
INNOVATIVE PROCESSES - A DRIVING FACTOR OF GLOBAL COMPETITION**Makhkamova M.¹**

Makhkamova Mamlakat, Doctor of Economic Science, Professor, Tashkent State Technical University, Tashkent, Uzbekistan mamlakat.maxkamova@mail.ru

The article examines the role and importance of innovation processes as a driving factor of competition in the context of globalization of business activities of companies and the integration of economies of states. The strategic importance of state policy in the field of innovative activities of companies is also considered, the content of which is the development and launch of new products, new technologies, the creation and application of new knowledge.

Keywords: innovation, innovation process, globalization, competition, intellectualization, innovative development, innovation management, innovation market, innovative communications.

Современное развитие мирового сообщества характеризуется системной интеграцией экономик государств, международной концентрацией капитала, интеграцией мировых рынков и глобализацией хозяйственной деятельности компаний. Важнейшими его факторами становятся научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства. Экономическое и технологическое доминирование США, Японии и стран Европейского Союза основано на наукоёмких и высокотехнологичных отраслях промышленности и обеспечивает этим странам политическое господство в мире. Осознавая важность и исключительное значение инновационной сферы деятельности, правительства этих государств перешли к агрессивной инновационной политике посредством государственной поддержки и специальных государственных программ. Это позволит сделать мощный технологический рывок компаниям, имеющим место базирования в этих государствах, и обеспечит ещё больший разрыв по всем макроэкономическим показателям в этих странах по сравнению с остальными.

В связи с этим стратегическое значение государственной политики приобретает инновационная деятельность компаний, содержанием которой является разработка и вывод на рынок новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, создание и применение новых знаний [4, с.45].

Важнейшим условием эффективной реализации государственной научно-технической политики в создавшихся условиях является концентрация научного потенциала, финансовых и материальных ресурсов на приоритетных направлениях развития науки и техники. В целом, требуется разработка перспективной инновационной стратегии как центрального звена социально-экономической и научно-технической политики на республиканском и региональном уровнях, а также стратегии предприятий, банков, других финансовых институтов [2, с.3].

Рассматривая вопросы успешного инновационного развития, следует учитывать важность осознания не только механизмов возникновения и распространения нововведений, но и принципов создания необходимой инфраструктуры, позволяющей сформироваться потребности в нововведениях и

обеспечивающей формирование соответствующего рынка предложений. Объективно рынок инновационных предложений всегда более насыщен, чем рынок их спроса. Известно, что совсем малое число новых идей успешно реализуется через инновации. Исследования инновационных процессов свидетельствуют, что всего лишь сотая, а иногда и тысячная доля всех, казалось бы, реалистичных идей приводит к коммерческому успеху. Следовательно, необходимо переработать многочисленные предложения, чтобы хотя бы одна идея оказалась, с одной стороны, плодотворной, а с другой, – реализуемой. В конечном счёте, инновация – это союз между идеей необходимости и идеей технической возможности. И здесь, по существу, в наиболее полной мере проявляется синергетический эффект инноваций, который в первую очередь определяет информационные процессы в инновационной системе [1, с.3].

Несмотря на многообразие исследовательских интерпретаций, проблемы управления инновационной деятельностью, не до конца изученными остаются вопросы, связанные с комплексной интеграцией системы управления инновационной деятельностью в процессе формирования целей и стратегий развития компаний, функционирующих в конкурентной рыночной среде.

Реализация поставленной цели обуславливает необходимость решения совокупности следующих теоретико-прикладных и практических задач:

- теоретическое обобщение значения инноваций как конкурентного ресурса в деятельности компаний, значения инновационной деятельности в процессе формирования целей и стратегии компании;
- выявление специфики инновационного процесса и его влияния на систему управления компаниями, обоснование необходимости применения эвристических итерационно-адаптивных подходов в управлении инновационной деятельностью;
- статистический анализ инновационной активности успешно действующих глобальных компаний;
- анализ современного инструментария, методов и алгоритмов управления научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами (НИОКР) глобальных компаний, оценка практических подходов и путей разрешения проблем управления инновационным процессом на базе опыта глобальных компаний США, Европы и Японии;
- анализ современного состояния управления инновационной деятельностью компаний, оценка возможности применения концепции стратегического инновационного менеджмента в экономических условиях страны, выработка практических рекомендаций по управлению инновациями для компаний.

Менеджмент сегодня – это, прежде всего, – управление на основе постоянных нововведений. Важнейшей составной частью менеджмента во всех его ипостасях становятся инновации – процесс постоянного обновления во всех сферах предпринимательства. Инновации включают в себя не только технические и технологические разработки, но и все изменения, способствующие улучшению деятельности фирмы (новые товары, новые услуги, новые благоприятные условия для клиентов, включая цены, и т.д.).

Инновационный процесс – совершенствование сбалансированности различных сфер деятельности предприятия при контроле за рентабельностью работы каждого звена. Все нововведения проводятся на основе систематического, комплексного анализа различных сторон работы фирмы, главное в котором – сравнивать полученные результаты не с уже достигнутыми, а с тем потенциалом (ёмкостью) рынка, который имеется в данное время. Цель такого анализа – определить, насколько полно использует предприятие возможности рынка в каждом периоде [5, с.6].

Рынок новшеств можно определить как систему экономических форм и механизмов, связанных с образованием и функционированием инновационных коммуникаций, условиями торговли научным товаром. Рыночный механизм включает коммуникации между продавцом и покупателем новшеств, цены, кредит (с присущим ему процентом) и другие стоимостные категории. Сюда же относят предложение и спрос на новшества, систему оценки предложения и достижения договорной цены, покрытие денежной массы (инвестиций) совокупной ценой новшеств и др. Инновационные коммуникации обслуживают товарообращение и являются центральным механизмом, позволяющим управлять инновационным процессом и целенаправленно воздействовать на участников рынка новшеств [3, с.4].

На рынок часто смотрят как на технико-экономическую категорию, функции которой сводятся только к продвижению товара от производителя к потребителю. Такая упрощённая характеристика инновационных коммуникаций не свойственна рынку новшеств, поскольку они по своей природе имеют существенно важные функции:

- первая – служить проводником научно-технической политики;
- вторая – оказывать инновационное воздействие на инвестиционный процесс;
- третья – подсказывать государственным органам необходимость развития инновационных коммуникаций в целях ускорения реализации научно-технического потенциала;
- четвертая – формировать научно-технические требования (показатели) к новшествам;
- пятая – прямо влиять на производство новшеств через активизацию спроса на инновационные товары.

Чтобы выполнять указанные функции, рынок новшеств должен иметь возможность экономически воздействовать на процесс создания новшеств и на производителей научной продукции. Сущность воздействия состоит в повышении или понижении интереса исследователей и разработчиков новых продуктов и технологий к созданию того или иного новшества. Интерес связан с доходами, получаемыми от реализации результата, и их распределением. Если ранее в инновационной сфере доход был полностью регламентирован, не зависел от реализации новшества в производстве, то и рынок новшеств отсутствовал. Воздействие рынка зависит от возможности изменить товарные потоки и их экономические (стоимостные) параметры в соответствии с инвестиционной конъюнктурой и тем самым повысить или понизить интерес участников рынка новшеств.

Рыночный механизм проявляет свои специфические особенности через формирование инвестиционного спроса и предложения, а также с учётом характера самого рынка.

В настоящее время мировой опыт в сфере инноваций успешно внедряется в различные отрасли экономики Республики Узбекистан, что является гарантом в системном развитии потенциала страны. Наряду с этим учёными республики разрабатываются принципиально новые научные основы инновационного менеджмента и успешно внедряются в промышленность с учётом специфики производства и состояния экономики страны. На основе данных разработок повышается качество системы управления, производится принципиально новая продукция и насыщается рынок качественными продуктами.

References

1. Mahkamova M.A. Market-based methods of estimation of loss of value intellectual property at enterprises of the fuel and energy sector. E3S Web of Conferences 216, 01174 (2020) RSES 2020 <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021601174>
2. M.A.Makhkamova, G.J. Allaeva. Relationship between sustainable development of branches of fuel and energy complex and growth GDP. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-8, Issue-2S11, September 2019.
3. Allaeva G.J. Innovation potential of fuel and energy complex of the Republic of Uzbekistan. // Monograph. - Toshkent, "Fan va texnologiyalar" Nashrieti, 2017. - bet 160.
4. Mahkamova M.A. Formation of organizational economic mechanism of innovation activity management at machine-building enterprises of the Republic of Uzbekistan. Dok.diss., Tashkent, TSTU, 2004.
5. Mamadjanov H.A., Abbasova N.B., Mahkamova M.A. Life cycle of innovation and estimation of loss of cost of intellectual property. // Voprosy evazhdeniya, No. 2, 2002.