

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА

Абдуллаева Матлуба Нематовна, к.э.н., доцент, ТГТрУ

Фарходова Шохиста Журъат кизи, студентка гр. RIQ -1, 2- курса, ТГТрУ

Annotation. The paper considers the issues of applying innovations in achieving and ensuring the competitiveness of enterprises.

Keywords. Innovations, competitiveness, strategy, enterprises, innovative activity.

Повышение конкурентоспособности продукции является одним из основных факторов способствующих созданию благоприятных условий для устойчивого роста промышленных предприятий в нашей республике. Проблема конкурентоспособности продукции приобретает в современных условиях хозяйствования принципиально новый, стратегический статус. Наряду с этим мировое промышленное производство характеризуется ускорением темпов научно-технического прогресса, расширением выпуска наукоемкой продукции и ряда других факторов в условиях усиления международной конкуренции.

В современных условиях хозяйствования главным фактором функционирования рынка является не статическая конкуренция между действующими производителями существующих товаров, а потенциальная конкуренция со стороны новых товаров или предприятий, использующих современные технологии. Поэтому для успешного функционирования современным промышленным предприятиям необходимо эффективно реализовывать стратегии инновационного развития.

Большинству современных промышленных предприятий недостает не только разработанных стратегий инновационного развития, но и необходимых ресурсов для формирования подобных стратегий. При этом, как правило, инновационные разработки направлены на повышение качества и надежности производимой продукции. Данная позиция считается правильной, если она учитывает, что важнейшим элементом стратегии развития промышленных предприятий является сокращение временного промежутка между инновационным предложением и его практическим использованием в производстве.

В данных условиях необходимы инструменты и механизмы эффективного управления стратегическим развитием промышленных предприятий, направленные, прежде всего, на восстановление и развитие стратегического потенциала предприятий и повышение их инновационной активности и восприимчивости в целом.

Тем не менее, существует достаточно много проблем при формировании эффективного механизма управления стратегиями развития на промышленных предприятиях. В частности, практически не уделяется должного внимания количественной оценке стратегического потенциала предприятий, а также отсутствует комплексный подход в оценке инновационной активности и восприимчивости как основы стратегии развития современных промышленных предприятий.

Часто происходит отождествление таких понятий, как инновационная активность и инновационная восприимчивость. Последнее понимается как неотъемлемая часть инновационной активности, а предприятия, успешно реализующие уже известные новшества, признаются инновационно активными. Инновационную активность следует определить как деятельность предприятий по разработке нововведений. Инновационную восприимчивость – как адаптацию предприятий к уже существующим нововведениям. При этом инновационная восприимчивость предприятий не указывает однозначно на их инновационную активность. Тем не менее, инновационные процессы и процессы адаптации инноваций требуют от предприятия наличия множества, приводят к часто одинаковым результатам и являются важнейшим элементом стратегии развития современных субъектов реального сектора.

Базовыми элементами, позволяющими оценить принципиальную возможность реализации стратегии развития современных промышленных предприятий, являются стратегический потенциал – совокупность кадровых, материально-технических, информационных и финансовых ресурсов, необходимых для реализации стратегии развития – и соответствующий организационно-управленческий ресурс. Следующим по значимости фактором, влияющим на управление стратегией развития промышленных предприятий, является внутренняя среда предприятия, которая отражает не что иное, как нацеленность сотрудников предприятий, и в первую очередь руководства, на эффективную стратегию развития; отношение персонала к сопутствующим стратегической деятельности переменам; существующую на предприятии систему мотивации для преодоления сопротивления новому и т.п. и

определяется, прежде всего, уровнем организационной культуры, существующей на предприятии.

В данных условиях предъявляются совершенно другие требования к качественному уровню стратегического развития предприятия, характеру решаемых при этом задач, а также и к методам их решения. Появляется необходимость предвидеть возможные изменения во внешней среде, готовиться к ним и активно влиять со своей стороны на будущую деятельность. Очевидно, что прежнюю систему управления невозможно адаптировать к быстро меняющимся условиям рынка. Необходима новая концепция, адекватным образом отображающая происходящие перемены и наполняющая принципиально иным содержанием организацию управления предприятием в условиях модернизации экономики. В этой связи наибольший интерес представляет выработка долгосрочной стратегии развития.

Предприятия, прогнозирующие и учитывающие как можно раньше характерные динамические изменения среды функционирования, получают благоприятные шансы, связанные с рациональным использованием собственных сил и средств за счет стратегического развития и разработки целевых стратегий для создания новых преимуществ в конкуренции. Стратегическое развитие как система ее обеспечения, по сути, создана для нивелирования нестабильности окружающей среды и обеспечения устойчивого существования хозяйствующих субъектов. Особая значимость поиска надежных механизмов обеспечения устойчивости предприятий предопределяет обращение к вопросам формирования стратегии их развития, стратегического управления и соответствующего эффективного инструментария.

Особенность фактора внешней среды предприятия заключается в том, что им нельзя управлять, а его можно только эффективно использовать. Он включает в себя нормативно-правовую базу, имеющую отношение к функционированию предприятия, социально-экономическую обстановку в стране и ряд других параметров.

Главную роль в формировании, функционировании, изменении и развитии стратегически-ориентированной организационной культуры играют руководители предприятий, особенно их высшее звено, выступающее основной идеологической силой, отвечающей за формирование основных стратегических направлений деятельности.

Таким образом, сформировать у сотрудников такие ценности, как: инновации, развитие, стремление к обучению, готовность к переменам,

профессиональная гордость, чувство сопричастности, уверенность в себе, определяющие эффективность организационной культуры, под силу только руководителям, обладающим качествами лидера и инноватора одновременно.

Литература:

1. Шакирова, Ф. Б. (2022). ТРАНСПОРТ СОҲАСИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИК МЕХАНИЗМЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ХОРИЖИ ТАЖРИБАСИ. *Journal of new century innovations*, 15(3), 66-74.
2. Parizoda, M. (2022). IQTISODIYOTNI RAQAMLASHTIRISHNING AYRIM JIHATLARI. *Journal of new century innovations*, 15(2), 147-150.
3. Шакирова, Ф. Б., & Махмудова, П. (2022). ВЛИЯНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ И ИННОВАЦИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РОСТ. *Journal of new century innovations*, 15(2), 142-146.
4. Акбарова, Л. У., Нормаматов, Э. Н., & Носиров, Ж. М. (2021). ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ. In *Multidiscipline Proceedings of Digital Fashion Conference* (Vol. 1, No. 2).
5. Акбарова, Л. У. (2020). ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. *В номере*, 9.
6. Акбарова, Л. У. (2019). ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ СЕРВИСА. *Экономика и социум*, (1-1), 170-174.
7. Акбарова, Л. У. (2019). ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ СЕРВИСА. *Экономика и социум*, (1-1), 170-174.
7. ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ОСНОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*, (4-7), 14-18.