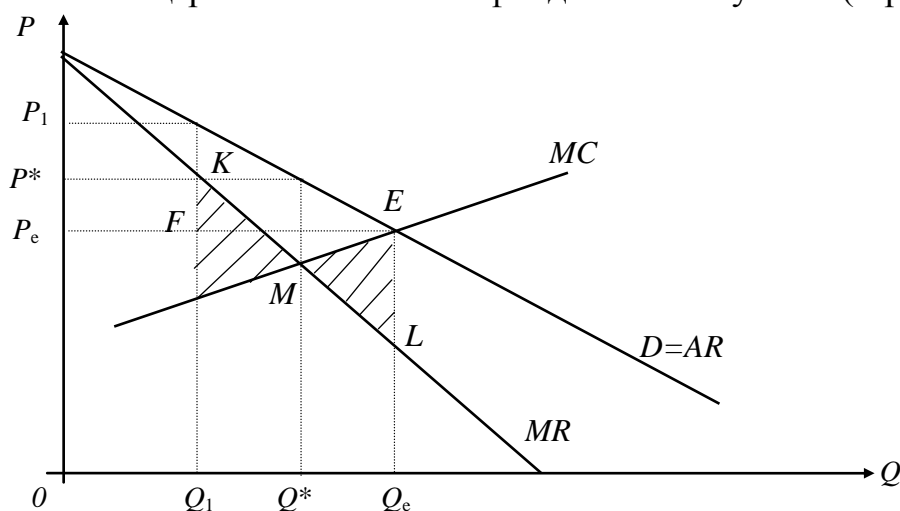
ишланмаган олмоснинг 85 фоизини назорат қилгани учун, олмос бозорида монопол ҳокимиятга эга. Юқоридагилардан ташқари инсоннинг ноёб қобилияти ва билими ҳам манополияни вужудга келтиради.

Монополист маҳсулотига талаб. Рақобатлашган бозорда фирма максимал фойда олади, агар у чекли даромад чекли харажатга тенг ҳолатни таъминлайдиган ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарса, $MR = MC$.

Бундай маҳсулот ҳажми оптимал бўлади. Монополист ҳам шу оптимал ишлаб чиқариш шартига амал қилиши керак бўлади. Соф монополист товарига бўлган талаб ҳам бозор талаби ҳисобланади. Монополист ўз товари нархини оширса унга талаб камаяди ва аксинча, монополист товар нархини туширса унга талаб ортади. Худди шундай соф монополист таклифи ҳам бозор таклифи ҳисобланади. Масалан товар ишлаб чиқаришнинг ўзгарувчан харажатлари ошса, монополист максимал фойда олиш учун товар ҳажмини қисқартиради. Таклиф ҳажмининг қисқариши ва харидорлар ўртасида рақобатнинг мавжудлиги товар нархини оширади.

Талаб чизигининг эластик бўлган қисмида ($E_p > 1$) нархнинг пасайиши умумий даромадни ўсишига олиб келади ($MR > 0$), эластиклик бирга тенг бўлганда ($E_p = 1$) умумий даромад максимумга эришади ($MR = 0$), эластик бўлмаган қисмида нархнинг пасайиши умумий даромадни пасайишига олиб келади ($MR < 0$). Шунини тушунган монополист талаб чизигининг эластик бўлмаган қисмида ҳаракат қилмайди.

Биз кўрсатамиз монополист ҳам рақобатлашган бозордаги фирма каби чекли ҳаракат билан чекли даромадни тенглигини таъминлайдиган ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарсагина максимал фойда олиши мумкин (1-расм)..



3.1- расм. $MC = MR$ бўлганда фойдани максималлаштириш графиги.

Графикдан кўришиб турибдики, ишлаб чиқариш ҳажми Q^* га тенг бўлганда чекли харажат чекли даромадга тенг бўлади. Талаб чизигидан фойдаланиб маҳсулот ҳажми Q^* га мос бўлган бир бирлик маҳсулотнинг монопол нархи P^* ни аниқлаймиз. Ушбу Q^* га тенг бўлган маҳсулот ҳажмида фойда максимал бўлишини кўрсатамиз. Маълумки, рақобатлашган бозорда

мувозанатлик E нуктада эришилади. Графикда E нукта мувозанат нукта ва унга мос келадиган ишлаб чиқариш ҳажми Q_e ва нарх P_e .

Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми Q^* фойдани максимал қиладиган ҳажм эканлигини математик нуктаи назардан ҳам кўрсатиш мумкин. Умумий фойдани π билан белгиласак

$$\pi(Q) = R(Q) - C(Q),$$

ва бу муносабатдан Q бўйича ҳосила олиб, уни нолга тенглаштириб ечамиз:

$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dR}{dQ} - \frac{dC}{dQ} = 0.$$

Бу ерда $\frac{dR}{dQ} = MR$ ва $\frac{dC}{dQ} = MC$ бўлгани учун ҳам фойдани максималлаштириш шарти $MR - MC = 0$ ёки $MR = MC$ бўлади.

Мисол 1. Қуйидаги кўринишдаги харажатлар функцияси берилган бўлсин

$$C(Q) = 80 + Q^2,$$

ўзгармас харажат $FC = 80$ сўм, ўртача харажат $AC = \frac{80}{Q} + Q$ бўлади.

Талаб функцияси қуйидагича берилган бўлсин:

$$Q = 60 - P(Q) \text{ ёки } P(Q) = 60 - Q.$$

У ҳолда даромад $R(Q)$: $R(Q) = Q \cdot P(Q) = 60 \cdot Q - Q^2$ кўринишда аниқланади.

Чекли даромад

$$MR = \frac{dR}{dQ} = 60 - 2 \cdot Q.$$

Чекли харажат

$$\frac{dC}{dQ} = MC = 2 \cdot Q.$$

Максималлик шартига кўра $MC = MR$ дан $2 \cdot Q = 60 - 2 \cdot Q$ бу тенгликдан аниқлаш мумкинки, $Q^* = 15$ бўлганда фойда максимал миқдорга эга бўлади. Маҳсулот нархи $Q^* = 15$ да $P = 45$ сўмга тенг. Умумий фойда

$$\pi(Q^*) = R(Q^*) - C(Q^*) = P \cdot Q^* - C(Q^*) = 45 \cdot 15 - 305 = 370 \text{ сўм.}$$

Фараз қилайлик, монополист $Q^* = 15$ бирлик маҳсулот ўрнига $Q = 16$ бирлик ишлаб чиқарди дейлик. Ҳисоб-китоблар натижасида қуйидагиларни аниқлаймиз.

$$C = 80 + Q^2 = 80 + 256 = 336,$$

$$P = 44,$$

$$R = 44 \cdot 16 = 704,$$

$$\text{Фойда } \pi(16) = 704 - 336 = 368 \text{ сўм.}$$

Демак, монополист маҳсулот ҳажмини максимал фойда берадиган ҳажм 15 бирликдан оширса, яъни 16 бирлик ишлаб чиқарса унинг фойдаси 2 сўмга камаяди. Худди шундай монополист ишлаб чиқариш ҳажмини 15 бирликдан 14 бирликка камайтирса, нарх кўтарилиб 46 сўм бўлади ва

умумий фойда 370 сўмдан 368 сўмга камаяди. Демак, бундай ҳолни тушунган монополист маҳсулот ишлаб чиқаришда бу қоидага амал қилади.

Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи. Биз кўрдикки, монопол бозорда нарх чекли даромаддан юқори бўлади ($P > MR$).

Чекли даромад MR ни қуйидагича ўзгартириб ёзамиз:

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = \frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}. \quad (1)$$

$\frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}$ - бу қўшимча бир birlik маҳсулот ишлаб чиқариш натижасида олинган қўшимча даромад бўлиб, у икки хусусиятга эга. (1)- тенгликни қуйидагича ёзиш мумкин:

$$MR = \frac{\Delta P \cdot Q}{\Delta Q} + \frac{P \cdot \Delta Q}{\Delta Q} = Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} + P. \quad (2)$$

1) Бир birlik қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариб ($\Delta Q = 1$), уни P нархда сотганимизда $P \cdot (1) = P$ нархга тенг бўлган даромад оламиз ($Q > 0$);

2) Монопол фирма маҳсулотига бўлган талаб чизиғи пастга ётиқ бўлгани учун қўшимча бир birlik маҳсулот ишлаб чиқариб, уни сотилиши, нархни кичик миқдорга камайтиради ($\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - қўшимча birlik маҳсулот ишлаб чиқариб сотиш натижасида нарх қанча миқдорга камайтишини кўрсатади) ва бу барча сотилган маҳсулотдан тушган даромадни камайтиради (яъни $Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - даромаднинг ўзгариши).

Демак,

$$MR = P + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \quad (3)$$

ва бу ерда $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ талаб чизиғи манфий ётиқликка эга бўлгани учун чекли даромад нарх P дан кичик бўлиши керак (нима учун деганда $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ манфий).

Энди чекли даромад билан талаб чизиғи ётиқлиги ўртасидаги боғлиқликни чекли даромад билан нархга кўра талаб эластиклиги коэффициенти ўртасидаги боғлиқликка айлантирамиз. Маълумки, талабнинг нархга кўра эластиклик коэффициенти

$$E_p^D = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

бундан

$$\frac{\Delta P}{\Delta Q} = \frac{P}{Q \cdot E_p^D},$$

бу муносабатни чекли даромад тенгламаси (3) га қўйсак қуйидагини оламиз

$$MR = P + Q \cdot \frac{P}{Q \cdot E_p^D} = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D},$$

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D}. \quad (4)$$

(4)- тенглама чекли даромадни ҳар қандай ишлаб чиқариш ҳажмида товар нархидан ва талабнинг нархга кўра эластиклигидан боғлиқ эканлигини кўрсатади. Иккинчидан, $MR < P$ эканлигини ҳам кўрсатади.

Фирманинг мақсади фойдани максималлаштириш бўлгани учун биз чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб ёзамиз:

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D} = MC,$$

ёки

$$\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_p^D}. \quad (5)$$

Ушбу формула монопол нарх белгилашда «Бош бармоқ» қонидаси номи билан юритилади (эсдан чиқармаслик керак $E < 0$, демак (5)-ифоданинг ўнг томони ҳар доим мусбат). (5)-тенгламанинг чап томонидаги ифода $\frac{P - MC}{P}$

нархнинг чекли харажатдан қанчалик юқори эканлигини, нархга нисбатан фоиз ҳисобида кўрсатади ва бу фарқ тескари олинган манфий эластиклик коэффициентига тенг.

(5) тенгликни нархга боғлиқ ҳолда ҳам ёзиш мумкин:

$$P = \frac{MC}{1 + \left(\frac{1}{E_p^D} \right)}.$$

Масалан эластиклик $E_p^D = -5$ бўлганда ва чекли харажат $MC = 30$ бўлганда, маҳсулот нархи

$$P = \frac{30}{1 + \left(\frac{1}{-5} \right)} = 37,5 \text{ сўм бўлади.}$$

Монопол ҳокимият кўрсаткичи. Рақобатлашган бозорда нарх чекли харажатга тенг бўлиши, максимал фойда олишнинг зарурий шарти эди. Монопол бозорда нарх чекли харажатдан юқори белгиланади ($P > MC$). Ана шу фарқ ($MC - P$), яъни фойдани максималлаштирадиган нарх билан чекли харажат ўртасидаги фарқ монопол ҳокимиятни ўлчаш усули бўлиши мумкин. Монопол ҳокимиятни худди ушбу усулда аниқлашни 1934 йилда иқтисодчи олим Абба Лернер томонидан таклиф қилинганлиги учун, бу кўрсаткич Лернернинг монопол кўрсаткичи деган номни олган

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m} = -\frac{1}{E_p^D},$$

бу ерда:

L - монопол ҳокимиятнинг Лернер индекси;

P_m - монопол нарх;

MC - чекли харажат;

E_p^D - талабнинг нархга кўра эластиклиги.

Муҳокама учун саволлар:

1. Соф монополия деганда нима тушунилади?
2. Соф монополиянинг вужудга келишига таъсир қилувчи омиллар.
3. Монопол рақобат бозори деганда нима тушунилади?
4. Монопол ҳокимият нима?
5. Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи.
6. Монопол ҳокимият кўрсаткичи деганда нима тушунилади?
7. Монопол рақобат деганда нима тушунилади?
8. Олигополия деганда нима тушунилади?
9. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонуннинг моҳиятини тушунтиринг.

Фойдаланиш учун адабиётлар:

1. Йўлдошев Н.Қ. Инновацион менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2012.
2. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие. - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менежмент. Ўқув қўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Махкамова М.А. Организация и управление инновационной деятельностью. – Т.: Иқтисодиёт, 2007.
5. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: “Вузовский учебник”, 2009 г.
6. Маховикова Г. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: “Эксмо”, 2010 г.

Интернет сайтлари

1. www.economy.gov.ru
2. www.uzland.uz
3. Corresponding author: maryann.feldman@unc.edu, University of North Carolina, Chapel Hill, NC 27514
4. University of North Carolina, Chapel Hill (thadji01@email.unc.edu);
London School of Economics (t.e.kemeny@lse.ac.uk)
University of North Carolina, Chapel Hill (llanahan@email.unc.edu)

4-мавзу. Инновацион лойиҳалар ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари

Дарс шакли бахс-мунозара. Ишнинг мақсади тингловчиларда инновацион лойиҳалар ва уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари ҳамда амал қилиши хусусиятларини муҳокама этиш ва кўникма ҳосил этишдан иборат.

Ишни бажариш учун қуйидаги масалалар муҳокама этилади:

4. Инновацион лойиҳа самарадорлигининг таҳлили
5. Инновацион фаолиятда инвестицион лойиҳаларни амалга оширишнинг тамойиллари
6. Инновацион фаолиятнинг самарадорлигини таҳлил қилишда вақт омилини ҳисобга олиш

1. Инновацион лойиҳа самарадорлигининг таҳлили

Инновацияларни бошқаришнинг асосида инновацион фаолият самарадорлигини ошириш мақсадида белгилаш ётади.

Ҳар қандай инновацион лойиҳанинг самарадорлигини баҳолаш инновацион фаолиятида инвестицияларнинг самарадорлигини белгилашнинг ягона методологик тамойиллари асосида қурилади.

Инновацион лойиҳа самарадорлигини таҳлил қилиш учун уни амалга ошириш давридаги қуйидаги учта босқични ажратиш муҳимдир:

- инвестиция киритишдан олдинги (бундан лойиҳадан олдинги тадқиқотлар, лойиҳани амалга оширилишлигини баҳолаш ўтказилади, уни техник-иқтисодий асосланиши тайёрланади);
- инвестиция киритиш;
- фойдаланиш (лойиҳага мувофиқ инновацион фаолиятни амалга ошириш).

Инновацион фаолиятни бошқаришга тизимли ёндашиш инвестицияларни киритишдан олдинги босқичда инвестицион қарорларнинг муқобил вариантларини кўриб чиқиш ва таҳлил қилишни кўзда тутаяди. Муқобилларнинг таҳлили инвестицион қарорлардаги хатоларнинг юқори баҳога эгаллиги туфайли ғоятда муҳим, улар инновацион лойиҳалардан фойдаланиш босқичидаёқ топиладилар. Бундай хатолардан қочиш - демак лойиҳанинг юқори самарадорлигини таъминлашдир.

Инновацион лойиҳаларни бошқаришга тизимли ёндашиш уларнинг тижорат таҳлилини самарадорликни таҳлил қилишнинг бошқа турлари билан узвий тўлдиришни кўзда тутаяди. Шубҳасиз, инновацион лойиҳанинг юқори самарадорлигини таъминлаш учун унинг илмий-техник таҳлили ҳал қилувчи аҳамиятга эга бўлади, уни боришида лойиҳа илмий янгилиги даражаси, у томонидан таклиф қилинаётган илмий-техник қарорларни замонавий илмий истиқболлиги ва техник асосланиши тадқиқот қилинади.

Инновацион лойиҳаларни бошқаришга тизимли ёндашиш нуқтаи назаридан социал таҳлил уларнинг самарадорлигини таҳлил қилишда марказий ўринни эгаллайди. Инновацион лойиҳа самарадорлиги социал таҳлилнинг мақсадлари ва вазифаларга ҳар хил социал гуруҳлар манфаатларини лойиҳа натижаларига мослигини таъминлаш бўйича

масалаларни тадқиқот қилиш ва чораларни ишлаб чиқиш билан боғлиқдир. Бундай мослик лойиҳанинг етарлича юқори самарадорлигига эришиш учун зарурдир, чунки у лойиҳани аҳоли томонидан қўллаб-қувватланишини таъминлайди. Лойиҳа мақсадларига эришишни рағбатлантирувчи белгиланган социал гуруҳларнинг тасаввурлари ва ҳулқига таъсир кўрсатиш мумкин бўлади.

Агар лойиҳани ишлаб чиқишда унинг самарадорлигининг социал таҳлиliga етарлича эътибор берилмаса, лойиҳа етарлича кенг социал қатламларга эмас, балки лойиҳани ишлаб чиқарувчиларнинг ўзларининг социал қадриятларига мўлжаллантирилиши мумкин. Лойиҳа натижалари бўлажак истеъмолчилари гуруҳини бошидан бундай торайтирилиши одатда унинг паст самарадорлигига олиб келади.

Кўпгина ҳолларда турли-туман социал омиллар, манфаатлар ва афзалликларни ҳисобга олиш лойиҳани ишлаб чиқиш ва амалга оширишга кўшимча харажатларни талаб қилиши мумкин. Инновацион маҳсулотлар, хизматлар, технологияларни амалга ошириш учун дўстона социал муҳитни яратиш билан боғлиқ бу харажатларнинг зарурлигини баҳолаш муҳимдир.

Лойиҳа самарадорлигининг молиявий-иқтисодий таҳлили одатда уни ишлаб чиқишнинг намунавий экспертиза қилишнинг яқунловчи босқичида ўтказилади, аммо амалда у инновацион лойиҳа самарадорлигини бутун тизимли таҳлилининг марказий элементи бўлади.

Лойиҳанинг инвестициялар киртишдан олдинги босқичида унинг молиявий самарадорлигини таҳлил қилиш ва инвестицион қарор қабул қилишда лойиҳанинг кирувчи ва чиқувчи пул оқимларининг башоратли миқдорини баҳолаш ва тенглаштириш муҳимдир.

Бошқача қилиб айтганда, бу босқичида лойиҳани “қора қути” сифатида кўриб чиқиш, яъни лойиҳанинг ташқи тузилиши ва уни амалга ошириш механизмига эътибор бермасдан кирувчи пул оқимлари яъни керакли ресурслар ёки лойиҳанинг харажатлари қийматини лойиҳани чиқувчи пул оқимлари (яъни, ишлаб чиқариш маҳсулотлар қиймати ёки лойиҳанинг фойдалари, даромадлари билан) баҳолаш ва тенглаштириш мақсадга мувофиқдир.

2. Инновацион фаолиятда инвестицион лойиҳаларни амалга оширишнинг тамойиллари

Инновацион фаолиятда инвестицион лойиҳаларни амалга оширишнинг асосий умумий тамойиллари сифатида қуйидагиларни ажратиш мумкин:

- инвестицион инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш жараёнида уларни амалга оширишга мажмуавий ёндашишни таъминлаш учун илмий-техник таҳлилни тижорт, молия-иқтисодий, социал билан бирлаштириш зарур.

- инновацион фаолиятдаги инвестицион лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва экспертиза қилишда лойиҳани амалга ошириш натижасида олинадиган инновацион маҳсулот оқимлари лойиҳада фойдаланиладиган турли-туман

ресурслар оқимлари каби пул маблағлари оқими кўринишида тақдим этилишлари керак.

- инновацион лойҳаларнинг самарадорлигини баҳолашда харажатлар ва натижаларни солиштиришни пуллар қийматини вақтда ўзгаришини ҳисобга олиш билан ўтказиш зарур.

- инвестицион инновацион лойҳаларни амалга оширишда лойиҳани амалга ошириш билан боғлиқ ноаниқлик ва хатарларни принципиал ҳисобга олиш зарур.

Инвестицион лойиҳалар корхона эҳтиёжларидан вужудга келади. Инвестицион лойиҳаларнинг яшаш қобилиятининг шарти уларни корхонанинг хўжалик фаолияти самарадорлигини оширишда асосан акс этадиган инвестицион сиёсати ва стратегик мақсадларига мос келишидан иборатдир. Инвестицион лойиҳаларнинг самарадорлиги инвестицион таҳлилнинг асосий элементларидан бирини баҳолаш бир неча инвестицион лойиҳалардан энг самаралигини тўғри танлашнинг асосий қуроли бўлади.

Инвестицион лойиҳаларни баҳолаш усуллари ҳамма ҳолларда ҳам ягона бўлмасликлари мумкин, чунки инвестицион лойиҳалар харажатларнинг кўламлари, улардан фойдаланиш муддатлари ҳамда фойдали натижалар бўйича ғоятда катта ҳавфларга эгалар.

Катта капитал киритмаларни талаб қилмайдиган маҳсулотни ишлаб чиқаришни ўзгаришига катта таъсир кўрсатмайдиган ҳамда фойдали фойдаланишнинг нисбатан кичик муддатига эга. Майда инвестицион лойиҳаларга ҳисоблашнинг оддийроқ усуллари кўллаш мумкин.

Шунинг билан бир вақтда каттароқ инвестицион харажатларни талаб қилувчи кўламлироқ инвестицион лойиҳалар янги қурилиш қайтадан қуриш, маҳсулотларнинг тубдан янги турларини ўзлаштириш омилларининг катта сонини ҳисобга олиш ва бунинг натижасида мураккаброқ ҳисоблашларни ўтказиш ҳамда самарадорликни баҳолаш усуллари аниқлаб олиш зрурлигини келтириб чиқаради. Корхона хўжалик фаолияти натижасида инвестицион лойиҳа қанчалик кўламлироқ ва катта ўзгаришлар қанчалик кўп бўлса, пул оқимларини ҳисоблаш ва инвестицион лойиҳа самарадорлигини баҳолаш усуллари шунчалик аниқроқ бўлиши керак.

Инвестицион лойиҳаларни амалга оширишдан келиб чиққан пул оқимларини ҳаракатланиши бир қатор йиллар давомида ўтганлиги ҳолати уларнинг самарадорлигини баҳолашни қийинлаштиради. Инвестицион лойиҳаларни вақтнинг узокроқ даври давомида татбиқ этилиши корхонанинг иқтисодий салоҳияти ва хўжалик фаолияти натижаларига таъсир кўрсатишини ҳисобга олиш билан уларнинг самарадорлигини баҳолашдаги хато катта молиявий хатолар ва йўқотишлар олиб келиши мумкин.

Иқтисодиёт фанига инвестицион лойиҳалар самарадорлигининг лойиҳавий ва ҳақиқий кўрсаткичлари ўртасидаги фарқнинг бир неча асосий сабаблари маълум. Сабабларнинг биринчи гуруҳига инвестицион лойиҳа самарадорлигини айрим олимлар, илмий ходимлар ва корхона мутахассисларининг субъектив нуқтаи назарлари билан асосланган онгли равишда оширилиши ва уларнинг молиявий ресурсларни чеклаш учун

курашлари киради. Бундай ҳисоблашлардан корхоналарда бошқарувнинг тегишли тизимларини ташкил қилиш йўли билан ҳимояланиш мумкин, улар корхона вазилавий хизматлар ишини мувофиқлаштириш ва назорат қилишга ёки инвестицион лойиҳаларнинг самарадорлигини баҳолаш билан боғлиқ ҳисоблашларнинг объективлигини текширишга мустақил экспертларни жалб қилишга имкон беради.

3. Инновацион фаолиятнинг самарадорлигини таҳлил қилишда вақт омилини ҳисобга олиш

Вақт омили ҳисоби лойиҳа самарадорлигини баҳолашнинг муҳим тамойилларидан биридир. Бу ҳисоб пулларнинг вақтдаги қиймати назарияси тушунчаларига асосланади, унга кўра биттагина пул суммаси вақтда жорий пайтга нисбатан, масалан, инфляция, пул маблағларидан муқобил фойдаланиш имкониятлари (пулни инновацион лойиҳага киритмаслик, балки банкка қўйиш мумкин ва уларнинг қиймати вақт давомида ўзгаради), ушбу объектга инвестициялар киритиш билан боғлиқ хатарлар ва ноаниқлилик ва бошқа сабаблар туфайли ҳар хил қийматга эга бўлиши мумкин.

Инвестицион қарорни қабул қилишда вақтнинг ҳар хил даврларида амалга оширилган харажатлар ва фойдаларни тенглаштиришни билиш, яъни бўлғуси пул суммаларини вақтни ҳозирги пайти (инвестицион қарор қабул қилинган пайт - $t=0$)га дисконтлаштириш йўли билан олиб келиш керак. Қуйидаги оддий мисолда дисконтлаштириш операцияси (мураккаб фоизни тескари операцияси) техникасини намоиш этамиз.

Майли бугун биз P тенг пул суммасига эгамиз, уни биз банкка r га тенг фоиз ставкаси остида банкка қўйишга қарор қилдик. t йилдан кейин бизнинг банк ҳисобимизда қанча пул бўлади?

Бу ҳисоблаш учун формулани (мураккаб фоизларни ҳисоблаш формуласини) осон чиқарилади.

Бир йилдан кейин ҳисобда $F(1) = P(1 + r)$ бўлади.

Икки йилдан кейин - $F(2) = F(1)(1 + r) = P(1 + r)(1 + r) = P(1 + r)^2$

... t йилдан кейин - $F(t) = P(1 + r)^t$.

Ушбу мураккаб фоизларни ҳисоблаш формуласидан дисконтлаштириш формуласи осон чиқарилади. Демак, майли P номаълум бўлсин, $F(t)$ ва r маълум. Бунда $P = F(t) / (1 + r)^t$

$(1 + r)^t$ - мураккаб фоизларни ҳисоблаш коэффициентини,

$1/(1 + r)^t$ - эса дисконтлаштириш коэффициентини деб аталади. (бунда r дисконтнинг ставкаси, бу мисолда фоиз ставкаси).

Инновацион лойиҳалар молия-иқтисодий самарадорлигини баҳолашнинг мавжуд усулларини қуйидаги асосий гуруҳларга бўлиши мумкин:

Оддий ёки стратегик усуллар;

Дисконтлаштириш (ёки динамик) усуллари.

Иқтисодий самарадорликни баҳолашнинг оддий усуллари (мезонлари):

1. Ўзини ўзи қоплаши муддати.

Ўзини ўзи қоплаши муддати (T') - бу вақт даврининг давомийлиги бўлиб, унинг ичида лойиҳа бўйича фаолиятдан тушумлар (яъни лойиҳанинг фойдали – $B(t)$) лойиҳани амалга ошириш харажатлари $C(t)$ ни қоплайдилар. Яъни, ўзини ўзи қоплаш муддати T' - бу T нинг энг кичик миқдори, унинг учун $\sum_{t=1}^T B(t) \geq \sum_{t=1}^T C(t)$ ёки $T = \min T$, унинг учун

$$\sum (B(t) > C(t)) \geq 0 (t = 1, 2, \dots)$$

Бу усулнинг соддалиги унинг афзаллиги бўлади, бу ресурсларни етишмаслиги шароитларида лойиҳаларни тезроқ баҳолашга имкон беради.

Ўзини ўзи қоплаш муддати кўрсаткичининг асосий камчилиги шундан иборатки, у инновацион лойиҳани амалга оширилишининг бутун даврини ҳисобга олмайди, демак, бу муддатдан ташқарида ётган киритмалардан барча қайтаришлар унга таъсир кўрсатмайди. Шунинг учун кўпинча бу кўрсаткич лойиҳани танлашнинг мезони бўлиб хизмат қилмайди., балки чеклаш сифатида фойдаланилади (ўзини ўзи қоплаши муддати белгиланган вақтдан кўпроқ бўлмаслиги керак).

2. Суммар фойда.

Бу оддий (пулларнинг вақтли қийматини ҳисобга олмасдан) кўрсаткич лойиҳани амалга оширишдан келиб чиққан йиғма қийматий натижалар ва харажатларнинг фарқи сифатида аниқланади.

$$P = \sum (B(t) - C(t)),$$

Бу ерда $t = 1, 2, \dots, m$; m - лойиҳа яшаш даври вақтли оралиқларининг сони.

3. Инвестицияларнинг ретабеллиги (ROI-return on investment)

Бу, яна фойданинг оддий меъёри деб аталувчи кўрсаткич йиллик фойданинг лойиҳага киритилган инвестицияларнинг нисбати сифатида аниқланади (одатда бу кўрсаткични ҳисоблаш учун лойиҳани тўлиқ ишлаб чиқариш қувватига чиққан йили танлаб олинади).

$$ROI = B(T) - C(T) / \sum C(t),$$

бу ерда $t = 1, 2, \dots, T$; T - лойиҳани тўлиқ ишлаб чиқариш қувватига чиққан йили.

Ушбу усулда ҳисоблаб чиқилган миқдор инвестицион харажатларнинг қандай қисми режалаштиришнинг бир оралиғи давомида фойда кўринишида қопланишини кўрсатади.

Кўпинча бу миқдорни самая даромадлигининг ўртача даражаси билан таққосланиши лойиҳани амалга оширилишини мақсадга мувофиқлиги ҳақидаги хулосага олиб келади.

Иқтисодий самарадорликнинг дисконтлантилган мезонлари:

Дисконтлаштирилган мезонлар пулларнинг вақтдаги ҳар хил қийматини ҳисобга олади. Умумий кўринишда дисконт ставкаси (r) қуйидагича тақдим этилиши мумкин:

$$r = IR + MRR * RI, \text{ бу ерда}$$

IR (inflation rate) – инфляция суръати,

MRR - (minimal rate of return) – фойданинг энг кичик ҳақиқий меъёри, яъни пул маблағларидан муқобил фойдаланишда олинadиган фойданинг энг кам меъёри.

IR (risk of investments) - инвестицион хатар даражасини ҳисобга олувчи коэффициент.

Аммо аниқ инвестицион лойиҳаларни ишлаб чиқишда дисконт ставкасини ҳисоблаш муаммоси кўриб чиқилмайди. Одатда у экзогенли миқдор (яъни ташқаридан берилган) сифатида берилади ва қоидага кўра, тенг кредитли фоиз (сармоянинг муқобил қиймати)га тегишли бўлади. Кўпгина фирмалар дисконт ставкасини узоқ муддатли банк кредитлари бўйича ўрталаштирилган фоизли ставкалардан келиб чиққан ҳолда белгилайдилар.

Бир неча муқобил лойиҳалардан танлаб олишда даромадлигининг ички меъёри ягона зиддиятли бўлмаган кўрсаткич бўлади. У кўриб чиқиладиган лойиҳаларни инвестициялардан фойдани кўпайтириш мақсадида ишончли ранжировкасини амалга оширишга имкон беради.

Шундай қилиб, инновацион фаолият самарадорлигининг таҳлили инновациялар менежментининг долзарб вазифаси бўлади, у инновацион лойиҳаларни бошқаришга тизимли ёндашишни қўллаш асосида ҳал қилиниши мумкин.

Инновацион ва инновацион лойиҳалар самарадорлигининг қиёсий – тахлилий кўрсаткичлари

Инновациялар (янгилик киритишлар) ва инвестицион лойиҳалар самарадорлиги қиёсий – тахлилий кўрсаткичларининг бутун мажмуаси учта гуруҳга бўлинади.

Биринчи гуруҳга янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳаларни амалга оширилишининг корхона ишлаб чиқариш фаолияти кўрсаткичларига таъсирини таҳлил қилиш учун мўлжалланган кўрсаткичлар киритилган улар янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳалар (илмий – техник тадбирлар) нинг ишлаб чиқариш самарадорлиги кўрсаткичлари деб аталадилар.

Иккинчи гуруҳга янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳаларнинг корхона молиявий фаолияти самарадорлигига таъсирини таҳлил қилиш учун мўлжалланган, янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳаларнинг молиявий самарадорлиги кўрсаткичлари деб аталувчи кўрсаткичлар киритилган.

Учинчи гуруҳга янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳаларнинг корхона инвестицион фаолияти самарадорлигига таъсирини таҳлил қилиш учун мўлжалланган кўрсаткичлар киритилган. Улар янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳалар илмий-техник тадбирларнинг инвестицион самарадорлиги кўрсаткичлари деб аталади.

Янгилик киритишлар ва инвестицион лойиҳалар ишлаб чиқариш, молиявий ва инвестицион самарадорлигининг бутун мажмуаси бундан кейин (қисқартириш мақсадида) илмий-техник тадбирлар иқтисодий самарадорлигини кўрсаткичлари деб аталади.

Илмий-техник тадбирлар иқтисодий самарадорлиги кўрсаткичларини ҳисоблаш ўрта босқичда ўтказилади:

- биринчидан- илмий-техник тадбирларнинг ҳисобот йилидаги иқтисодий самарадорлиги белгиланади. Ҳисоблаш натижаларидан илмий-техник тадбирларни аниқ шароитларга нисбатан амалга оширишнинг мақсадга мувофиқлиги ҳақида қарор қабул қилиш, яъни бу тадбирларнинг

лойихавий (ҳисоблаш) самарадорлигини сармоядорлар талабларига мос келиши даражасини ўрганиш учун фойдаланилади. Шунинг билан бир вақтда ҳисоблаш натижалари бизнес режаларини ишлаб чиқиш ва корхона иши иқтисодий самарадорлигини оширишнинг хўжалик ички резервларини аниқлашда қўлланиладилар;

-иккинчидан- ҳисобот йилига ҳисоблашдаги илмий-техник тадбирларнинг режавий ва ҳақиқий самарадорлиги ҳисобот маълумотларидан корхона иши иқтисодий самарадорлигини оширишнинг жорий резервлари (ўтувчи тежалиши) мўлжалланган миқдорини белгилаш, ҳамда илмий-техник тадбирлар самарадорлигининг лойихавий (ҳисоблаш) кўрсаткичларини ўзлаштирилганлик даражасини таҳлил қилиш учун фойдаланилади. Жорий резервнинг миқдори бундай тадбир йил бошидан татбиқ этилган деган шартдан қилиб чиқиш билан ҳисобланган илмий-техник тадбирларнинг шартли самарадорлиги ва тадбир татбиқ этилган пайтдан бошлаб ҳисобот йилининг охиригача ҳисобланган ҳақиқий (режавий ва амалдаги) самарадорлик ўртасидаги фарқ сифатида белгиланади;

-учинчидан- илмий-техник тадбирларнинг уларни татбиқ этилган пайтидан ҳисобот йилининг охиригача режавий ва ҳақиқий самарадорлиги. Ҳисоблаш натижаларидан илмий-техник тадбирларнинг иқтисодий самарадорлиги бўйича бизнес-режаларни ишлаб чиқиш, уларни бажарилишини таҳлил қилиш, асосийси эса- инвестицион лойихалар ва янгилик киритишларнинг корхона ишлаб чиқариш, молиявий ва инвестицион фаолияти самарадорлигини таърифловчи асосий техник-иқтисодий кўрсаткичларга таъсирини белгилаш учун фойдаланилади.

Илмий-техник тадбирлар самарадорлиги кўрсаткичларини ишлаб чиқиш учун уларни амалга оширилишига сабабчи бўлган якуний режадан келиб чиқиш зарур. Шунинг билан бирга илмий-техник тадбирлар самарадорлиги кўрсаткичлари тизими корхона ишлаб чиқариш, молиявий ва инвестицион фаолияти самарадорлиги кўрсаткичлари тизими билан тўлиқ мослаштирилган бўлиши керак.

Аниқ илмий-техник тадбирлар самарадорлигининг умумлаштирувчи кўрсаткичлари

1) илмий-техник тадбирлардай фойдаланишдан маҳсулотлар (ишлар)нинг аниқ турларини ишлаб чиқариш самарадорлигини ўсиш суръати ёки илмий-техник тадбирларни амалга ошириш ҳисобига маҳсулотларнинг аниқ турлари таннархини пасайиши фоизи¹. Ушбу кўрсаткичлар инновацион лойиҳа ёки янгилик киритиш қуйидагиларни йўналтирилган ҳолда қўлланилади:

-маҳсулотнинг ўзлаштирилган турини уларнинг техник таърифларини ўзлаштирмасдан ишлаб чиқаришни кенгайтириш;

-технологияни такомиллаштириш, ишлаб чиқаришни механизациялаштириш ва автоматлаштириш воситаларини татбиқ этиш;

¹ Управление инновациями. Пер с англ. –М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

-меҳнатни ташкил қилиш, ишлаб чиқариш ва бошқариш усулларини такомиллаштириш;

- ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг сифатини стандартлар, техник шартлар ва шартнома нархларни ўзгартирмасдан ошириш.

Агар аналоглари йўқ, бутунлай янги маҳсулот ўзлаштирилаётган бўлса, унда унинг самарадорлигини умумлаштирилган ҳолда баҳолаш учун уни корхона томонидан ишлаб чиқарилаётган барча маҳсулот бўйича ҳисоблаб чиқилган тегишли кўрсаткич билан солиштириш учун (сўмлик маҳсулотга харажатлар кўрсаткичидан фойдаланиш керак);

2) илмий-техник тадбирларни татбиқ этиш натижасида маҳсулот таннарини нисбатан тежалиши;

3) фойдани илмий-техник тадбирларни амалга ошириш натижасида, шу жумладан интенсив ва экстенсив омиллар ҳисобига ўсиши;

4) қўшимча қийматни илмий-техник тадбирларни амалга ошириш натижасида, шу жумладан интенсив ва экстенсив омиллар ҳисобига ўсиши;

5) амортизацияни ўз ичига оловчи қўшимча қийматни илмий-техник тадбирларни амалга ошириш натижасида, шу жумладан интенсив ва экстенсив омиллар ҳисобига ўсиши;

6) даромадни илмий-техник тадбирларни амалга ошириш натижасида, шу жумладан интенсив ва экстенсив омиллар ҳисобига ўсиши;

7) қўшимча қиймат, фойда ва даромадни уларни илмий-техник тадбирларни амалга оширилиши билан асосланган ўсишининг умумий ҳажмидаги интенсив омиллар қўшимча ҳаракати ҳисобига ўсишининг улуши.

Иш ҳақиға харажатлардан фойдаланиш самарадорлигини илмий-техник тадбирларни амалга оширилишидан келиб чиққан ўзгаришнинг хусусий кўрсаткичлари:

1) аниқ илмий – техник тадбирларни амалга ошириш участкаларидаги меҳнат унумдорлигини ўсиш суръатлари ва ўртача иш ҳақини ўсиш суръатлари ўртасидаги нисбат;

2) аниқ илмий – техник тадбирларни амалга ошириш участкасидаги қўшимча қийматни ўсишининг ҳар бир фоизига иш ҳақини қўшиш фоизи;

3) ўз ичига социал заруриятларга ажратмаларни оловчи иш ҳақиға харажатларни аниқ илмий – техник тадбирларни амалга оширилиши натижасида нисбатан тежалиши;

4) ўз ичига социал заруриятларга ажратмаларни оловчи иш ҳақиға харажатларни ўзгартиришга қаратилган аниқ илмий – техник тадбирларни амалга оширилиши билан боғлиқ интенсив ва экстенсив ҳаракатлар ҳисобига фойдани ўсиши;

5) ўз ичига социал ажратмаларни оловчи иш ҳақиға харажатларни ўзгартиришга қаратилган илмий – техник тадбирларни амалга оширилиши билан боғлиқ интенсив ва экстенсив ҳаракатлар ҳисобига қўшимча қийматни ўсиши;

6) ўз ичига социал заруриятларга ажратмаларни оловчи иш ҳақиға харажатларни ўзгартиришга қаратилган илмий – техник тадбирларни амалга

ошириши билан боғлиқ интенсив ва экстенсив омилларнинг ҳаракати ҳисобида даромадни ўсиши:

7) кўшимча қиймат, фойда ва даромаднинг ўз ичига социал заруриятларга ажратмаларни олувчи иш ҳақиға харажатларни ўзгартиришға қаратилган илмий – техник тадбирларни амалға оширилиши билан асосланган уларни ўсишининг умумий ҳаммадаги интенсив ва экстенсив ҳаракатлар ҳисобига ўсишларини улуши;

8) ходимлар сонидан нисбатан тежалиш.

Амортизацияға харажатлардан фойдаланиш самарадорлигини илмий – техник тадбирларни амалға ошириш натижасида ўзгаришининг хусусий кўрсаткичлари:

1) Илмий – техник тадбирларни амалға оширилиши натижасида маҳсулотларнинг аниқ турлари амортизациясига харажатлар самарадорлигини ошиши (амортизация сифимни пасайиши);

2) илмий – техник тадбирларнинг амалға оширилиши натижасида амортизацияға нисбатан харажатларни тежалиши;

3) илмий – техник тадбирларни амалға оширилиши билан боғлиқ асосий ишлаб чиқариш фондлари ва номоддий активлардан фойдаланиш самарадорлигини ўзгаришидан келиб чиқувчи интенсив ва экстенсив омиллар ҳаракати ҳисобига кўшимча қиймат, фойда ва даромадни ўсишлари улушлари;

4) кўшимча қиймат, фойда ва даромадни уларни илмий – техник тадбирларни амалға оширилиши билан асосланган, асосий ишлаб чиқариш фондлари ва номоддий активлардан фойдаланиш самарадорлигидаги ўзгаришларни келтириб чиқарувчи ўсишларининг умумий ҳажмларидаги интенсив омиллар ҳаракати ҳисобига ўсишларининг улушлари;

5) илмий – техник тадбирларни амалға оширилиши натижасида асосий ишлаб чиқариш фондлари ва номоддий активларни нисбатан тежалиши.

✎ Муҳокама учун саволлар:

1. Инновацион лойиҳа деганда нимани тушунаси?
2. Инновацион лойиҳа структурасини тушунтиринг.
3. Инновацион лойиҳа турлари?
4. Инновацион лойиҳани ишлаб чиқиш фазаларини тушунтиринг.
5. Инновацион лойиҳаларни комплекс баҳолаш ва танлаш усуллари?
6. Лойиҳанинг таянч модели?
7. Инновацион лойиҳанинг самарасизлиги сабаблари?
8. Инновацион лойиҳани бошқариш бўйича менежернинг асосий вазифалари?
9. Инновацион лойиҳа таҳлилининг умумийлашган схемасини тушунтиринг.
10. Инновацион лойиҳа самарадорлигининг асосий кўрсаткичлари?

Фойдаланиш учун адабиётлар:

1. Йўлдошев Н.Қ. Инновацион менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2012.
2. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие. - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менежмент. Ўқув қўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Махкамова М.А. Организация и управление инновационной деятельностью. – Т.: Иктисодиёт, 2007.
5. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: “Вузовский учебник ”, 2009 г.

Интернет сайтлари

6. www.economy.gov.ru
7. www.uza.uz
8. www.uzland.uz
9. www.stability.uz
10. www.wikipedia.org

V. БИТИРУВ ИШЛАРИ УЧУН МАВЗУЛАР

1. Хорижий ва МДХ мамлакатларидаги корхона ва ташкилотларда инновацион менежментни ташкил этиш ва ривожлантириш дастурлари
2. Корхоналарда инновацияларни прогнозлаш усуллари
3. Инновацион корхоналарнинг турлари, уларнинг фаолият кўрсатиш соҳалари ва йўналишлари
4. Корхоналарда инновацион менежментнинг стратегик ва оператив босқичлари
5. Корхонада Илмий тадқиқот ва тажриба-конструкторлик ишлари бўйича фаолият кўрсатадиган бўлим фаолиятини ташкил этиш ва ривожлантириш
6. Тармоқларда, корхона ва ташкилотларда инновацион фаолиятни ривожлантириш дастурлари
7. Корхонада янги маҳсулотни синовдан ўтказишнинг α ва β усуллари
8. Инновацияларни бозорга олиб чиқишда қўлланиладиган Шрам коммуникация модели ва Абел модели
9. Корхоналарда инновацияларнинг жорий этилишига нисбатан ходимлар қаршилигини баратараф этишда “PR – public relations” усулларининг аҳамияти
10. Инновацион фаолиятни молиялаштиришда венчурли молиялаштиришнинг тутган ўрни
11. Инновацион лойиҳа самарадорлигини баҳолашнинг асосий усуллари ва кўрсаткичлари.
12. Инновацион лойиҳалар рискларини баҳолашнинг асосий усуллари
13. Инновацион фаолиятни давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг бевосита ва билвосита усуллари
14. Инновацион ривожланишни қўллаб-қувватловчи минтақавий дастурлар
15. Ўзбекистон Республикасида инновацион фаолиятни қўллаб-қувватловчи қонунчилик ҳужжатлари
16. Инновация ва ихтиролар ҳақида тушунча ва уларнинг моҳияти
17. Инновацион менежментнинг функциялари ҳақида тушунча
18. Инновацион жараённи ташкил этиш ва уни бошқариш
19. Замонавий жаҳон иқтисодиётида инновацион менежментнинг роли
20. Консалтинг ва инжиниринг компаниялари
21. Хорижий инвестицияларни жалб қилиш услублари
22. Лойиҳаларнинг асосий элементлари
23. Инвестиция олди босқичининг асосий вазифалари
24. Кўп компонентли лойиҳаларда лойиҳанинг кўлами
25. Лойиҳани амалга ошириш муддатлари.

VI. КЕЙСЛАР БАНКИ

1-Кейс.

ДИСКОНТ УСУЛИ ОРҚАЛИ ЛОЙИҲАГА КИРИТИЛГАН ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ

Кириш

Бозор иқтисодиёти шароитида корхона ва ташкилотлар фаолият юритишларини маблағ билан таъминлаш иқтисодий муаммолардан бири бўлиб, катта таваккалчиликни талаб этади. Сарфланган маблағларни қайтариш, қоплаш муддати канчалик узоқ бўлса, бу хавф даражаси ҳам шунчалик ошиб боради. Чунки, бу муддат ичида бозор конъюнктураси ҳам, нарх-наволар ҳам, иш хаки тўловлари зимдан ошиб боради. Шунинг учун, иқтисодиёт барқарор бўлмаган шароитларда (айниқса бу ҳолат нафакат айрим товар бозори, балки бутун мамлакат учун хос бўлса) ҳаражатлар тезроқ копланадиган самарали лойиҳаларга маблағ сарфлаш мақсадга мувофиқдир. Бундай ёндошиш илмий-техника тараққиётининг суръати энг юқори бўлган ва янги технология ёки маҳсулотларнинг кириб келиши олдинги инвестицияларни тезда кадрсизлантириб юбориши мумкин бўлган тармоқлар учун жуда муҳимдир. Бундан ташқари, пулни олувчи унчалик обрuga эга бўлмаса ва маблағ эгаси узоқ муддатга унга пулни ишонишни хоҳламаса ҳам маблағнинг ўзини қоплаш муддатига қараб иш курилади. Шу сабабли, таклиф этилаётган кейс долзарб деб ҳисобланади.

Кейснинг мақсади - кичик корхона лойиҳасига киритилган инвестицияларни самарадорлигини таҳлил этиш ва баҳолаш кўникмаларини ривожлантириш, асосланган қарорни қабул қилишга ўргатиш.

Таклиф этилган кейс қуйидаги натижаларга эга бўлишга имконият беради:

- Ташкилот фаолиятини иқтисодий таҳлил қилиш кўникмаларига эга бўлади;
- Таҳлил натижаларни умумлаштириш қобилиятига эга бўлади;
- Дисконт усулини қўллаш орқали инвестиция киритишнинг самарадорлигини баҳолаш кўникмасини ривожлантиради;
- Мустақил қарор қабул қилиш кўникмаларини эгаллайди.

Маркетинг вазияти

Мустақил фаолият юритаётган “Азизбек” кичик корхона ихтиёрида ўзлаштириш учун 120 минг сўмлик хом-ашё ресурслари ва тайёр маҳсулотлар мавжуд. Мазкур ресурслардан фойдаланиш натижасида корхона 35 минг сўм даромад олишни кўзда тутмоқда. Шу аснода корхонанинг ривожланиш фондидан ажратилган пуллар ва банкдан олинган кредитларни 4 йилдан кечиктирмасдан қайтариш режалаштирилган. Лойиҳа бўйича ҳаражатлар ҳажми 105560 сўмни ташкил этади. Хўш, ушбу лойиҳа талабни қондира оладими ва самаралими?

Топширик:

Дисконт усули орқали лойиҳага киритилган инвестицияларни самарадорлигини баҳолаш зарур.

II. ТИНГЛОВЧИЛАР УЧУН УСЛУБИЙ КЎРСАТМАЛАР

Муаммо

Дисконт усули орқали лойихага киритилган инвестицияларни самарадорлигини баҳолаш.

Вазифалар:

1. Дисконт коэффициентини (K_d) аниқланг.

1. Инвестицияларни қоплаш муддатини ва ушбу муддат давомида пул қийматини ўзгаришини аниқланг.

3. «Азизбек» кичик корхона фаолиятининг фойдалилик коэффициентини аниқланг ва олинган натижа асосида инвестицион лойиҳани самарадорлиги бўйича хулоса қилинг.

Ечиш алгоритми

1. *Дисконт коэффициентини (K_d) аниқланг.*

Discount hozirgi paitdaqi baqolar bilan ularni qaitariq davridaqi baqolar ўrtasidaqi farqlari ёки qimmatbaqo qofozlar nominali. Moqiyati, turli davrlarda investiciya sarflari va kelgusida firmaning iqchi daromadlilik normalarini aniqlash davomidaqi pul tuqumlarini, yaqni kapital mablaqlarini qoplanish (qaitariliq) koeficientidan iboratdir.

Pullarning ёки sarflanqan mablaqlarning “bugunqi” va “keqaqi” qiymatlari ўrtasidaqi farqni qisobga olish uchun investiciylarning qoplanishi qisob-kitob qilinaётqanda kelgusidaqi daromadlar diskont koeficientlariga kўpaitirilaqi. Diskont koeficientlarining qisoblash quyidaqi formula (1) orqali aniqланаqi:

$$K_d = \frac{1}{(1 + K) \times T}$$

бу ерда, K - пул қийматининг ўзгариш суръати (одатда, банк кредитлари бўйича ўртача фоиз даражасида қўлланилади); T - инвестиция ажратилган вақтдан бошлаб ўтган вақт, кунлар.

2. *Инвестицияларни қоплаш муддатини ва ушбу муддат давомида пул қийматини ўзгаришини аниқланг.*

3. *«Азизбек» кичик корxonaning фойдалилик коэффициентини аниқланг ва олинган натижа асосида инвестицион лойиҳани самарадорлиги бўйича хулоса қилинг.*

Фойдалилик кўрсаткичи сифатида, **фойдалилик коэффициентини** деб аталувчи катталиқдан фойдаланиш мумкин. *Кўзда тутилган даромадлар суммаси* - бу мазкур инвестициялаштирилаётган лойиҳани амалга ошириш эвазига келгусида олинадиган фойда хажмидир. Лекин у келгусида кутилаётган абсолют миқдорларда эмас, балки юқорида таъкидлангандек, дисконт коэффициентлари билан тўғриланган ҳолда юзага келади. Бошқача қилиб айтганда, формуланинг суратида сўмнинг бугунги қийматида ифодаланган даромадлар суммаси акс этади.

Кўриб чиқилаётган инвестиция лойиҳаларни амалга ошириш учун сарфланадиган барча ҳаражатлар ҳажми ҳам худди шундай ҳисобланади. Бу ҳисоб-китоблар бир неча йилдаги инвестиция лойиҳаларини амалга оширишга қаратилгандир, агар инвестициялаштириш қисқа муддатларга (3 ой, 6 ой ёки 1 йилга) мўлжалланган бўлса, бундай ҳолда ҳаражатлар ва даромадларни дисконтлашнинг ҳожати йўқ.

Фойдалилик коэффициентига асосланиб, агар коэффициент 1,00 дан юқори ёки унга тенг бўлган тақдирдагина инвестициялаштирилаётган лойиҳаларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир.

Фойдалилик коэффициентларидан фойдаланиш - ўзининг оддийлиги ва қулайлиги билан ажралиб турадиган усул бўлиб, етарлича асосли қарорлар (хулосалар) ни қабул қилишга ёрдам беради. Ягона мураккаблиги шуки, кўзда тутилаётган даромадларни ва инвестицияларни дисконтлаштириш бўйича ҳисоб-китобларни тўғри амалга оширишдан иборатдир. Айниқса, у янги очилаётган ва иш бошлаётган корхона ва фирмалар учун жуда фойдалидир. Чунки улар олган қарзларидан тезроқ қутилиб, даромадларини янада кўпайтириши, ва натижада маблағ сарфлашнинг энг фойдали лойиҳаларини танлаш имкониятларини яратмоқлари зарур.

Вазиятни таҳлил қилиш ва ечишга инструкцияси

Босқичнинг номи	Иш мазмуни	Баҳолаш мезонлари (макс. балл)
Кейс объекти бўйича маълумот билан танишиш	Кейс ечилиши учун зарур бўлган маълумотларни кўриб чиқинг.	-
Муаммони ва вазифаларни асослаб бериш	Мавзу бўйича олинган билимлар асосида	0,5 балл
Вазиятни таҳлили	1. Дисконт коэффициентини (Кд) аниқланг. (1) формула орқали дисконт коэффициентини ҳар йили бўйича ҳисоблаб беринг	0,5 балл
	2. Инвестицияларни қоплаш муддатини ва ушбу муддат давомида пул қийматини ўзгаришини аниқланг Бунинг учун (2) формуладан фойдаланиш керак.	0,5 балл
	3. «Азизбек» кичик корхонанинг фойдалилик коэффициентини аниқланг ва олинган натижа асосида инвестицион лойиҳани самарадорлиги бўйича хулоса қилинг. Бунинг учун (3) формуладан фойдаланиб, натижа асосида хулоса беринг.	0,5 баллов

Муаммони гуруҳларда ечишни баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари:

1. Ҳар бир гуруҳ 2 балл олиши мумкин. Баҳолашда у 2 баллни битта ечилган вариантга бериши мумкин, ёки иккита қисмга бўлиб (1,0:1,0 1,5:0,5) бериши мумкин. Бунда ўз варианты кўшилмайди.

2. Умумий олинган баллар ҳар бир вариант бўйича қўшилади ва ечиш варианты бўйича энг юқори олинган балл ютади.

Вариантларни баҳолаш

(балларда)

Гуруҳ	Альтернатив муаммони ечиш вариантлари			
	1	2	3	4
I				
II				
III				
IV				
Суммаси				

2-Кейс.

«NESTLE» КОМПАНИЯСИ – ЎЗБЕКИСТОН БОЗОРИДА СУТ МАҲСУЛОТЛАРИ СИФАТИНИ БАҲОЛАШ

Бугунги кунда сут маҳсулотлари бозори Ўзбекистонда энг тез ривожланаётган бозор сегментлари қаторига киради. Нафақат истеъмолчилар сони ва пул тушуми ҳажми бўйича, балки янги ассортимент турлари бўйича ҳам. Сут маҳсулотлари Ўзбекистон бозорининг истиқболга эгаллиги 2000 йил мамлакат бозорига Швейцариянинг йирик «Nestle» компанияси, шунингдек, қатор Россиялик компаниялар кириб келишидан ҳам кўриниб турибди.

Жаҳон стандартидаги янги технологияларни қўллаш сут маҳсулотлари бозори ривожланишининг муҳим омилига айланди ва бу сут маҳсулотларига талабнинг ўсишига олиб келди. Хусусан, сут маҳсулотлари потенциал истеъмолчилари ўртасида ўтказилган сўров натижаларига кўра республика аҳолисининг 85,7%и сут маҳсулотларини истеъмол қилар экан. Шундан 40%и сут маҳсулотларини қадоқланган ҳолда, 45,7%и эса сут сотувчилардан харид қилади. Бунинг сабаби қилиб ташқи муҳитнинг кўплаб омиллари таъсиридан ташқари сут маҳсулотлари сифатини ҳам кўрсатиш мумкин. Ўз навбатида, бу маҳсулотнинг бозорда рақобатбардошлигини таъминлаш мақсадида маҳсулот сифатини аниқлашнинг аҳамияти ўсишига хизмат қилади. Маҳсулот сифатини аниқлаш компания маҳсулотларига хос бўлган хусусиятларга таъсир этувчи энг кўп таъсир этувчи хусусиятларига асосланган. Таҳлил натижалари компанияларга маҳсулот сифатини ошириш бўйича ҳаракатларни режалаштириш имконини беради. Шу муносабат билан тақдим этилаётган кейс **аҳамиятли** ҳисобланади.

Кейснинг мақсади компания маҳсулотлари сифатини таҳлил қилиш ва баҳолаш қобилиятларини ривожлантириш ҳамда асосланган қарор қабул қилиш кўникмаларини ишлаб чиқиш ҳисобланади.

Таклиф этилган кейс қуйидаги натижаларга эришиш имконини беради:

- маҳсулот сифатини таҳлил қилиш кўникмаларига эга бўлиш;
- маҳсулот сифатини таҳлил қилиш ва баҳолаш бўйича иш натижаларини умумлаштириш қобилиятига эга бўлиш;

- органолептик усулни кўллаш асосида маҳсулот сифатини баҳолашни ўтказиш кўникмасини ишлаб чиқиш;
- мустақил қарор қабул қилиш кўникмаларини эгаллаш.

Маркетинг вазияти

Швейцариялик озиқ-овқат саноати гиганти Nestle сут ва сут маҳсулотлари ишлаб чиқариш бўйича ўз бизнесини фаоллик билан кенгайтирмоқда. Бутун дунёда Nestle стратегияси узоқ муддатли инвестицияларни амалга оширишдан иборат. Ушбу стратегия доирасида компания, 1996 йилдан бошлаб Ўзбекистонда ҳам ишлаб чиқаришни ривожлантириш, ўзбекона анъаналар ва дидга жавоб берадиган сут маҳсулотлари ишлаб чиқиш билан шуғулланиб, маҳаллий хомашё ва таркибий қисмлардан ҳам фойдаланмоқда. Шундай қилиб, Nestle озиқ-овқат саноатида халқаро тажриба ва етакчиликни истеъмолчиларнинг хоҳиш-истаклари ва эҳтиёжлари билан бирлаштирмоқда.

2000 йил Nestle компанияси Наманган сут заводи асосида «Nestle» масъулияти чекланган жамияти шаклидаги кўшма корхонага асос солиди, ҳозирги пайтда компания унга доимий инвестициялар киритмоқда (киритилган инвестициялар ҳажми ҳозирда 30 млн. долларга етган). Қисқа муддат ичида Nestle маҳсулотлари истеъмолчилар орасида ишонч қозонди. Айниқса, Nestle компаниясининг Nestle sutim, Nestle Supermilk каби савдо маркаларига катта талаб билдирилади. Республика бозорида Nestle улуши тахминан 25% атрофида. Сут маҳсулотлари бозорида эса компаниянинг улуши 33%ни ташкил қилади.

Шу билан бирга, рақобат шароитларида Nestle истеъмолчилари ундан юқори сифатли сут маҳсулотларини арзон нархларда талаб қилмоқда. Бошқа кўплаб компаниялар каби, Nestle ҳам ўз маҳсулотлари сифатини ошириш имкониятларини топиш борасида доимий изланишлар олиб боради. Бу мақсадда компания раҳбарияти органолептик усул ёрдамида сут маҳсулотлари сифатини таҳлил қилишга қарор қилган бўлиб, бу усулнинг моҳияти сутнинг сифат хусусиятларини 100 балл шкаласида компания истеъмолчилари нуқтаи назаридан баҳолашдан иборат.

Топшириқ:

Органолептик усулни кўллаш асосида Nestle sutim ва Nestle Supermilk сут маҳсулотлари сифатини аниқлаш ва уларнинг сифатини ошириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш зарур.

II. ТИНГЛОВЧИЛАР УЧУН УСЛУБИЙ КЎРСАТМАЛАР

Муаммо:

Органолептик усул ёрдамида Nestle sutim, Nestle Supermilk сўт маҳсулотлари сифатини баҳолаш.

Топшириқлар

1. Истеъмолчи нуқтаи назаридан Nestle sutim ва Nestle Supermilk сўт маҳсулотларининг хусусиятларини ажратиб кўрсатинг.
2. Балл сеткаси ёрдамида Nestle sutim, Nestle Supermilk сўт маҳсулотларининг ҳар бир хусусиятини баҳоланг.
3. Nestle sutim, Nestle Supermilk сўт маҳсулотлари сифат умумий кўрсаткичини аниқланг ва уни эталон сўт маҳсулоти кўрсаткичи билан таққосланг.
4. Сўт маҳсулотлари сифатини ошириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқинг.

3- Кейс-стади

Монополияга қарши бошқарув

Самарқанд шаҳрида болалар велосипедини ишлаб чиқарувчи софмонополист сифатида фаолият юритади. Ҳисоб-китоб ва иқтисодий тадқиқотлар олиб бориш натижасида аниқландики, унинг Ялпи ишлаб чиқариш харажати динамикаси қуйидаги функция қонуниятига ўзгаради:

$$TC(Q) = 340 + Q^2$$

Q - маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми (минг дона)

Бу ерда: $TC(Q)$ - Ялпи ишлаб чиқариш харажатлари (миллион сўм).
Функциянинг маҳсулотга талаб қуйидаги функция орқали ифодаланди:

$$Q_D = 60 - P$$

Бу ерда: Q_D - талаб (минг дона йилига), P - бир дона Товар нархи (минг сўмда)

Аниқландигани ва таҳлил қилинадиган кўрсаткичлар бўйича топшириқларни талабалар 3 гуруҳга бўлиб бажарадилар ва охирида олинган натижаларни биргаликда таҳлил қилиб, умумий хулосалар қиладилар.

1-гуруҳ топшириқлари:

а) Монополистнинг оптимал монопол маҳсулот ҳажми, монопол нархи, монопол фойдаси оптималлик шартига кўра аниқланади. Ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмининг оптималлиги исботланади.

б) Оптимал, нуқтада монополист маҳсулотига талаб эластиклик коэффициентига кўра монопол нарх аниқланади ва оптимал монопол нарх билан солиштирилади ва хулоса қилинади.

в) Монополист маҳсулотига талаб эластик коэффициенти ошиб борганда монопол бозорни рақобатлашган бозорга яқинлашиши ўрганилади.

с) Чекли харажат, ўртача харажат ва фойда бўйича монополистнинг монопол кўрсаткичлари ДЕРНЕР индексига кўра ҳисобланади ва хулоса қилинади.

2- гуруҳ топшириқлари:

а) Монополистнинг оптимал маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми, нарх ва фойдаси 1-жадвални тўлдириб оптималлик шартига кўра аниқланади.

Ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажми Қ минг дона	Ўзгармас харажат Млн сўм	Ўзгарувчан харажат Млн. Сўм	Ялпи харажат Млн.сўм	Ялпи даромад Млн.сўм	Чекли даромад	Фойда
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						
19.						
20.						

Бу ерда ўзгармас харажат 340 млн сўм.

Ўзгарувчан харажат $VC=Q^2$,

Ялпи харажат $TC=FC+VC$,

Ялпи даромад $TR=PQ$ формулаларига кўра аниқланади.

б) Берилган кўрсаткичлар асосида рақобатлашган бозорнинг мувозанат кўрсаткичларини аниқлайди ва улар монопол бозор кўрсаткичлари билан таққосланиб таҳлил қилинади.

с) Истеъмолчиларнинг манаполиядан кўрга зарари (ортиқча харажати), нархлар ва маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмларидаги фарқлари аниқланади. Жамият зиммасига тушадиган “Ўлик юк” ҳисобланади ва хулосалар қилинади.

3-гуруҳ топшириқлари

а) Монополистнинг оптимал маҳсулот ҳажми, монопол нарх ва монопол фойда монополиянинг тузилган монопол фойда функцияси ёрдамида аниқланади, оптимал кўрсаткичлар исботланади.

б) Монополиядан кўрадиган жамият зарарини пасайтириш мақсадида “Адолатли фойдани” таъминловчи нарх назарий жиҳатдан график усулда аниқланиши таҳлил қилинади. Ундан фойдаланиш монополист фаолиятини

чекловчи нарх белгиланади, шу нархга кўра монополистнинг махсулот ишлаб чиқариш хажми, фойдаси аниқланади ва олинган кўрсаткичлар монополия кўрсаткичлари ҳамда рақобатлашган бозор кўрсаткичлари билан таққосланиб тахлил қилинади ва хулоса чиқарилади. (Бу ерда шу сохага яқин тармоққа қарашли фирмаларнинг рентабеллик даражаси ўртача харажатга нисбатан 12% тенг). Охирида 3 та гуруҳ олинган натижаларини биргаликда муҳокама қилади ва якуний хулосалар ишлаб чиқилади. Ҳар бир гуруҳдан бир киши гуруҳ номидан амалиёт дарсида тақдимот қилади. Ўқитувчи дарсга яқун ясаб, талабалар билимини баҳолайди.

Топшириқларнинг ечими:

1- гуруҳ топшириғи:

Маълумки, монополияда товар нархи чекли харажардан катта бўлади. Лекин, монополист махсулот хажмини белгилашда умимий оптималлик шартидан фойдаланади, яъни чекли даромадни чекли харажатга тенглиги шартидан:

$$MR=MC$$

Чекли харажатни ялпи харажат функциясида махсулот хажми бўйича ҳосила олиб топамиз:

$$MC = \frac{\Delta TC(Q)}{\Delta Q} = 2Q$$

Чекли даромадни топишдан олдин фирманинг ялпи даромадини кўйидаги формула бўйича топамиз:

$$TR = P \cdot Q$$

Тескари талаб функциясини топамиз

$$P = 60 - Q$$

Уни юқоридаги даромад функциясига кўйсак даромад функцияси кўйидаги кўринишда бўлади

$$TR(Q) = 60 \cdot Q - Q^2$$

Даромад функциясида ҳосила олиб чекли даромадни аниқлаймиз:

$$MR = \frac{\Delta TR(Q)}{\Delta Q} = 60 - 2Q$$

энди оптималлик шартидан фойдаланиб монопол махсулот хажмини, монопол нархни ва монопол фойдани аниқлаймиз:

$$60 - 2Q = 2Q$$

$$4Q = 60$$

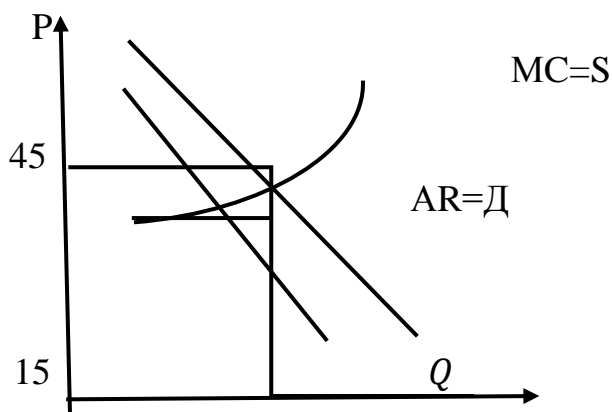
Демак фирма бир йилда $K_M = 15$ минг дона болалар велосипедини ишлаб чиқаради. Монопол нархни тескари талаб функциясида аниқлаймиз.

$$P_M = 60 - 15 = 45 \text{ минг сўм}$$

Монополист 1 та велосипедга 45 минг сўм нарх белгилайди. Бу ҳолда монопол фойда:

$$\pi_M = 45 \cdot 15 - (340 - 15^2) = 675 - 565 = 110 \text{ миллион сўм}$$

Ечимларни графикда тасвирлаймиз;



Агар фирма бир йилда 16 минг дона махсулот ишлаб чиқарди дейлик. У холда манапол нарх

$$P_m = 60 - 16 = 44 \text{ минг со`м бо`лади.}$$

Манапол фойдани ҳисоблаймиз;

$$\pi_1 = 44 * 16 - (340 + 16^2) = 704 - 594 = 108 \text{ млн. со`м}$$

Демак фирма бир йилда 16 минг дона махсулоти ишлаб чиқарса у 2 млн. сўм кам даромад олади.

Энди фирма йилига 14 минг дона махсулот ишлаб чиқарди дейлик. У холда унинг фойдаси

$$\pi_2 = 46 * 14 - (340 + 196) = 108 \text{ млн. сўм.}$$

Шундай қилиб фирма махсулот ҳажмини қисқартирса ҳам 2 млн. сўм зарар кўради.

Хулоса қиладиган бўлсак монополист бир йилда 15 минг дона махсулот ишлаб чиқарса максимал монопол фойда олади.

Монополистнинг оптимал нуқтадаги нарх бўйича талаб эластиклик коэффицентини ҳисоблаймиз. Бунинг учун эластиклик коэффицентини ҳисоблаш формуласидан фойдаланамиз;

$$E_D = -a_1 * \frac{P_m}{Q_m} = -1 * \frac{45}{15} = -3$$

Демак монополистнинг махсулотига талаб эластик, у товар нарҳини тушурса махсулотга талаб ошади. Лекин монополист товар нарҳини тушурмайди, чунки ортиқча махсулот чиқариш унинг фойдасини камайтириб юборади.

Агар бу чеклидаромадни қуйидагича ўзгартирсак

$$MR = \frac{\Delta(P*Q)}{\Delta Q} = \frac{\Delta P * Q + \Delta Q * P}{\Delta Q} = \frac{\Delta P}{\Delta Q} * Q + P = \left[\frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q} + 1 \right] P$$

Бу ерда $\frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q} = E$ эластиклик коэффицентига тенг бўлгани учун

$$MR = \left(\frac{1}{E} + 1 \right) * P$$

Бу муносабатни оптималлик сартига қўямиз

$$MC = \left(\frac{1}{E} + 1 \right) * P$$

Ўзгартiriшлар киритиб қуйидагини оламиз

$$\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E} (1) \text{ бу ерда } \varepsilon < 0.$$

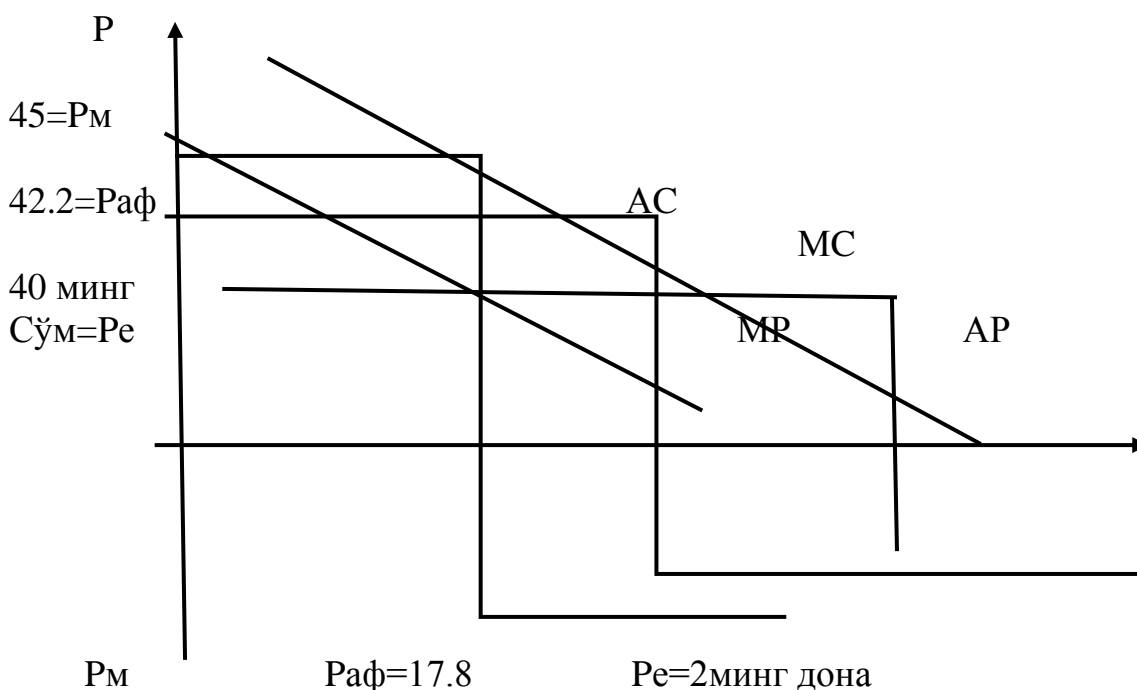
(1)- формуладан ко`риш мумкунки талаб эластиклик койфисентини канча катта бўлса манапол бозор шунча рақобатлашган бозорга яқинлашиб боради.

(1)- формуладан нархни топамиз;

$$\Pi = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E}}$$

Демак монополист махсулотига талаб эластиклик коэффиценти берилан бўлса биз монопол нархни аниқлашимиз мумкин. Бизни масалада $\varepsilon = -3$ бўлгани учун

$$P_M = \frac{2 * 15}{1 - \frac{1}{-3}} = \frac{30}{\frac{2}{3}} = 45 \text{ минг сўм.}$$



Монополистнинг монопол хокимиятини Лернер индекси ёрдамида аниқлаймиз:

$$L = \frac{P - MC}{\Pi}$$

Чекли харажатни аниқлаш қийин бо`лгани учун амлиётга ўзгача харажатдан фойдаланади

$$L = \frac{P - AC}{P} = \frac{45 - 37,7}{45} = 0,2$$

Фойда бўйича ҳисаблаймиз, формулани сурат ва махражни Q га кўпайтирамиз

$$L = \frac{(P - AC) * Q}{P * Q} = \frac{\Pi}{R}$$

Бу ерда L -фойда, R -даромад. Лернер индекси бойича монополист даромадида фойданинг улуши қанча катта бўлса. Монопол хоқимият шунча катта бўлишини билдиради.

$$\text{Бу ерда } L = \frac{110}{675} = 0.2$$

Фараз қилайлик тармоқдаги корхоналарни о`ртача рентабеллиги 12%га тенг. У холда 12% рентабелликда адолатли фойда келтирадиган нархни белгилаймиз:

$$\frac{P_{\text{аф}} - AC}{AC} = 0.12 / P_{\text{аф}} = 0.12 * AC + AC$$

$$AC = \frac{TC}{Q} = \frac{340 + K_2}{Q} = \frac{340 + 15.2}{15} = \frac{565}{15} = 37.7 \text{ минг сўм}$$

$$P_{\text{аф}} = 0.12 * 37.7 + 37.7 = 4.5 + 37.7 = 42.2 \text{ минг сўм}$$

$$P_{\text{аф}} = 42.2 \text{ минг сўм}$$

$$Q_{\text{аф}} = 60 - 42.2 = 17.8 \text{ минг дона маҳсулот}$$

$$\Pi = 42.2 * 17.8 - (340 + 17.8 * 2) = 751.2 - 656.8 = 94.4 \text{ млн сўм.}$$

Рақобатлашган бозор мувозанат ко`рсаткичлари:

$$Q_{\text{д}} = Q_{\text{с}}: \quad Q_{\text{д}} = AR = \frac{TR = 60 * Q - K_2}{Q} = 60 - Q$$

$$60 - Q = 2Q$$

$$3Q = 60 \quad K_{\text{с}} = MC \text{ ёки } MC = P = 2Q$$

$$Q = 20 \text{ минг дона.}$$

оптимал

$$\text{Нарх } P = MC = 2 * Q = 2 * 20 = 40 \text{ минг сўм.}$$

$$\Pi = 40 * 20 - (340 + 2 * 20^2) = 800 - 740 = 60 \text{ минг сўм.}$$

Хулоса.

1. Ҳақиқатдан ҳам монополист монопол маҳсулот ҳажмини аниқлашда умумий оптималлик шароитидан фойдаланади.

2. Монополист маҳсулотига талаб эластиклиги қанча катта бўлса монопол бозор рақобатлашган бозорга яқинлашиб боради.

3. Монополистнинг оптимал маҳсулоти ҳажми ва нарҳи унинг маҳсулотига бўлган талаб эластиклик коэффицентига боғлиқ. Шу сабабли монополист талаб эластиклик коэффицентидан фойдаланиб монопол нарх белгилаш мумкин.

	ТС	МС	ТР	МР	Фойда
1.	341	1	59	59	-282
2.	344	3	116	57	-228
3.	349	5	171	55	-178
4.	356	7	224	53	-132
5.	365	9	275	51	-90
6.	376	11	324	49	-52
7.	389	13	371	47	-18
8.	404	15	41+6	45	12
9.	421	17	459	43	38
10.	440	19	500	41	60
11.	461	21	539	39	78
12.	484	23	576	37	92
13.	509	25	611	35	102
14.	536	27	644	33	108
15.	565	29	675	31	110
16.	596	31	704	29	108
17.	629	33	731	27	102
18.	664	35	756	25	92
19.	701	37	779	23	78
20.	740	39	800	21	60

$$TC=340+Q^2$$

$$TR=(60-Q)Q$$

$$TR=60Q-Q^2$$

$$P_M=60-15=45$$

$$Q_M=15$$

$$Q_M=15$$

Назорат саволлари:

1. Соф монополия деганда нима тушунилади?
2. Соф монополиянинг вужудга келишига таъсир қилувчи омиллар.
3. Монопол рақобат бозори. деганда нима тушунилади?
4. Монопол ҳокимият нима?
5. Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи.
6. Монопол ҳокимият кўрсаткичи деганда нима тушунилади?
7. Монопол рақобат деганда нима тушунилади?
8. Олигополия деганда нима тушунилади?
9. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонуннинг моҳиятини тушунтиринг.

4-Кейс

Дастурий бошқарувга асосланган станоклар ишлаб чиқариш учун фирма президенти инновацион фаолият билан шуғулланувчи гуруҳга илгари ишлаб чиқарилган маҳсулотни такомиллаштириш ва бунда унинг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини оширишни назарда тутишга буюртма берди. Топшириқ олгач, тадқиқотлар бўлими раҳбари ходимлар олдида қуйидаги вазифаларни қўйди:

1. Гуруҳини бошқариш тузилмасини ишлаб чиқиш ва турли йўналишлар бўйича тадқиқотчилар гуруҳлари тузиш.

2. Ушбу соҳадаги энг малакали мутахассислардан ташаббускор гуруҳ тузиш ҳамда бўлим фаолиятининг мақсад ва вазифаларини белгилаб олиш.

3. Тадқиқотларнинг энг илғор усуллари ва ишни бажариш босқичларини аниқлаш:

- юзага келган вазиятни ўрганиш, мамлакат ичида ва хорижда керакли классдаги станоклар тайёрлаш бўйича маълумотлар тўплаш. Патент лойиҳаларини ишлаб чиқиш;

- тадқиқотларнинг кетма-кетликдаги режасини тасдиқлаш;

- янги станок моделини ишлаб чиқиш, уни танқидий муҳокама қилиш ҳамда бу моделнинг илғорлиги ва рақобатбардошлиги ҳақида якуний қарор чиқариш.

5 - Кейс

Самарали ва нормал иш фаолиятини ташкил қилиш, инновацион стратегияни ишлаб чиқиш учун ходимлар бўлими раҳбари фирма президентидан корхонани малакали ходимлар билан таъминлаш вазифасини олди.

Янги ходимлар бўлими функциялари бошқа анъанавий фаолият кўрсатувчи ходимлар бўлими функцияларидан фарқ қилишини ҳисобга олиб, президент белгиланган вазифаларни аниқ қилиб қўйди:

1. Ходимлар бўлими бошқарув тузилмасини тасдиқлаш ва инновацион стратегияларни ишлаб чиқиш.

2. Ходимларни танлаш ва жойлаштириш тамойилларини, ходимлар малакасини ошириш тизимини, корхонани инновацион тадқиқотлари учун зарур кадрлар билан таъминлаш тизимини ишлаб чиқиш.

3. Бунинг учун қуйидагиларни аниқлаш:

- ◆ кадрларга бўлган талаб;

- ◆ касб тайёргарлиги даражаси;

- ◆ меҳнатга ҳақ тўлаш даражаси.

4. Корхона жамоасида маънавий-психологик муҳитни шакллантириш услубиятини ишлаб чиқиш.

5. Корхона инновацион бошқаруви ходимлари меҳнатига ҳақ тўлаш ва уларга ижтимоий хизмат кўрсатиш тизимини яратиш.

6. Амал қилаётган иш билан таъминлаш тизимига баҳо бериш ҳамда корхонани инновацион фаолияти билан шуғулланувчи хизматчилари билан таъминлашнинг ички ва ташқи манбаларини аниқлаш.

Президентдан топширини олгач, ходимлар бўлими раҳбари бир қатор вазифаларни бевосита функционал бўлинмаларга топширди. Бунда у киритилувчи таклифлар муҳокама учун ходимлар бўлими Кенгашига киритилиш лозимлигини айтиб ўтди.

6- Кейс

Маълумки, қўшма корхона дастурий бошқарувга асосланган станоклар ишлаб чиқаради. Станокларни оммавий ишлаб чиқариш йўлга қўйилгач, бу маҳсулотларни ички ва ташқи бозорга чиқариш вазифаси кўндаланг бўлди. Бироқ қўшма корхона Россия ҳудудида фаолият кўрсатади, унинг ходимлари эса рақобат учун жуда муҳим бўлган бу масалада унчалик тажрибага эга эмас, чунки маҳсулот Россия ҳудудида ва хорижга режа-буйруқ асосида жўнатилади эди. Ягона қийинчилик маҳсулотни ўз вақтида истеъмолчига жўнатиб юбориш эди, холос.

Ҳозирги пайтда маҳсулотнинг рақобат кучли бўлган Европа бозорларига чиқарилиши сабабли корхона президенти сотув бўлимига вазиятни таҳлил қилиш ҳамда товарни силжитишни жадаллаштириш бўйича мас келувчи тадбирларни қўллаш вазифасини топширди. Аниқ ва муайян вазифалар ҳам белгиланди, хусусан:

1. Янги станок моделини оммавийлаштириш бўйича маҳаллий реклама органлари қандай ишлашини баҳолаш.

2. Савдо агентларини аттестациядан ўтказиш, уларнинг ишбилармонлик хислатларини баҳолаш ва уларнинг станокларни бозорга чиқаришдан қанчалик манфаатдор эканликларини аниқлаш.

3. Қўшма корхона маҳсулотларини сотиш билан шуғулланувчи воситачилар доирасини аниқлаш.

4. Бозордаги савдогарлар функцияларини, уларнинг меҳнати қанчалик интенсивлигини аниқлаш.

5. Корхона маҳсулотини силжитишнинг энг самарали усулларини танлаш.

6. Қилинган таҳлил натижалари бўйича олдиндан инновацион бошқарув бўлимлари ходимлари билан муҳокама қилгандан сўнг корхона президентига доклад қилиш ва станокларни бозорга силжитиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш.

7- Кейс

Маълумки, қўшма корхона, бошқа ҳар қандай корхона каби, инновацион тадқиқотлар бўлимини ташкил қилмасдан фаолият кўрсата олмайди. Инновацион фаолият масаласи кутиб тура олмаслиги сабабли қўшма корхона президенти иқтисодий масалалар бўйича вице-президентга корхона инновацион фаолиятини бошқариш тузилмасини ишлаб чиқиш, ушбу бўлим бажариши лозим бўлган функцияларни ҳисобга олган ҳолда бўлим учун кадрларни танлаб олиш вазифасини топширди.

Ўз навбатида вице-президент ушбу бўлим раҳбарига бошқарув тузилмасини ишлаб чиқиш, бўлим фаолияти турларини аниқлаш ва бундан келиб чиқувчи вазифаларни белгилаш вазифасини топширди:

1. Бўлимни бошқариш тузилмасини ишлаб чиқиш.
2. Кадрларни танлаш ва ўқитиш.
3. Бўлимда ички фаолият турларини аниқлаш.
4. Ишлаб чиқариш ҳаражатларини аниқлаш, материал сарфи ва юклама ҳаражатларни ҳисобга олиш тартибини белгилаш.
5. Товар захиралари ва уларнинг айланмаси тезлиги, товар захираларини назорат қилиш усулларини таҳлил қилиш.

6. Режалаштириш ва назорат мақсадида маркетинг тадқиқотлари бюджетини ишлаб чиқиш:

- ◆ бюджетни ишлаб чиқиш мақсадлари;
- ◆ бюджетни тайёрлаш бўйича ишларни ташкил этиш;
- ◆ қўшма корхонанинг бошқа бўлимлари билан инновацион фаолият бўлимининг алоқаси;
- ◆ касса бюджети ва ундан нақди пулни бошқаришда фойдаланиш.

7. Капитал ҳаражатлар режасини баҳолаш:

- ◆ ишлаб чиқаришнинг асосий воситаларига қўйилмалар ҳажми;
- ◆ капитал ҳаражатларни режалаштириш;
- ◆ капитал қўйилмалар ҳажмига таъсир кўрсатувчи омиллар;
- ◆ капитал ҳаражатларни тежашни баҳолаш усуллари.

8. Корхонанинг инновацион фаолияти ҳақида ҳисобот тузиш жараёнини ишлаб чиқиш. Вазиятли масалани қўшма корхонанинг инновацион фаолият бўлими ва экспертлар йиғилишида кўриб чиқиш ҳамда унинг фаолияти бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш зарур. Вазиятни таҳлил қилиш ва услубий тавсиялар ишлаб чиқиш учун 24 соат вақт ажратилади.

8 - Кейс

Корхонанинг инновацион портфели унга кирувчи, амалга ошириш учун кўриб чиқишга қабул қилинган ҳақиқий лойиҳалар ва дастурлар мажмуасидан иборатдир. Уни бошқаришнинг асосий мақсади корхона инвестицион сиёсатини уни ривожланишининг ҳар хил босқичида самаралироқ амалга оширишдан иборатдир. Портфелни шакллантираётиб, сармоядор ўзи томонидан танланган инвестицион стратегия доирасида қуйидаги саволларга жавоб топиши керак: Корхона қандай аниқ лойиҳаларни қабул қилиши керак? Инвестицион режа ва бюджетда капитал киритмаларнинг қандай умумий ҳажмини кўзда тутиш керак? Корхонанинг инвестицион портфели қандай манбалардан молиялаштирилиши керак?

Ушбу саволларга жавоблар яқиндан боғланганлар. Муаммо эса капитал ҳаражатларнинг қайси турлари маблағларнинг мавжуд манбаларидан молиялаштирилишининг оддий ечимидан иборатдир, чунки жалб қилинган қарз маблағларининг ҳажми корхона раҳбариятининг назорати остида бўлади. Шунинг учун инвестицион лойиҳа ва уни молиялаштириш манбаларини танлаш энг яхши ҳолда биргаликда қабул қилиниши керак. Лойиҳани танлашнинг худди шундай мезонлари уни амалга ошириш учун зарур бўлган сармоялар (шахсий ва молия бозоридан жалб қилинганлар)нинг қийматини ҳисобга олмасдан белгиланиши мумкин эмас. Шаклланган инновацион портфелнинг самарадорлигини таҳлил қилиш ушбу саволларга тўғри жавобларни беришга имкон беради.

Янги ходимлар бўлими функциялари бошқа анъанавий фаолият кўрсатувчи ходимлар бўлими функцияларидан фарқ қилишини ҳисобга олиб, президент белгиланган вазифаларни аниқ қилиб қўйди. Яни, Ҳақиқий инвестициялар портфелини бошқаришда капитал киритмаларнинг қуйидаги хусусиятларини ҳисобга олиш зарурлигини кўрсатди.

1. Уларни амалга ошириш катта моддий ва пул ҳаражатлари билан боғлиқлиги.

2. Капитал киритмалардан қайтарилишни келажакдан бир қатор йиллар давомида олиш мумкинлиги.

3. Капитал киритмаларнинг башоратида албатта хатар ва ноаниқлик элементлари мавжудлиги.

4. Одатда капитал киритмалар сифатида кўриб чиқиладиган инвестициялар ишлаб чиқариш қувватларини кенгайтириш, янги усулларни харид қилиш ва корхонанинг ўз стратегик ва тактик мақсадларига эришиш қобилиятини ошириш билан бевосита боғлиқ бошқа капитал ҳаражатларни кўзда тутиши.

Президентдан топшириқни олгач, ходимлар бўлими раҳбари бир қатор вазифаларни бевосита функционал бўлинмаларга топширди. Бунда у киритилувчи таклифлар муҳокама учун ходимлар бўлими Кенгашига киритилиш лозимлигини айтиб ўтди.

1 – Вазиятли топширик

Инновацион менежментда назорат

Назорат – инновацион менежментнинг корхона иши натижаларини миқдорий ва сифатли баҳоланишини ҳисобга олиш билан боғлиқ муҳим вазифасидир. У тескари алоқага эга тизимдан иборат бўлади, унинг мақсади ташкилот томонидан кўйилган мақсадларга эришишни таъминлашдан иборат. Назорат – бу стандартлар ва солиштириш базасини белгилаш, тизимга киришларни тадқиқот қилиш, натижаларни меъёрий база билан солиштиришни ташкил қилиш, четга чиқишлар ва уларни йўл кўйиладиган даражасини белгилаш, ҳамда натижаларни якуний ўлчаш бўйича турли туман тадбирлар тизимидир.

Назорат тескари алоқага эга жараён бўлади, яъни тизимга киришдаги натижаларнинг миқдорий ўлчаниши чиқишдаги параметрлар ва ташқи ва ички муҳит таъсири омилларини баҳоланиши билан боғланади.

Саволлар:

1. Янгиликларни амалга оширишдан режалаштиришгача нисбатан пастроқ фойда олиниши қандай изоҳланади?
2. Янгиликни ишлаб чиқишдаги назоратни таомиллаштириш қандай шартларни илгари суради?

2 - Вазиятли топширик

Инновацион менежментда қарорлар қабул қилиниши

Қарорлар қабул қилиниши инновацион менежментда якуний тадбир бўлади. менежментнинг кўпгина вазифаларини муҳим аҳамиятга эгаллашга қарамасдан, худди қарорлар эҳтимол бўлган ижобий ва салбий натижаларга олиб келадилар. Қарорлар қабул қилиш тадбирлари менежментдан ахборотларни тўлиқлиги, менежернинг кўпроқ омилкорлигини талаб қилади хатарни ва жавобгарликни қабул қилиниши билан таърифланади.

Илмий ва амалий инновацион фаолият кўпроқ даражада ижодий жараён бўлади, унинг учун фаросатли қарорларни қабул қилиниши хосдир. Хорижда ижодий жараёнда қарорлар қабул қилишга ҳаракатлар экзистенциал менежмент категориялари билан баён қилиниши тасодиқий эмас. Олим, кашфиётчи, инновацион менежерда қарорларнинг катта қисми чуқур онгсиз қилинган жараёнларга асосланган, улар четдан стихияли ва мантиқсиз кўринадилар. Аммо тадқиқотчиларнинг борган сари кўпроғи “ақлий ҳужум”, “беихтиёр мулоҳазаларнинг йиғиндиси”, “мантиқсиз фикрлар ва кутилмаган фикрлар тўплами” ва бошқалар каби илмий ғояларни ишлаб чиқиш усулларига эътибор қаратадилар. Вазифавий фикрлаш ва қарорлар қабул қилишни креатив ва экзистенциал менежмент ҳақиқат, эҳтиёжлар, бойликлар табиатга нисбатан чуқур дунё қарашлар, эстетик ва маънавий – ахлоқий тасаввурлар билан боғлайди. Ушбу нуқтаи назардан қарорлар қабул

қилиниши объектнинг индивидуаллиги (бир нарсани иккинчисидан ажратувчи хусусиятларга эгаллиги), уни ноёблиги ва қайтарилмаслигини англашдан иборатдир.

Саволлар:

1. Қарорларнинг характери ва фаолият турлари инновацион менежмент даражалари бўйича қандай тақсимланади?
2. Инновацион фаолиятни ташкил қилишнинг бошқарув вазифаси сифатидаги вазифаси нимада кўрасиз?
3. Корхона раҳбари 15 йилдан сўнг 100 млн. Фойда олишни режалаштирди. Бу қандай қарор ҳисобланади?

3 - Вазиятли топшириқ

Инвестициялар портфелини бошқариш

Корхонанинг инновацион портфели унча кирувчи, амалга ошириш учун кўриб чиқишга қабул қилинган ҳақиқий лойиҳалар ва дастурлар мажмуасидан иборатдир. Уни бошқаришнинг асосий мақсади корхона инвестицион сиёсатини уни ривожланишининг ҳар хил босқичида самаралироқ амалга оширишдан иборатдир. Портфелни шакллантираётиб, сармоядор ўзи томонидан танланган инвестицион стратегия доирасида қуйидаги саволларга жавоб топиши керак: Корхона қандай аниқ лойиҳаларни қабул қилиши керак? Инвестицион режа ва бюджетда капитал киритмаларнинг қандай умумий ҳажмини кўзда тутиш керак? Корхонанинг инвестицион портфели қандай манбалардан молиялаштирилиши керак?

Ушбу саволларга жавоблар яқиндан боғланганлар. Муаммо эса капитал харажатларнинг қайси турлари маблағларнинг мавжуд манбаларидан молиялаштирилишининг оддий ечимидан иборатдир, чунки жалб қилинган қарз маблағларининг ҳажми корхона раҳбариятининг назорати остида бўлади. Шунинг учун инвестицион лойиҳа ва уни молиялаштириш манбаларини танлаш энг яхши ҳолда биргаликда қабул қилиниши керак. Лойиҳани танлашнинг худди шундай мезонлари уни амалга ошириш учун зарур бўлган сармоялар (шахсий ва молия бозоридан жалб қилинганлар)нинг қийматини ҳисобга олмасдан белгиланиши мумкин эмас. Шаклланган инновацион портфелнинг самарадорлигини таҳлил қилиш ушбу саволларга тўғри жавобларни беришга имкон беради.

Саволлар:

1. Ҳақиқий инвестициялар портфелини бошқаришда капитал киритмаларнинг қандай хусусиятларини ҳисобга олиш зарур?
2. Инвестицион фаолиятнинг асосий мақсадларига эришиш жараёнида қандай вазифалар ҳал қилинади?
3. Капитал инвестициялар киритиш жараёнида корхона молиявий ҳолати орқасидан кузатишнинг асосий объектларига нималар киради?

4-вазиятли топширик

Инвестициялар киритиш қоидалари

Инвестициялар киритишнинг барча шаклларидаги муваффақиятларнинг умумийроқ шартлари қуйидагилардан иборат:

- керакли ахборотларни йиғиш;
- сармоядор кизиқаётган соҳалар бўйича бозор ҳолатининг истиқболларини башоратлаш;
- инвестицион товарлар бозоридаги ҳулқ стратегиясини танлаш;
- инвестицион тактикага ва шунингдек стратегияга ҳам эгиливчан жорий тузатишлар киритиш.

Инвестициялар киритишнинг энг самарали усулини танлаш эҳтимол бўлган вариантларни аниқ белгилашдан бошланади.

Муқобил лойиҳалар навбатма навбат бир бирлари билан солиштириладилар ва улардан даромадлиқ, хавфсизлик ва ишончилик нуқтаи назаридан энг яхшиси танлаб олинади. Инвестиция киритиш ҳақидаги масалани ҳал қилишда сармояларни қаерга: ишлаб чиқаришга, кўчмас мулкка, қимматбаҳо қоғозларга, қайта сотиш учун товарлар харид қилишга ёки валютага киритиш фойдалироқлигини аниқлаш мақсадга мувофиқдир. Шунинг учун инвестиция киритишида амалиёт томонидан танлаб олинган қуйидаги қоидаларга риоя қилиш тавсия этилади.

1. Муддатларнинг молиявий муддатлар тамойили (“олтин банк қоидаси”) дейдики: маблағларни олиш ва тақсимлаш белгиланган муддатларда содир бўлиши керак, ўзини ўзи оқлашининг узоқ муддатларига эга капитал киритмаларни узоқ муддатли маблағлар (узоқ муддатли банк кредитлари ва тўлашнинг узоқ муддатларига эга облигацияли қарзлар) ҳисобига молиялаштириш мақсадга мувофиқдир.

2. Хатарларнинг мувофиқлаштирилганлик тамойили – айниқса хатарли инвестицияларни шахсий маблағлар (соф фойда ва амортизацион ажратмалар ҳисобига молиялаштириш мақсадга) мувофиқдир. Ушбу ҳолда корхона ўзини ўзи молиялаштириш тамойилига риоя қилади ва ўзини қўшимча қарзли мажбуриятлар билан боғламайди.

Энг юксак рентабеллик қоидаси – сармоядорга энг катта (энг юксак) даромадлиқка эришишни таъминловчи капитал киритмаларни танлашни тавсия қилади.

Саволлар:

1. Ҳақиқий лойиҳаларга инвестициялар киритиш – вақт бўйича қандай жараён ҳисобланади?

2. Лойиҳаларнинг хатарлигини – ҳаражатларнинг ўзини ўзи оқлаш муддати қанчалик узун бўлса, инвестицион хатар юқори бўладими ёки пастми?

3. Лойиҳанинг сармоялар киритишнинг муқобил вариантларига нисбатан хатарнинг кичикроқ даражасида даромадни кўпайиши ва компания акциялари курси қийматини ўсиши нуқтаи назаридаги ўзига жалб қила олишлиги ким учун белгилаб берувчи ҳисобланади?

5-вазиятли топширик

Инновацияларни ташкил қилиш

Иқтисодий ривожланишни инновацион йўналтирилганлиги, технологик янгилинишнинг ўсиб бораётган зарурияти инновацион фаолиятда ташкил қилиш тамойиллари ва таркибий-ташкилий ўзаро алоқаларга аниқ ва мос келишнинг муҳимлигини таъкидлайди. Гап инновацион импульсларни иқтисодий ҳақиқатга киритишнинг мувофиқ йўллари қидириб топиш ҳақида кетмоқда. Тушунарлики, инновацион ўзгаришларни кенгайтириб боргани сари инновацион ривожланишнинг вазифавий – элементар базасини илмий асосланган шаклланиши талаб қилинади.

Инновацияларни ташкил қилиш ўз ичига учта асосий жиҳатларни олади:

- инновацион фаолиятнинг янгиликларини ишлаб чиқиш, тадбиқ этиш ва ишлаб чиқаришни биргаликда амалга оширувчи одамларнинг бирлашмаси бўлган субъектни;
- Ташкилотнинг инновацион фаолиятдаги зарурий вазифаларни бажаришга қаратилган жараёнлари ва ҳаракатларининг мажмуасини;
- Тизимни ички тартибга солинганлиги ва унинг элементлари тизимчалари ўртасидаги ўзаро алоқаларни такомиллашувини таъминловчи тузилмаларни.

Саволлар:

1. Инновацион корхоналар яна улар фаолиятининг объекти бўлган инновацияларнинг устувор турига кўра қандай фарқланади?
2. Янги илмий кашфиётлар, қўллашнинг янги усуллари ва пионерли (биринчи) кашфиётларни мўлжалловчи етакчи инноваторлар ким?
3. Олдин қилинган кашфиётлар асосидан тубдан янги жараёнлар ва маҳсулотларни яратувчи етакчи инноваторлар ким?

6-вазиятли топширик

Корхоналардаги инновацион фаолиятнинг зарурлиги

Мамлакатимиз корхоналаридаги кўп йиллар давомида мавжуд бўлган режалаштириш амалиётининг таҳлили уни корхона режасини ишлаб чиқишга эмас, балки шакллантириб бўлинган режавий вазифани бажаришга қаратилганлигини кўрсатади. Бу авваллари саноат корхоналари фаолият юритган объектив сабаблар, ҳамда иқтисодиётни ривожланишининг олдинги босқичида корхоналар олдида турган вазифалар билан изоҳланади. Чамаси бундай амалиёт хўжалик юритишнинг ҳозирги шароитларига мос келмаса керак.

Ҳозирги пайтдаги корхона иқтисодиёти учун хос бўлган мураккаб ҳолат аввал амалда бўлган бошқарувнинг маъмурий буйруқбозлик тизими билан боғлиқдир. У ресурсларни ишлаб чиқаришнинг ҳақиқий эҳтиёжларини ҳисобга олмасдан марказлаштирилган ҳолда режалаштириш ва тақсимлаш, давлат бюджети ҳисобидан ишлаб чиқариш инвестицияларини текинга молиялаштириш, ишлаб чиқарувчиларнинг яқка ҳокимлиги, мулкчиликнинг давлат шаклидан фарқланувчисининг йўқлиги ва хўжалик юритишнинг бир

турдаги шакларини кўзда тутди. Яна қуйидагилар мавжуд бўлган: бошқарувнинг кўп босқичи тузилмаси ва фаолиятнинг якуний натижаларидан олинган даромадлар ва инвестициялар боғлиқлигини йўқлигидан келиб чиққан муассасавий узилиш ва ишлаб чиқариш жараёни иштирокчиларининг ажралиб қолиши.

Саволлар:

1. Корхонадаги стратегик инновацион режалаштиришнинг объекти қандай фаолиятдан иборат бўлади?
2. Корхонадаги стратегик инновацион режалаштиришнинг объекти нимадан иборат?
3. Инновацион стратегиянинг моҳияти нимадан иборат?

7-вазиятли топшириқ

Инновацион ташиқлотнинг патент лицензияли фаолияти

Халқаро даражадаги ақлий мулкни ҳуқуқий тартибга солишни вужудга келишини Саноат мулкни муҳофаза қилиш, патентлар, товар номларидан фойдаланиш, шу жумладан улардан ноқонуний фойдаланилганлик учун жазолаш бўйича тadbирлар Париж конвенцияси (1883й) боғлайдилар. Ақлий мулкка ҳуқуқ III иқтисодий, социал ва маданий ҳуқуқлар бўйича халқаро пактда белгилаб берилган. Бизнинг давлатимиз кашфиётга мамлакат устуворлигини ҳимояланишини таъминлаш мақсадида Париж конвенциясига қўшилган. Ҳозирги вақтда Ўзбекистон қонунчилик бу соҳадаги кўпгина халқаро ҳуқуқий ҳужжатларнинг мазмуни ва йўналишини акс эттиради. Кашфиётларни хорижий патентлантиришда марказий ўринни конвенцион устуворликни тақдим этиш ҳақидаги масала эгаллайди. Гап конвенция иштирокчиси бўлган мамлакатлардан бири томонидан патентлаштиришга дастлабки ариза берган санани эътиборга олиш ҳақида кетаяпти, у ушбу дастлабки аризани берган кундан бир йилдан кўп бўлмаган чегарада белгиланади. Бундан кашфиётнинг янгилиги ушбу мамлакатда ариза берилган кундан эмас, балки дастлабки ариза кундан бошлаб белгиланади. Бу имтиёзли (бир йил) кашфиётдан фойдаланишининг тижорат имкониятини белгилаш (масалан, лицензияларни сотиш), хорижда аризаларни расмийлаштириш учун зарур материалларни синчиқлаб тайёрлаш, кашфиётнинг рекламасини амалга ошириш имкониятини беради. Конвенция кашфиётларга, агар улар халқаро кўргазмалар ва ярмаркаларда намоёиш қилинсалар, вақтинчалик (бир йил давомидаги) ҳимояни беради.

Саволлар:

1. Қандай кашфиётлар фойдали моделлар сифатида ҳимояланмайдилар?
2. Лицензиядан фойдаланиш ҳуқуқлари характери ва ҳажми бўйича қандай турларга бўлинадилар?

8-вазиятли топширик

Инновацион лойиҳалаштиришнинг асослари

Иқтисодиётга лойиҳаларни бошқаришнинг нисбатан янги концепцияси (Project Management) жадал равишда кириб келмоқда. Бу концепциянинг асосини лойиҳасига ҳар қандай тизимнинг вақт ва маблағлар сарфланиши билан боғлиқ дастлабки ҳолатини ўлчашга қараш ташкил қилади. Олдиндан ишлаб чиқилган дастурлар бўйича бюджет ва вақтли чегаралашлар доирасида амалга оширилган бу ўзгаришлар жараёни эса – лойиҳаларни бошқаришдир. Ҳозирги вақтга келиб лойиҳаларни бошқариш барча саноати ривожланган ва янги саноатли мамлакатларда инвестицион фаолият методологияси томонидан тан олинган. Мамлакатимиз амалиётида бу концепция дастурий – мақсадий дастурлар (ДМД)ни қўлланилишида ўз аксини топган.

“Инновацион лойиҳа” тушунчаси қуйидагича кўриб чиқилиши мумкин:

- инновацион фаолиятни мақсадли бошқариш шакли;
- инновацияларни амалга ошириш жараёни;
- ҳужжатлар мажмуаси.

Инновацион лойиҳа инновацион фаолиятни мақсадли бошқаришни шакли сифатида фан ва техникани устувор йўналтирилган ривожлантиришнинг аниқ мақсадлари (вазифалари)га эришишга қаратилган тадбирларнинг ресурслар, муддатлар ва ижрочилар бўйича ўзаро асосланган ва ўзаро боғланган мураккаб тизимидан иборатдир.

Инновацияларни амалга ошириш жараёни сифатида – бу инновацияларга олиб келувчи илмий, технологик, ишлаб чиқариш, ташкилий, молиявий ва тижорат тадбирларини белгиланган изчилликда бажариладиган мажмуасидир.

Шунинг билан бир вақтда инновацион лойиҳа – бу лойиҳа мақсадларини амалга ошириш учун зарур бўлган техник, ташкилий, режавий ва ҳисоблаш – молиявий ҳужжатларнинг йиғиндисидир.

Саволлар:

1. Ҳар қандай даражадаги инновацион лойиҳа қандай бўлинмаларни ўз ичига олиши керак?
2. Шартномани ёпиш қандай босқичларда ўтказилади?
3. Ижрочи молиявий ҳисоботини текшириш ўз ичига нималарни олади?
4. Паспортлаштириш шартномани ёпишни ташкил қилишнинг муҳим элементларидан иборатдир. У қандай изчилликда ўтказилади.

VII. ГЛОССАРИЙ

Инновациялар бенчмаркетинги – бошқа тадбиркорлар бизнесини ўзининг инновацияларини ишлаб чиқиш учун асосий таърифларини аниқлаш мақсадида ўрганиш.

Бизнес-инкубатор- корхона (бўлим, лаборатория)нинг бизнеснинг янги шакллари ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи таркибий бўлинмаси.

Инновацияларнинг бизнес жараёни- вақтда ва жойда ишлашнинг боши ва охири кўрсатилишига эга тартибга солинган мажмуаси.

Бизнес жараён –реинжиниринг- хўжалик жараёнини ташкил қилиш ва бошқа тизимини мувофиқлаштириш, у бутун жараённи мўлжаллаш тамойиллари, сифатли сакраш, ахборот маҳсулотларининг самарали технологияларидан фойдаланишга асосланади.

Инновациялар брендлинг brand – тамға (фабрика маркаси)- янги маҳсулот ва операцияларнинг характерли (моддий ва номоддий) хусусиятлари тизими, у истеъмолчининг онгини шакллантиради, бу инновациянинг, ҳамда унинг ишлаб чиқарувчиси ва сотувчисининг бозордаги ўрнини белгилайди.

Бренд стратегия - хўжалик юритувчи субъект обрўси (имижи)ни бозорда уни брендини илгари силжитиш асосида мажмуавий ишлаб чиқиш.

Венчурли – (инг. venture – журъат қилмоқ, таваккал қилмоқ) сармоялар-сармояларни хатарли киритиш.

Танлов – ўйиннинг партияда ҳақиқатдан ҳам танланган вариантини билдирувчи элементи.

Хавфларнинг таҳлили – бўлғувси (иқтисодий, сиёсий, ҳарбий, экологик ва ҳ.к.)ҳолатларнинг таҳлили . Хавфларнинг таҳлили бу яна рақиблар томонидан эҳтимол бўлган тажовузкорликнинг таҳлили ҳамдир.

Таҳлилий модель – фундаменти қонунлар ва тамойиллар асосида оператив натижаларни олдиндан айтиб беришга имкон берувчи модель.

Аналогия (грек analogia ўхшашлик)- иккита объектларнинг яққол ўхшашлиги ёки уларнинг шакллари ва вазифаларининг мантикий алоқа ва ёки эквивалентлик йўқлигидаги ўхшашлиги. Кейинги аналогияни модельдан фарқлантиради.

Инновацияларнинг диффузияси (лот. Diffusion тарқалиш , олиб кетиш)- бир марта ўзлаштирилган инновацияларни тарқалиши .

Фараз – тўлиқ бўлмаган маълумотлар асосидаги мулоҳаза .

Инновацияларнинг яшаш даври – вақтнинг белгиланган даври , унинг давомида инновациялар бозорда фаол яшаш қобилятига эга бўладилар ва ишлаб чиқарувчи ёки сотувчига фойда ва ёки бошқа ҳақиқий фойдани келтирадилар .

Инвестициялар – пулли баҳога эга, тадбиркорлик ва /ёки бошқа фаолиятга фойда олиш ва /ёки бошқа фойдали самарага эришиш мақсадида киритиладиган пул маблағлари, қимматбаҳо қоғозлар, бошқа мулк, шу жумладан мулкый ҳуқуқлар.

Инновациялар инжиниринги (инг. engineering – кашфиётчилик, билим) – бу ўз ичига инновацияларни яратилиши, амалга оширилиши,

илгарига қараб силжитилиши ва диффузиясини олувчи инновацион лойиҳани яратиш бўйича ишлаб ва хизматларнинг мажмуасидир.

Инклюзив (фр. *inclisif* – ўз ичига олувчи)- менедмежтларнинг кенгрок доирасига тарқалувчи.

Инкубатор (лот. *Inkubore* – жўжаларни босиб чиқариш)- корхона (бўлим, лаборатория)нинг бизнес (яъни тадбиркорлик)нинг янги шакллари ёки технологияларнинг янги турларини ишлаб чиқиш билан шуғулланувчи таркибий бўлинмаси.

Инновацион фаолият – яқунланган илмий – техник ютуқлар ва ишлаб чиқишлар натижаларини амалга ошириш ёки бозорда сотилаётган янги ёки такомиллаштирилган маҳсулотлардаги бошқа илмий – техник ютуқлар, амалий фаолиятда фойдаланадиган янги ёки такомиллаштирилган технологик жараёнга қаратилган жараён, ҳамда унинг билан боғлиқ қўшимча илмий тадқиқотлар ва ишлаб чиқишлар.

Инновацион инфратузилма (лот. *Infra* – ойида + *struktura* – тузилма қурилма) - инновацион фаолиятни амалга оширишга кўмаклашувчи ташкилотлар (муассасалар), яъни бўйсунуш ва ёрдамчи характерга эга бўлган, инновацияга хизмат қилувчи ва инновацион жараённи меъёрий ўтиши шароитларини таъминловчи ташкилотлар (муассасалар) мажмуаси. Инфратузилманинг таркибига инновацион технологик марказлар, технологик инкубаторлар, технопарклар, ўқув – ўйин марказлар ва бошқа ихтисослашган ташкилотлар киради.

Давлатнинг инновацион сиёсати – давлатнинг иўлаб чиқаришга маҳсулотларнинг янги турларини ишлаб чиқариш ва шу асосда мамлакат товарларини сотиш бозорларини кнга йтириш мақсадида таъсир кўрсатиш шакллари, усуллари ва йўналишлари йиғиндиси.

Инновацион дастур – ресурслар, ижрочилар ва уларни амалга ошириш муддатлари бўйича келишилган ва тубдан янги маҳсулотлар технологияларни ўзлаштириш ва тарқатиш бўйича масалаларни самарали ҳал қилинишини таъминловчи инновацион лойиҳалар ва тадбирларнинг мажмуаси.

Инновацион спираль (лот. *spira* – бурилиш, қайтариш қаердадир)- инсониятни туғилиши тонгидаги қайндайдир бошланғич нуқтадан доимий равишда тезлашиб боровчи ўрамларни қилувчи эгри чизик, улар вақтда доимий равишда тезлашиб борадилар.

Инновацион муҳит - инновациларни яратилиши, амалга оширилиши ва илгари сурилишини ўраб турувчи ҳолат.

Инновацион соҳа – инновацион маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) ни ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларни, ўз ичига инновацияларни яратиш ва тарқатишни олувчи фаолият соҳасидир.

Инновацион контур (ташқи кўриниши) – миллий хўжаликларни жаҳон иқтисодиётига интеграцияларига кўмаклашувчи янги технологияларни яратиш ва ўзлаштириш соҳаси. Бу технологияларга информатика, соғлиқни сақлаш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва бошқалар кирадилар.

Инновацион салоҳият – ўз ичига инновацион фаолиятни амалга ошириш учун зарур бўлган моддий, молиявий, ақлий, ахборот, илмий-техник ресурсларни олувчи ресурсларнинг ҳар хил турлари мажмуаси.

Инновацион маҳсулот – инновациянинг худди ўзи.

Инновацион жараён – инновацион фаолиятнинг худди ўзи.

Инновацион хатар – сармояларни янги маҳсулотлар ва янги технологияларни амалга оширишга жуда катта (одатда капитал киритмаларга нисбатан 1000 %дан кўпроқ) фойда олиш ниятида ва бу операциялар, маҳсулотлар, технологияларни амалга оширишнинг жуда қисқа (1 ойдан кўп бўлмаган) муддатга ихтиёрий киритиш билан боғлиқ хатар.

Инновация (инг. Innovation – янгилик киритиш, айнан “инновацияга инвестицияга киритиш”ни билдиради)- бозорда сотилаётган янги ёки такомиллаштирилган маҳсулот, амалий фаолиятда фойдаланиладиган янги ёки такомиллаштирилган технологик жараён кўринишида амалга оширилган инновацион фаолиятнинг якуний натижаси.

Интуиция (лот. Intuery – диққат, эътибор билан қараш) – бевосита, худди тасодифийдан мантикий ўйлаб кўрмасдан муаммонинг тўғри ечимини топиш қобилияти.

Ахборот маҳсулоти - сақлаш, қайцта ишлаш ва узатиш объекти бўлган маълумотларнинг материаллаштирилган шакли.

Интеграция – (лот. Interatio - такрорлаш) - ўхшашлар, сериясида қандайдир математик операцияларни қўлланиши олувчи натижа.

Илмий (илмий-техник) йўналиш – фаннинг қандайдир соҳаси ривожланишининг муҳим масалаларини ҳал қилишга қаратилган йирик мустақил илмий иш.

Новация – (лот. novation –ўзгариш, янгиланиш) олдин бўлмаган қандайдир янгилик. Фуқаролик ҳуқуқи бўйича новация томонларнинг улар томонидан тузилган катта мажбуриятни бошқа мажбурият билан алмаштирилиши ҳақидаги битимини билдиради.

VIII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар.

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-5544-сонли Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги 2019 йил 27 августдаги ПФ-5789-сонли Фармони.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълим муассасаларида таълим сифатини ошириш ва уларнинг мамлакатда амалга оширилаётган кенг қамровли ислохотларда фаол иштирокини таъминлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2018 йил 5 июндаги ПҚ-3775-сонли қарори.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. Т.: “Халқ сўзи” 28.12.2018.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҲАРАКАТЛАР СТРАТЕГИЯСИ” Фармони.

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълимдан кейинги таълим тизимини янада такомиллаштириш тўғрисида”ги 2017 йил 16 февралдаги № 4958-сонли Фармони.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2017 йил 20 апрелдаги № 2909 -сонли Қарори.

8. Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг “Олий таълим вазирлигининг «Янги ўқув услубий мажмуаларни тайёрлаш бўйича услубий кўрсатмани тавсия этиш тўғрисида»ги 2017 йил 1 мартдаги №107-сонли буйруғи.

9. Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг “Олий таълим вазирлигининг «Олий таълим муассасалари кафедралари Кенгашларини ташкил этиш тўғрисида»ги 2017 йил 13 мартдаги №138-сонли буйруғи.

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ташқи савдо соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. - // Халқ сўзи, 2017 йил 15 апрель, № 75 (6769).

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш Давлат қўмитасини ташкил этиш тўғрисида”ги Фармони. - // Халқ сўзи, 2017 йил 19 апрель, № 77 (6771).

12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш бўйича вакили

институтини таъсис этиш тўғрисида”ги Фармони. - // Халқ сўзи, 2017 йил 5 май, № 90 (6784).

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрелдаги "Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори. - // Халқ сўзи, 2017 йил, 21 апрель, № 79 (6773).

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 2 майдаги "Ўзбекистон стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаштириш агентлиги фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори. - // Халқ сўзи, 2017 йил, 2 май, №86 (6780).

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Маҳаллий экспорт қилувчи ташкилотларни янада қўллаб – қувватлаш ва ташқи иқтисодий фаолиятни такомиллаштириш чора – тадбирлари тўғрисида”ги қарори Халқ сўзи, 2017 йил 22 июнь, №123.

16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 30 октябрдаги ПФ-5564-сонли “Товар бозорларида савдони янада эркинлаштириш ва рақобатни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. -// Халқ сўзи, 2018 йил 31 октябрь, № 225 (7183).

17. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш вазирлигини ташкил этиш тўғрисида” ги ПФ-5264-сон Фармони. 2017 йил 29 ноябрь.- lex.uz.

18. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 мартдаги “Иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларига инновацияларни жорий этиш механизмларини такомиллаштириш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-3698-сонли қарори. – Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 09.13.2018 й.

19. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 ноябрдаги ПҚ-4022-сонли “Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. – Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 22.11.2018 й.

20. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17 январдаги “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили»да амалга оширишга оид давлат дастури” ПФ-5635-сон [Фармони](#). 17.01.2019 й.

21. Мирзиёев Ш.М. Халққа хизмат қилиш, одамларнинг манфаатларини таъминлаш-раҳбарлар фаолиятининг асосий мезонидир. - // Халқ сўзи, 2017 йил 13 апрель, №73 (6767).

22. Мирзиёев Ш.М. Асосий мақсадимиз – мамлакатимизни янада тараққий эттириш ва халқимиз фаровонлигини юксалтиришдир. - // Халқ сўзи, 2017 йил 28 апрель, №84 (6778).

II. Махсус адабиётлар

1. Бобоскин С.Я. Инновационный проект: Методы отбора и инструменты анализа рисков. Учебное пособие - М.: Дело АНХ, 2009. - 240 стр.
2. Уроков А., Федотов И.В. Методы и модели оптимизации управленческих решений. Учебное пособие. - М.: Дело АНХ, 2009. -240 стр.
3. Махкамова М.А. Инновацион менеджмент. Ўқув қўлланма. – Т: Фан ва технология, 2013.
4. Махкамова М.А. Инновацион технологиялар бошқаруви. Монография. – Т.: Алоқа, 2011.
5. Махкамова М.А. Организация и управление инновационной деятельностью. – Т.: Иқтисодиёт, 2007.
6. Йўлдошев Н.Қ. ва б. Стратегик менежмент. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2012.
8. Инновационный менеджмент. Учебник. Под. Ред, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: “Вузовский учебник ”, 2009 г.
9. Маховикова Г. Инновационный менеджмент. Учебное пособие. – М.: “Эксмо ”, 2010 г
10. Стратегический и инновационный менеджмент в вопросах и ответах. Учебно – методическое пособие. – Ростов н/Д: “Феникс ”, 2010 г.
- 14.. Bateson J; Innovation Managing services marketing. United States of America, 2005.
15. Eigler Pierre, Langedard Eric. Services as Systems: Marketing Implications // Marketing Consumer Services: New Insights. - Cambridge, MA: Marketing Science Institute. -2004. - p. 83-103.
16. Gronroos Christian. Service Management and Marketing. - Lexington, MA: Lexington Books, 2000., p. 74.
17. Gronroos, C. Service management and marketing. - West Sussex, 2000: - 239 p.
18. Gumesson, Evert: Lip Service: A Neglected Area in Innovation Managing in Education// Journal of Consumer Services. — January 2007, p. 26-27.
19. Masuda Y. Information Society as Postindustrial Society and Innovation Managing /Wash/ World Future Soc. 2003. p.2.
20. Larry L.Ball. Multimedia Network integration and Management: in Education // McGraw-Hill Series on communications.2006.
21. T. Davila, M. Epstein, and R. Shelton. Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It . Pearson education Inc, 2013.
22. P. Skarzynski and R.Gibson. Innovation to the Core: A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates. Harward business Press, 2010.
23. Paul Trott Innovation Management and New Product Development FT Prentice Hall, Fifth edition, 2011.
24. J. Tidd and J.Bessant. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. Wohn Wiley and Son’s Ltd, Fourth edition, 2012.

25. V. Govindarajan and C. Trimble. The Other Side of Innovation: Solving the Execution Challenge. Harvard Business School Publishing, 2010.

VI. IV. Интернет сайтлари

www.ziyonet.uz

www.lex.uz

www.bilimdon.uz.

www.newhorizons.org.

www.ziyonet.uz

www.biim.uz

www.press-servis.uz

www.gov.uz

www.google.co.uz

www.tfi.uz

9. МУТАХАССИС ТОМОНИДАН БЕРИЛГАН ТАҚРИЗ

Тошкент Давлат иқтисодиёт университети “Корпоратив бошқарув” факультети “Менежмент” кафедраси профессори, и.ф.д. Н.К.Йўлдошев ва доцент, и.ф.н. Д.Т. Юсупова томонидан педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини оширишнинг “Менежмент” йўналиши учун мўлжалланган “Инновацион менежмент” фани модули бўйича ўқув-услубий мажмуасига

ТАҚРИЗ

Давлатимизда мустақиллик йилларидан бери таълим тизимида амалга оширилаётган ислохотларнинг асосий мақсади – баркамол шахс ва малакали мутахассисни тарбиялаш бўлиб, мазкур мақсаднинг тўлақонли амалга оширилиши узлуксиз таълим тизимини қайта шакллантириш, унинг мазмунини ижтимоий талабларга мувофиқ равишда янгилаш асосида таъминлашдир. Бу борада “Таълим тўғрисида”ги Қонун ва Кадрлар тайёрлаш миллий дастурининг ҳам асосий мақсади, маънавий ва ахлоқий талабларга жавоб бера оладиган, юқори малакали кадрларни тайёрлашдан иборат.

Шу билан биргаликда, “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегияси”да: “Таълим ва фан соҳасини ривожлантириш: узлуксиз таълим тизимини янада такомиллаштириш йўлини давом эттириш, сифатли таълим хизматларига имкониятларни ошириш, меҳнат бозорининг замонавий эҳтиёжларига мувофиқ юқори малакали кадрларни тайёрлаш; таълим ва ўқитиш сифатини баҳолашнинг халқаро стандартларини жорий

этиш асосида олий таълим муассасалари фаолиятининг сифати ҳамда самарадорлигини ошириш, олий таълим муассасаларига қабул квоталарини босқичма-босқич кўпайтириш; илмий-тадқиқот ва инновация фаолиятини рағбатлантириш, илмий ва инновация ютуқларини амалиётга жорий этишнинг самарали механизмларини яратиш”² каби масалаларга алоҳида ўрин берилди.

Дарҳақиқат, таълим-тарбия, фан ва маданиятни янада ривожлантириш давлатимиз сиёсатининг устувор масалаларидан бирига айланиб бормокда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2016 йил 7 декабр куни Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 24 йиллигига бағишланган тантанали маросимда “Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш – юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови” мавзусида сўзлаган нутқида “Биз таълим ва тарбия тизимининг барча бўғинлари фаолиятини бугунги замон талаблари асосида такомиллаштиришни ўзимизнинг биринчи даражали вазифамиз деб биламиз”³, деб таъкидлади.

Шу муносабат билан, олий таълим муассасалари олдида мазкур муаммоларни самарали ечишда педагог кадрларнинг касбий малакасини шакллантириш механизмини такомиллаштириш каби вазифаларни амалга ошириш тақозо этилмокда. Юқорида кайд этилган вазифаларни амалга оширишда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июндаги “Олий таълим муассасаларининг педагог ва раҳбар кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПФ - 4732-сон Фармонининг устувор йўналишлари мазмунидан, Ҳаракат стратегияси-4947сон, олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисидаги ПҚ-2909сон, олий маълумотли мутахассислар тайёрлаш сифатини оширишда иқтисодиёт соҳалари ва тармоқларининг иштирокини янада кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида ПҚ-3151-сонли , фармонларидан келиб чиққан ҳолда, замонавий талаблар асосида олий таълим муассасалари педагог кадрларининг касбий маҳоратини мунтазам такомиллаштириш, мазкур фаолиятга тегишли бошқа меъёрий- ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишга ушбу ўқув услубий мажмуа муайян даражада хизмат қилади.

Ўқув услубий мажмуа мазмуни илғор таҳлим технологиялари ва педагогик маҳорат, таълим жараёнларида ахборот технологияларни қўллаш, технологик тараққиёт ва ўқув жараёнини ташкил этишнинг замонавий услублари бўйича сўнгги ютуқлар бўйича билим, кўникма ва малакаларини шакллантиришни назарда тутди.

Ўқув-услубий мажмуа ишчи дастури, маъруза матнлари, амалий машғулотлар учун материаллар, топшириқлар ва уларни ўтказиш бўйича авсиялар, мустақил таълим мавзулари, ассисмент топшириқлари, тест

² Strategy.regulation.gov.uz.

³ Халқ сўзи.2016 йил 8 декабрь.

топшириқлари, битирув ишлари учун мавзулар, ҳар бир мавзу бўйича слайдлар, глоссарий ва адабиётлар рўйхатидан иборат.

Ўқув –услугий мажмуаси ишчи ўқув дастурида қамраб олинган мавзуларнинг ўзига хос хусусиятларидан бири олий таълим муассасалари педагог кадрларининг соҳага оид замонавий таълим ва инновация технологияларидан, илғор хорижий тажрибалардан самарали фойдаланиш, шунингдек турли педагогик вазиятларда оптимал қарорлар қабул қилиш билан боғлиқ компетенцияларга эга бўлишлари мумкин.

Умуман олганда, ўқув-услугий мажмуа ижобий баҳоланади ва педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини оширишнинг “Менежмент” йўналиши учун тавсия этилади.

**Тошкент Молия институти
“Менежмент ва маркетинг”
Кафедраси профессори, и.ф.д.**

Ф.Х. Назарова

Н.Қ.Йўлдошев, Д.Т.Юсупова

Инновацион менежмент
фани бўйича ўқув-услугий мажмуа

Тошкент: Иқтисодиёт, 2019 йил, 108 бет