



ТАДБИРКОРЛИКДАГИ ҚИЙМАТ ИННОВАЦИЯЛАРИНИНГ КОНТЕКСТУАЛ ОМИЛЛАРИ ТАҲЛИЛИ ВА УНИНГ МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНИШИДАГИ АҲАМИЯТИ

Бегматова Ш.А.

Халқаро Нордик университети

Ирматова Л.Р.

Тошкент давлат иқтисодиёти университети

Аннотация. Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш шарт - шароитлари ва омилларини тадқиқ этишга йўналтирилган қатор илмий изланишлар ва хулосалар муҳим аҳамиятга эга. Ушбу мақолада бозор иқтисодиётининг статик ва динамик мувозанат шароитида анъанавий ҳамда инновацион тадбиркорлик ўртасидаги асосий фарқлар тизимлаштирилиб, иқтисодий адабиётлар асосида эмпирик таҳлил этилган.

Калит сўзлар: бозор мувозанати, статик назария, динамик иқтисодиёт, анъанавий тадбиркорлик, инновацион тадбиркорлик, эндоген ва экзоген омиллар, спекуляция.

Аннотация. Большое значение имеет ряд научных исследований и выводов, направленных на изучение условий и факторов развития предпринимательской деятельности. В данной статье на материале экономической литературы систематизированы и эмпирически проанализированы основные отличия традиционного и инновационного предпринимательства в условиях статического и динамического равновесия рыночной экономики.

Ключевые слова: рыночное равновесие, статическая теория, динамическая экономика, традиционное предпринимательство, инновационное предпринимательство, эндогенные и экзогенные факторы, спекуляция.

Abstract. A number of scientific researches and conclusions aimed at researching the conditions and factors for the development of entrepreneurial activity are important. In this article, the main differences between traditional and innovative entrepreneurship in the conditions of static and dynamic equilibrium of the market economy are systematized and empirically analyzed based on economic literature.

Keywords: market equilibrium, static theory, dynamic economy, traditional entrepreneurship, innovative entrepreneurship, endogenous and exogenous factors, speculation.

"Биз иқтисодий соҳада бундан буён ҳам тадбиркорлар учун энг қулай шароитларни яратиш, коррупцияга қарши мурасимсиз курашиш, рақобат ва инновацион бизнес муҳитининг ривожланишини рағбатлантириш йўлидан борамиз".

Шавкат Мирзиёев

1. Кириш.

Бозор иқтисодиёти ва унинг тараққиёти тадбиркорлик ғояларига асосланади ва ундан бошқа ҳеч қандай иқтисодий тизим инқилобий кучга эга бўлган инновацияларни ярата олмайди. Бозор иқтисодиётида нафақат инновацион ғоялар рағбатлантирилади, балки инновацияларни амалга ошириш ҳам бозор иқтисодиётининг мавжуд бўлишини тақозо этади. Тадбиркорлик назарияларига кўра анъанавий (классик) ва инновацион тадбиркорлик ўзаро фарқланади. Инновацион тадбиркорлик - бу фойдаланилмаган имкониятлар ва муаммоларни аналитик идрок этиш орқали ечим топиш ҳамда самарали қўллай олиш қобилияти билан бошқалардан ажралиб турадиган шахсдир. Инновацион тадбиркорлик бозор сарҳадларини янгилаши, рақамларга эмас, балки умумий кўринишга эътибор қаратиши, мавжуд талаблар доирасидан чиқиши, стратегик изчилликка амал қилиши, асосий ташкилий тўсиқларни енгиб ўтиши, қиймат, фойда ва инсон омилининг мувофиқлигини таъминлаши, стратегияга янгича ёндашуви билан анъанавий тадбиркорликдан фарқ қилади. Жараёнларни бошқариш ва стандартларини жорий этиш интеллектуал ишчиларга бўлган эҳтиёжни камайтиради.

Биз тадбиркорликда жуда кучли рақобат шаклланаётган замонда яшайпмиз. Лекин, рақобатбардош бозорда тадбиркорлик билан шуғулланиш қийинлиги, рақобат чарчатиб қўйиши, аслида бу мураккаб йўл эканлигини кўрсатади. Рақобатбардош бозорда ҳалол бизнес яшаб қолиши учун жуда кўп куч ва ресурс талаб қилинади. Инноватор тадбиркорлар келажакни кўриш қобилиятига эга бўлиб, рақобатга бошқа томондан қарайдилар ва бутунлай креатив, истиқболли стратегия таклиф қиладилар. Улар ғалабага интилиш ва бозор қоидалари бўйича рақобатлашишни тўхтатиб, рақобат қилиш ўрнига, ҳеч ким ўйламаган нарсаларни ўйлаб, ҳеч ким кўрмаган янги уфқларни топишни афзал кўрадилар. (Стратегия: тасаввур қилинг, теннис ўйинида сиз тўп ерга тушганидан кейин у томонга югуряпсиз). Анъанавий тадбиркорлар ҳамма юрадиган йўлдан юрса, инновацион стратеглар ўзлари учун янги йўлларни кашф этадилар. Зеро, қоидалар заифлар учун ёзилади. Кучлилар ҳар доим уларни буза олишлари мумкин.

Инновациялар эски муаммоларга янги ечимлар топадиган, креатив ғояларга эга инноватор тадбиркорлардан туғилади. Янги маҳсулотлар, уларни сотиш ва истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг ноодатий йўллари инновация учун чегарасиз имкониятларни ўз ичига олади. Тадбиркорлар инновация яратишда мижозларга берадиган қийматига кўпроқ эътибор беришлари лозим. Масалан, одамлар асрлар давомида қаҳва қайнатиб, мижозларга тақдим этишган, лекин Starbucks қаҳва бозорида янги бурилиш ясади. Starbucks нинг стратегияси – “Учинчи макон” бўлиш. Биринчи макон - бу уй, иккинчи макон - бу иш, учинчи макон – Starbucks. Савдо пайдо бўлганидан бери аукционлар мавжуд, лекин eBay онлайн аукционларни ташкил этиб, бу бизнесни янги босқичга олиб чиқди. Ушбу таҳлиллар мақола мавзусининг долзарблигини кўрсатиб, анъанавий ва инновацион тадбиркорлик ўртасидаги асосий фарқ ҳамда афзалликларни тизимлаштириш орқали илмий асослашни тақозо этади.

2. Адабиётлар шарҳи.

Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш шарт-шароитлари ва омилларини тадқиқ этишга йўналтирилган қатор илмий изланишларда инновацион фаолиятга устуворлик бериш билан боғлиқ илмий хулосалар муҳим аҳамиятга эга. Мамлакатимиз қонунчилигининг бир қатор норматив ҳужжатлари Ўзбекистон Республикаси қонунлари. Ўзбекистон Республикаси Президент фармон ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорларида инновацион фаолиятнинг ҳуқуқий асослари мустақамланган. Инновацион фаолиятнинг назарий-услубий асослари иқтисодчи олимлар томонидан атрофлича ўрганилган ва улар борасидаги тадқиқотлар турли давр олимлари назарий қарашларида турлича ифодаланиб келган. Иқтисодиётда инновация ва инновацион фаолият соҳасидаги муносабатлар бир қатор жаҳон олимлари ва мутахассислари томонидан тадқиқ этилган бўлиб, бу борада хорижий давлатлар тадқиқотчилари, юртимиз олимларининг ҳиссасини келтиришимиз мумкин. Махсус адабиётларда тадбиркорлик янги иш ўринлари яратишдаги таъсиридан ташқари, инновациялар, иқтисодий ўсиш ва фаровонликни оширишда муҳим роль ўйнаши эътироф этилган. Инновациялар назариясини ишлаб чиқишда яъни технологик босқичларнинг эволюцияси билан боғлиқ муаммоларни биринчи марта рус олими Н.Д.Кондратьев (1928) ўзининг узун тўлқинлар назариясида илгари сурган. Унинг фикрларини кейинчалик австриялик олим Й.А.Шумпетер (1982) ривожлантирган. “Инновациялар отаси “Godfather of innovation” номи билан шуҳрат қозонган XX асрнинг биринчи ярми иқтисодчиси Шумпетер (1883-1950) илк бора инновацияларга техник тараққиётга эришишнинг асосий қуроли сифатида қараб уларни корхоналар учун юқори фойда келтиришнинг ягона ва зарур воситаси эканлигини ўзининг кўп сонли тадқиқотларидан келиб чиқиб асослаб берди. Шумпетернинг машҳур “Ижодий вайронагарчилик” аргументига кўра, тадбиркор ўзини ўзи жорий қилганида, янги маҳсулот ёки технологик инновацияни бозорга чиқарса, у паст маҳсулдор фирмаларни бозордан чиқариб юборади ва шунинг учун юқори маҳсулдорликка ва иқтисодий ўсишга олиб келадиган рақобат муҳитини яратади (Шумпетер, 1934).

Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш шарт-шароитлари ва омилларини тадқиқ этишда С.Жосе ва Д.Маурисио (2020) илмий изланишлари муҳим ўрин эгаллайди. Тадқиқот натижалари давомида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда технологияларга устуворлик бериш талаб этилади. Тадбиркорлик фаолиятида технологик жараённи мувофиқлаштиришнинг молиявий механизми самарадорлигини оширишда стартаплар тизимидан фойдаланиш таклиф этилади. А.Оостхуизен, Ж.Ван Вуурен, М.Ботҳа (2012) тадқиқотларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини инновацион ривожланиш бошқарув тизимининг ўрни муҳим характер касб этади. А.Г.Кирьяков, В.А.Максимов (2002) тадқиқотларида замонавий илм-фан ютуқлари инновацион тадбиркорлик кичик бизнесни ривожлантиришнинг янги усули сифатида муҳокама қилинади. Т.Н. Кошелева (2009) илмий изланишларида бизнес соҳасида инновацион жараёнларнинг ўрни иқтисодий жиҳатдан баҳоланади. Макроиқтисодий даражада инновацион муҳитни шакллантиришда кичик инновацион корхоналар инновацияларни ташкил этиш ва инновацион жараёнлар самарадорлигини оширишнинг муҳим омили сифатида эътироф этилади. Э.А.Гасанов (2003) ўзининг илмий тадқиқот изланишларида инновацион тадбиркорликни шакллантиришнинг концептуал жиҳатларига алоҳида эътибор қаратган бўлиб, тадбиркорликни ривожлан-тиришнинг ахборот оқими ва инновацион асослари ўртасида интеграл алоқадорликнинг мавжуд эканлиги асослаб берилди.

Мамлакатимиз иқтисодчи олимларидан А.Абдуллаев, Қ.Муфтайдинов, Х.Айбешовлар (2003) кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини

инновацион ривожланишининг бошқарув тамойилларига эътибор қаратадилар. Бошқарув тамойилларида асосий устуворлик инновацион жараёнларга асосланган маҳсулотлар ассортименти, ишлаб чиқаришни такомиллаштиришнинг стратегик имкониятлари ва маҳсулот ишлаб чиқаришни кенгайтириш режасига боғлиқлиги қайд этилади. Ш.Д.Эргашходжаева (2014) тадқиқотларида тадбиркорлик фаолиятида инновацион маркетингнинг ўзига хос хусусиятлари, асосий ривожланиш босқичлари, шакллари, турлари ҳамда уни корхоналар фаолиятига тадбиқ этиш йўллари ва усулларига асосий эътибор қаратади. М.П.Эшов (2017) ўзининг илмий тадқиқот жараёнларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг иқтисодий механизми ва рағбатлантириш йўллари инновацион ривожланишнинг асосий омили сифатида ўрганади. Т.Т.Жўраев, Р.А.Каландаров (2019) тадқиқотларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини инновацион ривожлантиришнинг келажакдаги моделларини шакллантиришни стратегик жараёнларига устуворлик берилади. Ш.Ш.Болтаев, А.А.Рахматов (2019) ўзларининг илмий тадқиқотларида тадбиркорликни инновацион ривожлантиришнинг объектив зарурияти, тадбиркорликни инновацион ривожлантиришда қулай бизнес муҳити, маркетинг ва клсатерларнинг ўрни ва аҳамиятини ёритиб беради. О.А.Арипов (2019) кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини инновацион ривожланишини ҳудудий миқёсдан келиб чиққан ҳолда яхшилашга йўналтирилган чора-тадбирларни қўллаш заруриятини қайд этади.

Таъкидлаш лозимки, юқорида қайд этиб ўтилган тадқиқотларда ҳозирги шароитда Ўзбекистонда тадбиркорликнинг инновацион салоҳиятидан фойдаланиш механизмларини такомиллаштириш масалалари тадқиқога етарли даражада эътибор қаратилмаган, илмий-амалий изланишлардаги фрагментар, тизимлаштирилмаган ва бир томонламалилик билан тафсифланади.

3. Тадқиқот методологияси.

Тадқиқот жараёнида тадбиркорликдаги қиймат инновацияларининг контекстуал омиллари таҳлили ва унинг миллий иқтисодиёт ривожланишидаги аҳамияти, анъанавий ва инновацион тадбиркорлик ўртасидаги фарқлар ҳамда устуворликлар мантиқий фикрлаш, илмий мушоҳада, тизимли ёндашув методларидан фойдаланилган ҳолда тадқиқ этилган. Индукция ва дедукция, статистик ҳамда қиёсий таҳлил методларидан фойдаланилиб тадбиркорлик фаолиятини инновацион ривожланиш шарт - шароитлари ва имкониятлари асослаб берилган.

4. Таҳлил ва натижалар.

Иқтисодий ривожланиш феноменида учта умумий тамойил қўлланилади (Shumpeter, Jozef, 1911). Биринчиси, ҳақиқатан ҳам соф иқтисодий мувозанатнинг мавжудлиги, иккинчиси, мувозанатнинг бузилиши, учинчиси, иқтисодий тараққиётнинг органик эмаслиги, ривожланаётган иқтисодиётнинг қўшни, лекин нисбатан мустақил ривожланган иқтисодлардан иборатлигидир. Бироқ, мувозанатни тавсифловчи омиллар доимо ўзгарувчи маълумотларга асослангани боис, глобаллашув тенденциялар аналитикаси бозор статик мувозанат ҳолатида эмас, балки динамик жараёнлардан иборат эканлигини кўрсатади. Ушбу беш ҳолат бозор иқтисодиётининг динамикасини ташкил қилади:

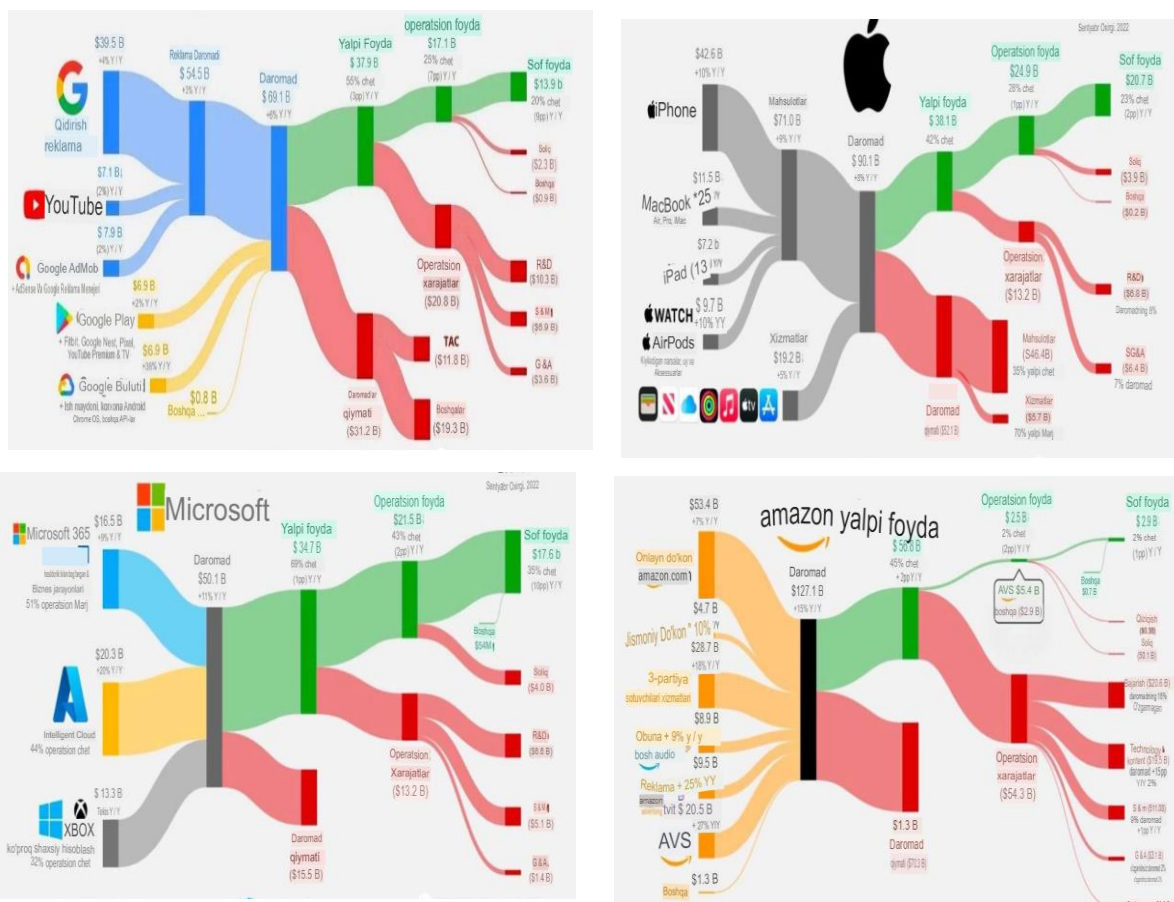
- Инновацион маҳсулотларни яратиш. Истеъмолчилар гуруҳига ҳали таниш бўлмаган ёки мавжуд товарга янги сифат қўшадиغان товарлар ишлаб чиқариш.
- Ҳали амалда маълум бўлмаган инновацион ишлаб чиқариш усулини жорий этиш. Ушбу янги ишлаб чиқариш усули янги илмий кашфиётга асосланиши шарт

эмас. Янги ишлаб чиқариш усули маҳсулотни сотишнинг янги усулида ҳам мавжуд бўлиши мумкин.

- Янги бозорни ривожлантириш. Кўриб чиқиладиган саноат ҳали ташкил этилмаган янги бозорни яратиш.
- Хом ашё ёки ярим тайёр маҳсулотларнинг янги манбасини сотиб олиш.
- Қайта ташкил этишни амалга ошириш. Бу монополиянинг ўрнатилиши ёки мавжуд монополиянинг бузилиши бўлиши мумкин.

Статик назария замонавий иқтисодиётнинг барча хусусиятларини тўлиқ қамраб олмайди. Бозор мувозанат ҳолатига яқинлашиши мумкин, ammo ресурслар тақчиллиги туфайли мувозанатга эришиш жуда мураккабдир (Iorio, Ubiratan Xorxe, 2011). Бозордаги ҳақиқий мувозанат ҳолати барча омиллар аниқланганлигини ва рақобат кураши тугаганлигини ифодалайди. Табиий мувозанат ҳолатида тадбиркорлик субъектлари ҳаракат қилишлари шарт эмас, чунки улар тўлиқ қониқши ҳосил қилиб, ўз мақсадларига эришиб бўладилар (Lachmann, Lyudvig. 1978). Анъанавий тадбиркорлик "Мувозанат" га йўналтирилганлиги билан фақат статик иқтисодиётга мос келади.

Инноваторлар - илгари ҳеч ким ўйламаган ажойиб ғоя ёки маҳсулотни ўйлаб топган ноёб шахслар. Инноваторлар асосий аҳамиятни фойдага қаратмасдан, ўз маҳсулотлари ва хизматларининг жамиятга тегадиган нафига кўпроқ эътибор беришади. Бу шахслар бизнесни бошқаришда кучли бўлмасалар ҳам, ғояларни яратишда тенги йўқ. Инновацион тадбиркорликда инновацияларнинг манбасини ўрганилиб, бу ўзгаришлар қайси соҳада пайдо бўлиши ва муваффақиятга эришиш имкониятлари аниқланади.

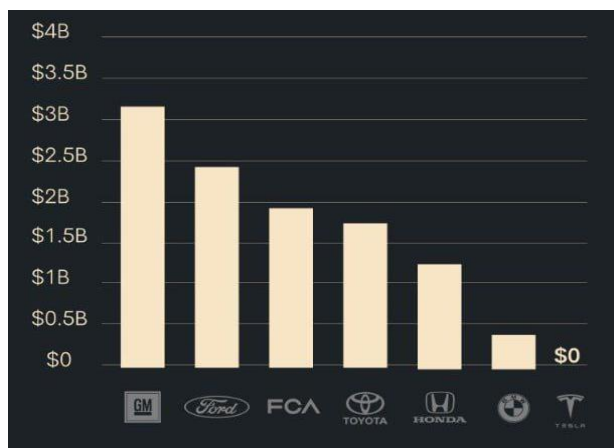


1 - расм. Apple, Microsoft, Amazon va Alphabet компанияларининг 2022 йил III-чоракдаги даромадлар ҳисоботи (Statista, 2022)

Шунингдек, инновацион тадбиркорликда янгиликларни киритиш билан "Ижодий вайронагарчилик" вужудга келтириб, бозор мувозанатини бузади ҳамда ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг янги тартибини яратади. Анъанавий тадбиркорликда эса аксинча номутаносибликлар бартараф этилиб, мувозанат бузилишини олди олинади. Қолаверса, бозорда эндоген ўзгаришлар мавжуд бўлиб, улар бозорни мувозанатлаш тенденциясини кучайтиради, аммо ҳеч қачон бозор тўлиқ мувозанатга эришмайди, чунки экзоген ўзгаришлар бу тенденцияни бузади. "Стационар жараён" эндоген равишда ўзгармайди, балки вақт ўтиши билан реал даромад суръатларининг доимий ўсиши натижасида вужудга келади. Табиий мувозанатни тиклаш бузилишларга реакция сифатида содир бўлади.

Инновацион тадбиркорлик "Ижодий вайронагарчилик" билан боғлиқ бўлиб, бунда экзоген инновация бозор мувозанатини бузади ва янги шарт - шароитларни яратади. Бу ўз навбатида бозорнинг мувозанатлашув омиллари мувозанатни бузувчи таъсирлардан устун эмаслигини исботлайди. Демак, жамиятда иқтисодий тараққиёт тўлқинларини тадбиркорлар яратадилар. Инновациянинг ривожланиши портлаш (юқори тўлқин) билан бирга келади ва маълум вақтдан сўнг тугайди (пастга тўлқин). Инноватор тадбиркор тўлқин ҳаракатини бошлашса, унинг издошлари, тақлидчилари ва модификаторлари оммавий циклларни давом эттирадилар.

Юқорида келтирилган маълумотларига таянадиган бўлак, ривожланиш ва мувозанат бир - бирини истисно қиладиган тушунчалардир деган хулосага келишимиз мумкин. Иқтисодиёт динамик бўлса, мувозанат бўлмайди. Мувозанат фақат статик иқтисодиётга хосдир. Фақат динамик иқтисодиёт фойдаланилмаган имкониятларни яратади. Шу сабабли, тадбиркор ҳам бир текис ривожланувчи иқтисодиётда ҳеч қандай нафга эга бўлмайди. Тадбиркорликда инновацияларни тадбиқ этмаслик, компанияларнинг нафақат юқори даромад манбаини чеклайди, балки инновациялар билан шуғулланадиган фирмалардан ҳам ортда қолишига сабабчи бўлади.



2 - расм. Tesla ва унинг рақобатчиларининг реклама харажатлари таҳлили (Statista, 2022)

2-расм маълумотларидан инновацион монополия вақтинчалик ҳукмронлик қилишини кўришимиз мумкин. Зеро, муваффақиятли инновация тақлидчиларни ўзига жалб қилади ва автоматик равишда издошлар ва тақлидчилар орқали янги саноат кластерга айланади. Имитация (тақлидчилик) фойдани тенглаштиради ва тақсимлайди. Инноватор тадбиркорлар ишлаб чиқариш омилларидан фойдаланишнинг мавжуд харажатлари ва энг юқори нарх ўртасидаги номувофиқликни биринчилардан бўлиб тушунадилар. Шу боис, инноватор

тадбиркорлар ғолибдир, у ўзининг ғалабаси билан ўз издошлари ва тақлидчилари учун ҳам фойда келтирадилар (Jozef Shumpeter, 1987).

Статистик маълумотларга кўра, стартапларнинг 90 фоизи муваффақиятсизликка учрайди ва оддий бизнесга айланмайди. Баъзи тадбиркорлар бу рақамлардан қўрқишади ва ўз режаларидан воз кечишади, бошқалари эса, аксинча, илҳомлантиради. Ҳозирги кунда, давлатимизнинг иқтисодий ислохотларни янада чуқурлаштириш, мамлакатни модернизациялаш, ахборот технологияларидан фойдаланиб трансформациялаш, инновацион ғояларни тадбиркорликка жорий этиш, минтақалар ва иқтисодиёт тармоқларини комплекс ривожлантириш, аҳоли даромадлари ва турмуш фаровонлигини ошириш сиёсати амалга оширилаётган бугунги кунда республикамизда тадбиркорликни тизим сифатида шаклланиши ва ривожланиши тенденцияларини, ундаги мавжуд муаммоларни аниқлаш ва бартараф этиш, республикамиз ҳамда минтақаларда тадбиркорлик ривожланишининг устувор йўналишларини моделлаштириш, башоратлаш ёрдамида илмий асосланган тавсия ва таклифлар ишлаб чиқиш республикамиз иқтисодиёт фани олдида турган долзарб муаммолардан биридир. Тадқиқотларимиз давомида маълум бўлдики, инновация соҳага йўналтирилган муаммоларни аниқлаш билан кўпроқ боғлиқдир. Фикримизча, бугунги кунда ўзбек бизнесида қуйидаги муаммолар мавжуд:

- тадбиркорларнинг илмсизлиги;
- бозордаги ўйин қоидалари шаффоф эмаслиги;
- бизнесга стратегиясиз кириш (Яхши стратегия нафақат маркетинг, ишлаб чиқариш, инсон ресурслари балки компаниянинг барча фаолиятига тегишли булиши керак);
- бозорнинг гўзаллиги (доимий ўзгарувчанлиги) ни англамасдан ва соҳани тушунмасдан сармоя киритиш;
- тадбиркорлик фаолиятига ИТ ни тадбиқ этмаслик (ИТ-лойиҳаларда экотизим тузиш долзарбдир);
- технологиялар ва интернетдан фойдаланиш саводхонлик даражасининг пастлиги;
- бизнесни автоматизация қилмаслик;
- стандартизациянинг кучлилиги, жамоада креативлик учун имконият ва эркинлик берилмаслиги;
- бизнесга тақлидчилик билан кириб бориш;
- инкубатор (ички бозор қобиғи) дан ташқарига чиқмаслик;
- экотизм, бренд ва қўшимча қиймат яратишга интилмаслик;
- Лойиҳанинг ҳаётийлигини сақлаб қолиш учун project менежерлар хизматидан фойдаланмаслик (Кўпинча, бошланғич лойиҳа ва ривожланиб бораётган бизнес бир хил эмас). Тадбиркорликнинг бутун моҳияти - у ташқи муҳит ва ички жараёнлар таъсири остида ўзгаради. CRM - ёндашувни юқори технологияли хизматлар, харидорга йўналтирилган маркетинг, KPI, молиявий саводхонлик модели ва унинг инструментларини қўлламамаслик;
- Лойиҳанинг самарадорлиги, муваффақияти ва киритилган ўзгаришларни баҳолайдиган маълум бир кўрсаткичлар, бизнеснинг тезроқ ўсишига имкон берадиган усуллар ҳамда воситалардан фойдаланмаслик. Жумладан: LTV таҳлил (LTV таҳлил бу – мижоз қиймати ёки умр бўйи келтирган умумий фойдасини изчил анализ ва синтез қилишдир. Бозорда содиқ мижоз сегментини кенгайтиришда LTV асосий кўрсаткич ҳисобланади), ABC таҳлил (ABC таҳлил бу - ҳар бир категорияда мижозлар сегментини ўрганиш), CusDev таҳлили (CusDev таҳлил чуқур интервьюлар ўтказиш орқали мижознинг талабини чуқурроқ тушуниб, унинг эҳтиёжи ва муаммосини аниқлашга имкон беради. Муваффақиятли ўзгариш учун CusDev'ни юзаки жавобларни олиш эмас, балки уларнинг норозилигининг асосий сабабларини

тушуниш мижозлар билан ҳафтасига камида бир марта ёки ундан ҳам тез - тез ўтказиб туриш керак). САС таҳлил (Бозорни эгаллаш босқичида асосий кўрсаткич жалб қилинган мижозлар сони ва САС бўлади. САС таҳлил бу - битта мижозни жалб қилиш ёки харидорларни сотиб олиш қийматидир). СРО таҳлил (СРО таҳлил бу - электрон тижорат лойиҳаларида муҳим кўрсаткич бўлиб, ҳар бир буюртма учун қанча харажат кетишини кўрсатадиган ва ҳар хил маркетинг каналларининг самарадорлигини таққослайдиган ҳисобланган қийматдир). Лойиҳанинг MVP таҳлили (MVP таҳлил бу - маҳсулотнинг минимал ҳаётий версиясидир. MVPда бир йўналишда бўлажак маҳсулотнинг афзалликларига эътибор қаратиш ва текшириш мумкин. Асосчининг ўз маҳсулоти ҳақидаги фикри мижоз тажрибасидан мутлақо фарқ қилади. MVP таҳлил ёрдамида маҳсулот ҳақида иложи борица тезроқ маълумот олиб, уни яхшилаш учун йиллар ва пул сарфламаслик мумкин).

Интилувчан тадбиркор жамиятда ҳал қилиш учун турли муаммоларни аниқлай олади. Тадбиркорликда компаниянинг маҳсулоти ёки хизмати жамиятдаги муайян оғриқли нуқтага ечим таклиф эта олиши керак. Муаммони аниқлаш ва унга ечим топиш орқали, ушбу муаммони ҳал қилиш атрофида ўз бизнес қуриши мумкин. Бу одатда ташаббускор тадбиркорга жамиятдаги бошқалар пайқамаган муаммоларни кўриш қобилиятини беради. Дунёдаги муваффақиятли стартаплар ҳам бошқа компаниялар ёки жамоатчилик учун муайян оғриқли нуқтани аниқлаб, уни даволаш орқали ўз бизнесларига асос солганлар. Бу ёндашув иқтисодиётда "Муаммо ичида кўшимча қиймат" сифатида намоён бўлади. Муайян муаммо ёки оғриқли нуқтага қиймат кўшиш орқалигина тадбиркор муваффақиятга эришади.

Бозор иқтисодиёти табиатан ноаниқ, нархлар тизими томонидан тақдим этилган маълумотлар аниқ эмаслиги сабабли агентлар субъоптимал, кўпинча нотўғри қарорлар қабул қиладилар. Нархлар ҳукм ўрнини босмайди, балки ҳукм чиқаришга хизмат қилувчи воситадир. Шунинг учун инновацион тадбиркорлик имкониятлари технологик, сиёсий ёки ижтимоий табиатдаги ўзгаришлар туфайли экзоген тарзда юзага келадиган янги маълумотларни киритишдан келиб чиқади. Анъанавий тадбиркорликда асосий эътибор нархларга қаратилади ва шу нуқтаи назардан, имкониятлар эндоген тарзда намоён бўлади. Мизес фикрича, нарх тизими бозорни тозалаш воситаси сифатида ишлайди ва тадбиркорга бозордаги бўшлиқларни олдиндан аниқлаб, бартараф этиш имкониятини беради. (Mises, Lyudvig fon. 2012) Бироқ, ҳар бир шахс субъектив равишда уларга тегишли бўлган қадриятларга мувофиқ тартибга солинган мақсадлар ансамблига эга. Ушбу мақсадларни амалга оширишда ўзи учун энг мақбул деб ҳисоблаган воситалардан фойдаланади. Шу боис, бўшлиқга мослашувлар доимий равишда намоён бўлса ҳам, уларни бартараф этишда тадбиркорлик муваффақияти энг мақбул қониқиш ҳолати билан яқунланади. (Salerno, Jozef T. 1993)

Тадбиркорнинг асосий вазифаси ноаниқлик билан курашишдир. Тадбиркор "Ҳушёрлик" гини, бир томондан, бозор маълумотларига нисбатан сезгирлик, иккинчи томондан, улардан ижодий фойдаланиш қобилияти деб ҳам таърифлаш мумкин. Анъанавий тадбиркор пассив агент бўлиб, инновацияларга шунчаки тасодифий омил сифатида қарайди. Бошқача қилиб айтганда, анъанавий тадбиркорнинг "Ҳушёрлиги" ҳаракат эмас, балки ҳолатдир. Бироқ, агар сезги ўзи аллақачон ҳаракат бўлса, уни қандайдир тарзда ўзгартириш янги ҳаракатни англатади. Таъкидлаш жоизки, анъанавий тадбиркорликда имконият пайдо бўлишидан олдин ҳеч қандай ҳаракат бўлмайди. Инновацион тадбиркорликда эса, келажакдаги тенденциялар аналитик прогноз қилинган, истиқболдаги стратегия ва унга мос тактика белгилаб олинади. Демак, имкониятлар тадбиркор фойда олиш мақсадида маҳсулот ва хизматлардан тортиб ишлаб чиқариш усулларигача бўлган янгиликларни киритадиган вазиятлардир. (Klein, Piter G. 2014)

Глобализация асрида нархларни узоқ муддат ўзгармаслигини таъминлаш муаммоли ва имконсиздир (Lachmann, Lyudvig. 1977). Детерминистик ёндашувлардан фарқли ўлароқ, қоидалар, тадқиқотлар, эконометрика ҳам қарор қабул қилиш учун хавфсиз асос бўлиб хизмат қилмайди. (Норре, Hans-Hermann. 2010) Фикримизча, глобаллашув шароитида тадбиркордан хушёрлик ва дадилликни, инновацияларга қодир бўлишни талаб қилади. Бундай хусусиятлар “Тадбиркорнинг ички интуитив сезгиси” кучли бўлишини тақазо этади. Инновацион тадбиркорликда бозордаги ўзгаришларни рақобатчилардан олдин идрок этиш ва тўғри қарор қабул қилиш керак. Аммо ҳар бир тадбиркорлик идроки ўзига хосдир. Тадбиркор капитални келажакда қиймат яратадиган фойдали ишлаб чиқариш тузилмасида бирлаштиришнинг энг яхши усулини олдиндан тўғри тасаввур қилиши лозим. Чунки инновацион тадбиркорлик фаолияти анъанавий тадбиркорлик концепциясидаги каби шунчаки имкониятни топиш ва ундан фойда олишдан иборат эмас. Инновацион тадбиркорлик шахсий истеъдод ва ички интуицияга таяниб, ўз бизнес ғояларини амалиётга тадбиқ этадиган шахсдир. Инноватор тадбиркор ихтирочи, техник ёки маъмур эмас. У биринчи навбатда, қаршиликларни енгишда мустақкам ирода ҳамда ижодкорлик қобилиятига эга бўлган лидердир. Зеро, инновацион тадбиркорлик янгининг эскисига қарши, энг самаралисининг унумдорлиги пастроққа, янги ва сифатли маҳсулотларнинг эски товар ҳамда хизматларга қарши курашидир. Инновацион тадбиркор одатий бизнесдан чиқиб кетади ва бизнес юритишнинг янги усулларини қўллайди. Инсонларда прогнозлаш ва ҳаракат ўртасидаги ўзига хос интуитив комбинациянинг ирсий мавжудлик эҳтимоли ноёблиги боис, тўлақонли инновацион тадбиркорлик субъектлари жамиятда кам учрайди.

Демак, тадбиркорликдаги қиймат инновациялари бозорнинг янги сегментларидан фойдаланиш имкониятини яратади. Қиймат инновацияларнинг контекстуал омиллари бўйича адабиётлар синтези бузилишнинг сезувчанлиги, пайдо бўлиш ва тарқалиш ҳамда якуний ўйин ва натижа каби омилларининг уч фазасидан иборат эканлигини кўрсатади. Контекст омиллари бозор омиллари, бозор иштирокчиларининг ҳаракатлари ва ўзаро қиймат инновацияларнинг пайдо бўлиши ва тарқалишига таъсир қилади. Инноваторлар якуний ўйин натижасини яъни биргаликда мавжудлик ёки бузилиш белгиласа, анъанавий тадбиркорлик субъектлари бузилиш жараёнининг ҳар бир босқичи оралиғидаги ўтишни ифодалайди.

Спекуляция

Ҳар қандай бизнесда юқори ноаниқлик муҳити мавжуд. Барча қарорлар спекулятив хулосаларга эмас, маълумотларга асосланган қарор билан бизнес асосчиси томонидан қабул қилиниши керак. Шу боис, тадбиркорликда хушёрликдан ташқари чайқовчиликга юқори мойиллик ва бой тасаввурни талаб қилади. Спортдан фарқли ўлароқ, бозор иқтисодиёти олдиндан белгиланган қоидаларга эга эмас. Тадбиркорнинг вазифаси - келажакни сотишдир! Агар келажакни ҳар доим тўғри башорат қилиш мумкин бўлса, чайқовчилик керак бўлмасди ва келажакдаги бозор конъюктурасини аниқ ҳисоблаш имконияти вужудга келарди. Бундай ҳолатда эса тадбиркор керак бўлмасди, чунки унинг вазифасини муҳандислар ва математиклар бажариши мумкин бўларди. Иқтисодиёт физика ёки кимёга ўхшаш башоратли фанга айлантирилар эди. Шу сабабли, спекуляция бизнесни баҳолашнинг асосий усули ҳисобланади. Самуэлсон таъкидлаганидек, “Яхши иқтисодчи келажакни прогноз қилишда моҳир бўлиши керак. Худди шундай, тадбиркор ҳам иқтисодий воқеликни аналитик прогноз қила олиши керак” (Samuelson, Pol. 1965). Тадбиркорликда иқтисодий қарорларни формулалар асосида қабул қилиш бефойдадир. Бизнесда қоидаларни ўрнатишга интилиш - омиллар ҳаракатини йўқотади ва яратилган

модел жамиятда инсон дуч келадиган ҳақиқий муаммоларнинг бузилган тасвирини беради (Rothbard, Murrrey. 1962). Бизнесда математик моделлаштиришга асосланиш, тадбиркорнинг креатив ғояларининг эътиборсиз қолишига олиб келади.

Институтлар

Тадбиркорликни ривожлантириш ўз навбатида муайян бир ижтимоий ҳолатни - тадбиркорлик муҳитини бўлишини тақозо этади. Иқтисодиёт ибтидоий ҳолатдан чиқиб кетиши ва мувофиқлаштиришнинг янги шакллари қўллаш асосан мамлакатдаги тадбиркорлик эркинлиги даражасига боғлиқ. Тизим тўғри ишлаши учун янги компаниялар ва тадбиркорларнинг бозорларга эркин кириши лозим. Ҳукуматнинг регламент ва нормалар кўринишидаги аралашуви бозор механизми самарадорлигига ва унинг афзалликларидан муваффақиятли фойдаланишига тўсқинлик қилади. Иқтисодиётни давлат томонидан ҳаддан ташқари кучли тартибга солиниши иқтисодий эволюцияни бутунлай тўсиб қўяди ва иқтисодий турғунлик орқали таназзулга олиб келади. (Rothbard, Murrrey. 1970) Бироқ, аксарият тадбиркорлар бузилишдан кўра ҳимояланишни афзал кўришади. Иқтисодий тараққиёт “Ижодий вайронагарчилик” га шароит яратадиган муҳитни талаб қилади. Чунки амалиёт хато қилиш нархи ҳаракатсизлик нархига қараганда камроқлигини исботламоқда. Бозорлар иқтисодий тараққиётнинг институционал лабораторияси бўлиб, экспериментал инновациялар бу жарённи янада жадаллаштиради.

Тадбиркорлик - бу экотизим. Бу ҳам венчур инвесторлар, ҳам кадрлар, шунингдек, муваффақиятсизликларга нормал муносабат билдирадиган маданиятдир. Тадбиркорнинг ҳаракати спекулятив характерга эга эканлиги ва “Башорат қилувчи” омилар мураккаблиги сабабли хатоларни бутунлай бартараф этиб бўлмайди. Тадбиркор баъзи хизматларда пул топмаслик имкониятига эга бўлиши билан моно - бизнес эгалари бўлган рақибларини синдириши мумкин. Инновацияларга боғлиқ тизим ичидаги динамизм ўз навбатида рақобатни кескин кучайтиради. Қуйидаги расмда Google қайси бизнесидан қанча даромад олишини кўришимиз мумкин:



3 - расм. Google нинг экотизими (Statista, 2022)

Юқоридаги мулоҳазаларга таянган ҳолда, тадбиркор чайқовчи эмас, балки интуитив прогнозлашни ҳаракат билан бирлаштирган креатив шахс деган хулосага келишимиз мумкин (Shumpeter, Jozef. 1987) Инновацион тадбиркор муаммони кўриб биладиган, унга ечим топиб, ўша орқали даромад қилишни ўйланадиган одамдир. Тадбиркорлик фаолияти нимадир муаммо (эҳтиёж, талаб)нинг ечимидир. Шу боис, рақибга эмас, мижозга диққат қаратиш лозим. Масалан, Uber ҳолатида улар дунёнинг катта шаҳарларида миллионлаб одамни безовта қиладиган муаммони

кўриб билишди ва унга ўзига хос оддий, лекин инновацион ечим берди. Тадбиркорликда йўналишни топишга катта аҳамият бериш керак.

Инновацион тадбиркор тахминлар билан шуғулланмайди, унинг муваффақияти ёки муваффақиятсизлиги на эҳтимоллик ҳисобига, на ноаниқликни тан олишида спекулятив тарзда содир бўлмайди. Тадбиркор муваффақияти нафақат истеъмолчига, балки тадбиркор тобе бўлган молиявий бозорларга ҳам боғлиқ (Felipe, Ednilson Silva. 2017) Шу боис, инновацион жараёни жадаллаштиришда молиявий институтлар кўмаги зарурдир. Калифорниянинг Силикон водийсидаги стартапларнинг катта концентрацияси, у ерда венчур капитали мавжудлиги билан изоҳланади. Бироқ, молиявий капиталнинг етишмаслиги инновацияларни саралашни талаб қилади. Ривожланмаган мамлакатлардаги қашшоқлик ғояларнинг етишмаслигида эмас, балки уларни молиялаштириш ва тадбиркорлик эркинлигининг йўқлиги ҳамда капиталнинг етишмаслигидан келиб чиқади (Soto, Iso Huerta de. 2010) Ишлаб чиқариш босқичлари заңжиридаги маълум товарга бўлган аниқ позиция якуний маҳсулотга келажакдаги талабдан келиб чиқади (Lachmann, Lyudvig. 1978).

Фойда

Бизнес бу келажакни кўра билиш ва ундан фойда олиш санъатидир. Келажакда бизнеснинг ўсиш нуқтаси эса - мижознинг афзалликларида, нимани ким учун ишлаб чиқариш кераклиги ҳақидаги маълумот тўплаш маҳоратида намоён бўлади. Фойда ва зарар истеъмолчи суверенитети воситалари бўлиб, истеъмолчиларнинг сотиб олиш ёки олмаслик тўғрисидаги қарорлари натижасида юзага келади. Истеъмолчиларнинг танлови экспериментал бўлиб, доимий равишда ўзгариб туришини инобатга олмаган тадбиркорлар зарар кўради ва бозордан чиқиб кетишга мажбур бўлади. Агар мижоз фақат паст нарх туфайли кўшилган бўлса, унда юқори эҳтимоллик билан у янада пастроқ нарх таклиф қилувчи рақобатчига ўтиб кетади. Аммо, агар у мижозларга аъло даражада хизмат кўрсатиш мавжудлиги сабабли бирга бўлса, у ҳолда мижоз cross ва up - sell таклифларни катта эҳтимоллик билан ижобий қабул қилади.

Қолаверса, фойда - бу ходимлар учун рағбатлантирувчи муҳит яратишдан олинган қарсақлардир: ушбу муҳитда ходимлар мижозларга ғамхўрлик қилишни ишташади. Инсоннинг хулқ - атвори иррационал бўлиб, кўп холларда у ёки бу маҳсулотни сотиб олиш замирида мантиқ бўлмайди. Бренд - истеъмолчининг бундай иррационал хулқ - атворини бошқариш ва ҳиссиётларнинг пулга алмашинувидир. Мижозлар бренд учун тўланган нархдан кўра, ундан фойдаланиш вақтида олган ҳиссиётларини эслаб қоладилар. Демак, фойдани максималлаштириш билан мижозни бахтли қилиш ўзаро тўғри пропорционалдир. Мижознинг содиқлиги 5% га ошса, фойда 25% дан 85% гача ошар экан. Чунки қиймат учун маҳсулотни севишади, нарх учун эса маҳсулотдан фойдаланишади. Бозорда маркетинг бюджети билан бемалол манёвр қилиш учун маҳсулотда доимо яхши маржа бўлиши керак. Паст маржада дистрибуция билан шуғулланиб бўлмайди. Фойда бозорни прогнозлашдаги муваффақиятли ғоялар ва унинг бизнес ютуғидан келиб чиқади.

Иқтисодиётда инновацион маҳсулотларни кўпайтиришнинг энг самарали йўли рақобатбардош бозорларни вужудга келтиришдир. Doing Business рейтинги 190 та давлатлардаги ишбилармонлик муҳитини баҳолашда рақобатбардошлик даражаси қанчалик юқори бўлса, мамлакатлар шунчалик ривожланган бўлишини таъкидлайди (<https://www.doingbusiness.org/>). Бозор иқтисодиётини хўжалик ташкил этишнинг бошқа шаклларида ажратиб турадиган афзаллиги унинг хатоларни тузатиш ва янгилик киритишга кенг имкон беришида намоён бўлади. Бозорда демпинг бошландими, у билан курашиш ўрнига креатив ғоя билан бизнесга

инновацияларни тадбиқ этиш лозим. Бозорда номувофиқлик қанчалик катта бўлса, тадбиркорларнинг фойда олиш имконияти шунчалик юқори бўлади. Худди шундай, бу номувофиқликлар бартараф этилганда фойда ҳам камайиб боради. Тадбиркорликда катта харажатдан эмас, кичкина даромаддан қочиш керак. Чунки стационар иқтисодиётда тадбиркор оладиган фойда миқдори бошқа тадбиркорлар кўрган зарарларнинг умумий миқдорига тенг бўлади. Ривожланаётган иқтисодиётлардагина олинган барча фойдалар йиғиндиси барча йўқотишлар йиғиндисидан юқорироқ бўлади. Бозор иқтисодиётида мижозларга энг яхши хизмат кўрсатадиган бизнесларгина гуллаб - яшнайдилар (Rothbard, Myurrey. 1962).

Apple Hang Seng индексининг 97% ига тенг. Hang Seng индекси (HSI) — Гонконг Фонд биржасида сотиладиган “Кўк фишкали” акциялар учун эталон ҳисобланади. Бу тахминан 60 акцияларни кузатиб боради. Қандай қилиб битта компания Хитойнинг барча энг яхши компанияларини умумий олган каби қийматга эга бўлиши мумкин? Ёки Хитой акциялари жуда арзонми? Рақобат қанчалик катта бўлса, битта мижозни олиб келиш нарҳи шунчалик юқори бўлади. Рақобатда ғолиб бўлиш учун, тадбиркор бозор конъюктурасининг ўзгариш тенденцияларини олдиндан кўра билиши ва ғоя ўғирланишидан ҳавотирланмаслиги лозим. Бу ишни амалга оширишни тўхтатгандагина ташвишланиш керак. Бизнесдаги дизайн - бу санъат ёки гўзаллик эмас, балки маълум бир бизнес муаммони ҳал қилишдир.



4 - расм. Apple Hang Seng индекси. (Statista, 2022)

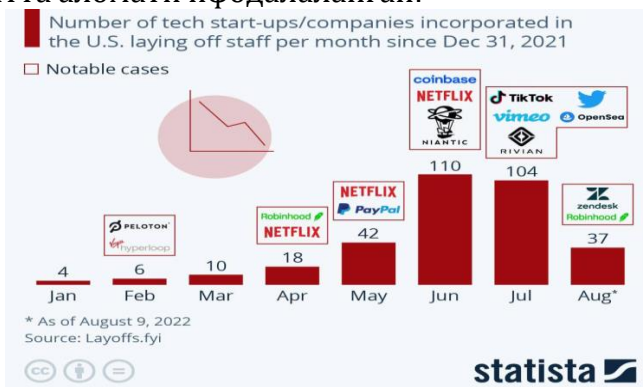
Иқтисодий тараққиёт бозор иқтисодиётининг мукамаллиги ўзи билан ижтимоий муаммоларни келтириб чиқаради. Чунки бозор иқтисодиётининг юксалиш жараёнига параллел равишда эски синфларнинг таназзулга учраши, таснифланиши ва йўқ қилиниши билан бирга кечади. Чунки янгининг пайдо бўлиши эскининг четга сурилиши кераклигини англатади. Ривожланиш жараёни йўқотишларни ўз ичига олади. Йўқотишларсиз ривожланишда ҳеч қандай тараққиёт йўқ. Янги товарларнинг пайдо бўлиши эски товарлардан фойдаланишнинг камайишини англатади. Эски ишлаб чиқариш жараёни янгилари фойдасига тугатилади. Бу кўпинча мавжуд активларнинг бутунлай яроқсиз ҳолга келишидан олдин девальвациясига олиб келади. Инновациялар доимий равишда эмас, балки циклик тарзда тўлқинли, жуда тартибсиз ва чуқур парчаланишлар билан содир бўлади. Янги бозорларнинг пайдо бўлиши эски бозорларнинг нобуд бўлишини англатади. Масалан, пароходларнинг пайдо бўлиши елканли қайиқларнинг аста - секин йўқ бўлиб кетишига сабаб бўлди. Инноватор тадбиркор ҳукмрон фикрлаш одатларига, омманинг летаргияси ва юқори элита имтиёзларига қарши чиққанлиги боис, ҳақиқий қаҳрамонликни талаб этади.

Бизнесда ўзгаришлар масштаби ва тезлиги қанча катта бўлса, муаммолар ҳам шунча мураккаб бўлади. Муаммолар фақат ўзгаришлар бўлмаганда йўқ бўлади. Ўзгаришлар эса фақат ўлган бизнесда бўлмайди. Шу сабабли, инқирозлар - бу норма! Бугун эътибордан четда қолаётган муаммо келажакда инқирозга айланади. Инқирозга қарши менеджмент - бу инқирозгача бўлган 80% иш ва инқироз давридаги 20% меҳнатдир. Бизнесни бошқаришда мунтазам инқирозлар бизнес моделга киритилиши керак. Crisis - ready стратегиялар яратиш муваффақияти рақобатдан қочиш ва мавжуд саноат моделига янгича қараш қобилиятига боғлиқдир. Бизнесни стресс - тест қилиб туриш, савдо неча фоизга тушиб кетса бизнес зарарга кирмасдан чидаб беришини билиш ва инқирозга тайёргарликни олдиндан бошлаш керак. Ички тизимни шундай тузиш керакки, у савдо кескин тушса ҳам чидаб бериши керак. Бироқ:

1. Инқирозга аксарият корхоналар тайёр эмас. Инқирозда савдо камида 30% га тушади. Бу корхоналарнинг 48% банкротликка учраш хавфи катта.

2. Каттароқ инқироз содир бўлиб савдо 50% га тушса 77% корхона банкротликка учрашиши мумкин экан.

Шу боис, катта технологик компаниялар ходимлар сонини кескин қисқартириш билан овора. Қуйидаги диаграммада корхоналар сони кўрсатилган бўлиб, келажакда инқирознинг яна битта аломати ифодалаланган:



5 - расм. 2021 йил 31 декабрда АҚШдаги йирик технологик компанияларда ходимлар сонининг кескин қисқариш тенденцияси (Statista, 2022)

Кучли рақобат, ўзгаришларга бўлган интилиш ҳар вақт ривожланишга сабаб бўлган. Аммо эндиликда уларнинг суръати янада жадаллашди. Ўзгаришлар суръати шунчалик юқорики, биз ҳал қилишга вақт топа олганимиздан кўра кўпроқ муаммоларга дуч келмоқдамиз. Қизиғи шундаки, муаммонинг ҳар қандай ечими янги ўзгаришларга олиб келади. Ўзгаришлар эса - бу яна муаммолар демак. Муваффақиятли бўлиш учун стартаплар анъанавий бизнесга қараганда тезроқ ривожланиши ва ўзгариши керак. Уларнинг асосчилари ўз миждозлари билан янада яқинроқ мулоқот қилишлари, муваффақиятсизликларга тайёр бўлишлари ва бошида ишонганларидан воз кечишлари керак. Тадбиркорга муаммоларни ҳал қилиш ва муаммолар билан яшашни ўрганиш кўникмаси келажакдаги энг зарур кўникма бўлиб ҳисобланади. Агар тадбиркор атрофдаги воқеликда бизнес имкониятларини кўриш қобилиятига эга бўлса, унда лойиҳалар яратишга имкон берадиган технологиялар ва алгоритмлар шунчаки кўникмага айланади.

Ёниш - бу сиз узоқ вақт давомида бирор нарсага вақтингиз ва ресурсларингизни сармоя қилганингиз ва эвазига ҳеч нарса олмаганлигингиздир. Муваффақият формуласи рақобатга қарши туриш эмас, балки уни четлаб ўтишдир. Бу эса аксарият ҳолатларда нархларнинг пасайишига сабаб бўлади. Инновацияни яратгач ҳам бозорда компания хушёрликни ҳамда ўз таклифининг стандартларини пасайтирмаслиги керак. Ҳар доим quick wins керак. Чунки, илгари, катта балиқ

кичигини ер эди. Бугун эса – тезкор балиқ секин ҳаракат қиладиганини ейди. Операцион тизимдан чиқиш замонавий бизнесда иллюзияга айланиб бормоқда. Ўзгариш тезлиги шунчалик тез амалга ошмоқдаки, натижада тадбиркор ҳар доим кемада қолишга маҳкум. Фикримизча, ҳамма нарса жуда тез ўзгариб бораётган бугунги дунёда компаниянинг ташкилий тузилмаси қалам билан ёзилиши керак.

Тарихдаги энг муваффақиятли бизнеслар, General Electric дан Facebook га қадар, компанияларнинг хорижий бозорларга тез кириш қобилияти туфайли юзага келган. Фақат Ўзбекистонда ёки фақат МДХ бозорида ишлаш орқали ҳеч қачон катта бизнесга айланиб бўлмайди. Ўзбек тадбиркорларини экспортга чиқмаслигининг сабаби - миядаги чеклов! Тадбиркорлик - бу аввалам бор фикрлашдир. Тадбиркор фикрлашининг асосий ўлчовларидан бири - ўйин қоидаларини бузишни хошлаш ва билиш. Демак, бизнесда бутун эътиборни рақибларга қаратмасдан, мижозларнинг яширин эҳтиёжларини изчил таҳлил қилиш, рақобатдан ҳоли янги уфқларни топиш муваффақиятга асос бўлади.

5. Хулоса ва таклифлар.

Тадбиркорлар шахсий маҳсулотларининг афзаллиги сифатда деб билдилар. Рақобатдаги устунлик - бу сифат эмас, сифат - бу гигиеник омил бўлиб, мижознинг маҳсулотдан фойдаланишга одатланишидир. Тадбиркорлик фаолиятида стратегик концепция сифатида қиймат яратиши жуда катта аҳамиятга эга. Янги кадамларни ташламасдан қийматни мукамал тарзда яратиш бўлмайди. Пировард мақсад харидорга қиймат бериш, фойда олиш ва ўз маҳсулотининг қийматини мақсадли аудиторияга исботлашдир. Асосчи ўз мижозлари билан доимо алоқада бўладиган ва уларни тинглайдиган тарзда муносабатларни ўрнатиши керак. Мижозлар билан мулоқот ғояларни излаш босқичида тўхтамайди. Бу ҳар доим давом этади, чунки ҳар қандай стартап ўзгариши ва 360 даражагача бурилиш қилиши мумкин.

Тадбиркорлик соҳасидаги муаммоларни ҳал қилиш, хизматлар сифатини ошириш, харажатларни камайтириш ва замонавий шароитларда соҳанинг шаффофлигини ошириш зарур. Рақамли трансформациялаш жараёнида шаҳар ва ҳудудлар инфраструктурасини, транспорт логистикаси, фавқулодда хизматларни ягона комплексига бирлаштирилиб, улар ўзаро интеграция ва мувофиқлаштирилиб бошқаришнинг замонавий интеллектуал тизими жорий этилади. Сўнгги ўн йил рақамли технологияларга бўлган талабни кўрсатди ва кейинги ўн йил уларни ривожланиши учун янги векторни ўрнатади. Мижоз буюртмачи нуқтаи назардан ғайриоддий истак тез ва муваффақиятли амалга оширилиши керак. Айнан замонавий технологиялардан фойдаланадиган тадбиркорларнинг келажаги бор, чунки улар истеъмолчиларга энг илғор товар ва хизматларни тақдим эта олади ёки бозорда пайдо бўладиган барча спектрлардан энг юқори сифатли ва энг харидорбоп маҳсулотни таклиф қилади.

Яширин иқтисодиётга қарши курашиш, солиқ базасини кенгайтириш йўлида, қилинаётган саъй-ҳаракатлар охир-оқибат узоқ муддатли истиқболда яширин иқтисодиётнинг янада кенгайишига, солиқ базасининг камайишига олиб келиши мумкин. Бу эса ўз навбатида тадбиркорлар яна “Қора” схемалар орқали ишлашга ўтиб кетишига замин яратади. Солиқ маъмурчилиги бўйича жорий қилинаётган янгиликлар тадбиркорлик фаолиятининг харажатларини оширади. (Мисол учун, бухгалтерлар хизмати нархи каррасига ошади). Пировардида оддий одамлар, халқимиз бунинг бадалини тўлашига тўғри келади. Инновацион фаолият ҳақидаги қонунларнинг норматив ҳужжатларни улар ноқонуний маблағларни легаллаштириш, офф-шорлаштириш, чет элларга пул ўтказиб, уларни ўзлаштириш каби жинояткорона мақсадларда ишлатилмаслиги учун қайта кўриб чиқиш зарур. Солиққа оид қонун лойиҳалари парламентда ёзилиши керак, ундан манфаатдор

ташкilotларда эмас. Фикримиза, махсус инновацион солиқ турини киритган ҳолда ундан жамланган маблағларни республикадаги энг муҳим инновацион жараёнларни ривожлантиришга йўналтириш лозим.

Ўзбекистоннинг жаҳон бозоридаги замонавий илмий маълумотлар талаб қиладиган маҳсулотлар ишлаб чиқариш улуши жуда ҳам паст даражада. Шунинг учун энг биринчи навбатда жаҳон бозорида рақобатбардош маҳсулотлар яратиш ва ишлаб чиқаришга йўналтириган инновацион фаолият турларига молиявий ва ташкилий ёрдам берилиши лозим. Тадбиркорларни қийнаш бўйича қисқагина тарихимизда йўл қўйган хатоларимизни яна ва яна такрорлашдан тийилишимиз керак. Тадбиркорларни гап-сўзлар билан алдамасдан, уларга амалий ёрдам бериш керак. Назаримизда, бу ёрдам сиёсий бўлиши керак. Тадбиркор учун, халқ учун кимнингдир ҳақлиги муҳим эмас, тадбиркорлар ҳозирги шартли комфорт ҳолатидан ноқулай, ёқимсиз муҳитга ўтаётганини ҳукумат теран ҳис қилиши керак.

Юқорида айтиб ўтилганлардан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистондаги инновацион муҳитни яхшилаш учун энг муҳим бўлган асосий чора-тадбирлар мажмуи қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

- Чет мамлакатларнинг Ўзбекистон учун мос бўлган иқтисодиёт, техника-технология, қишлоқ хўжалиги ва бошқа йўналишларига оид инновация соҳадаги илғор тажрибасини ҳар томонлама ўрганиш ва унинг ижобий томонларидан фойдаланиш;

- Инновациялар соҳасидаги барча энг муҳим илмий ва амалий адабиётларни давлат тилига таржима қилиб, уларни илмий-техник ходимлар ва бошқарув бўғини хизматчилари томонидан танқидий равишда ўрганиш жараёнини ташкил қилиш;

- Жаҳон миқёсида ишлаб чиқилган ва Ўзбекистон иқтисодиёти учун муҳим бўлган соҳалардаги инновацион ғоялар, фикрлар, қурилмалар, ускуналар ҳамда илмий изланишлар натижаларининг маълумот базасини ташкил қилиш ва уни оммавий ахборот воситалари ҳамда интернет портали орқали тадбиркорларга ҳамда корхона раҳбарларига тезкор равишда етказиш;

- Хар бир инновацион таклиф киритган ёки мавжуд инновацияларни амалиётда қўллаган шахсларнинг муносиб моддий ва маънавий тақдирланишига эришиш;

- Илмий изланишлар асосида турли хил замонавий инновацион технологиялар ярата оладиган ва тадбиркорлик билан мос тушадиган умумдавлат дастурини ишлаб чиқиш;

- Инновацион тизимлар яратиш ва баҳолаш соҳасида фаолият кўрсатадиган малакали экспертлар гуруҳини яратиш ва унинг фаолиятини ривожлантириш – худди шу экспертлар барча катта ва кичик инновацион лойиҳаларнинг мақсадга мувофиқлигини аниқлаб бериш учун хизмат қилишлари лозим (мониторинг ва баҳолов);

- Энг илғор замонавий технологияларни, шу жумладан 3Д-технологияларни, робототехникани Ўзбекистон республикасида ривожлантириш чора-тадбирларини кўриш лозим.

Адабиётлар:

Adele Oosthuizen, Jurie Van Vuuren, Melodi Botha (2020) Compliance or management: The benefits that small business owners gain from frequently sourcing accounting services. The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management. Vol 12, No 1 DOI: <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v12i1.330>

José Santisteban and David Mauricio (2020) Critical success factors for technology-based startups. The Authors(s). Published by Inderscience Publishers Ltd. This is an Open

Access Article distributed under the CC BY license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Felipe, Ednilson Silva (2017) Shumpeter, os Neoschumpeterianos e Instituições: o conceito eo papel numa economia dinâmica va globalizada. In: XII Kongress Brasileiro de História Econômica & 13ª Conferência Internacional de História de Empresas. Niteroy.

Hoppe, Hans-Hermann. (2010) A Ciência Econômica eo Método Austríaco. San-Paulu: Instituto Ludwig von Mises Brasil.

Iorio, Ubiratan Xorxe (2011) Ação, tempo va conhecimento: A Escola Austríaca de Economia. San-Paulu: Instituto Lyudvig fon Mizes. Braziliya.

Klein, Piter G.; BYLUND, Per. (2014) Avstriya iqtisodiyotining zamonaviy tadbirkorlik tadqiqotlaridagi o'rni. Avstriya iqtisodiyoti sharhi, fevral.

Lachmann, Lyudvig. (1977) Kapital, kutishlar va bozor jarayoni. Menlo Park: Insonparvarlik tadqiqotlari instituti.

Lachmann, Lyudvig. (1978) Kapital va uning tuzilishi. San-Frantsisko: Inson tadqiqotlari instituti va Kato instituti

Mises, Lyudvig fon. (2012) O calculo econômico sob yoki sotsialism. San-Paulu: Instituto Ludwig von Mises Brasil.

Rothbard, Myurrey (1962) Inson, iqtisod va davlat: Iqtisodiy tamoyillar risolasi. Nyu-York: D. Van Nostrand.

Rothbard, Myurrey. (1970) Quvvat va bozor: hukumat va iqtisod. Menlo Park, Kaliforniya: Insonparvarlik tadqiqotlari instituti.

Salerno, Jozef T. (1993) Mises va Hayek dehomogenizatsiya qilingan. Avstriya iqtisodiyoti sharhi, 6-v., n. 2, p. 113-46.

Samuelson, Pol. (1965) Iqtisodiy prognozlash va fan. Michigan Quarterly Review, v. 4, n. 4. Oktyabr, p. 274-280,

Shumpeter, Jozef (1987) Reimpressão inalterada da 4 edição publicada em 1934. Berlin: Duncker & Humblot.

Soto, Iso Huerta de (2010) Escola Austríaca. San-Paulu: Instituto Mises Brasil.

Shumpeter, Jozef. (1987) Reimpressão inalterada da 4 edição publicada em 1934. Berlin: Duncker & Humblot.

Shumpeter, Jozef. (1911) Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins va Konjunkturzyklus. Leyptsig: Dunker va Humblot,

Абдуллаев А, Муфтайдинов Қ, Айбешов Х. (2003) Кичик бизнесни бошқариш. Дарслик. –Т., «Молия» нашриёти. 192 б.

Арипов О.А. (2019) Кичик бизнес ва хусусий тadbirkorликни ривожлан-тириш ҳамда ишбилармонлик муҳитини яратиш. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 2, март-апрель.

Болтаев Ш.Ш, Рахматов А.А. (2019) Тadbirkorликни инновацион ривожлан-тиришнинг айрим жиҳатлари. “Халқаро молия ва ҳисоб” илмий электрон журнали. № 5, октябрь.

Гасанов Э.А. (2014) Инновационный вектор развития информационной экономики // Инновации. № 5. С. 10–14

Жўраев Т.Т, Каландаров Р.А. (2019) Кичик бизнес ва тadbirkorликни ривожлантириш орқали иқтисодиётнинг реал секторини инновацион тараққиётини таъминлаш. Илмий-оммабоп рисола.- Т., 52 б.

Кондратьев Н. Д., Опарин Д. И. (1928) Большие циклы конъюнктуры: Доклады и их обсуждение в Институте экономики. 1-е изд. - М., — 287 с.

Кирьяков А.Г, Максимов В.А. (2002) Основы инновационного предпринимательства. – М.: Феникс, – С. 160.

Кошелева Т.Н. (2009) Стратегическое развитие инновационных венчурных предприятий. СПб.: ГУАП, 236 с.

Эргашходжаева Ш.Д. (2014) Инновацион маркетинг. Дарслик. – Т.: ТДИУ, Иқтисодиёт, 178 бет.

Эшов М.П. (2017) Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ривожланиши: омиллар, натижалар ва истиқболлари. Монография.Т. 80 б.

Шумпетер Й. (1982) Теория экономического развития. – М.: - Прогресс, .386 с.