

РОЛЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

Уракова М.Х. Email: Urakova6101@scientifictext.ru

*Уракова Махсад Хакимовна – старший преподаватель,
кафедра экономики,
Бухарский государственный университет, г. Бухара, Республика Узбекистан*

Аннотация: в данной статье излагается объективная необходимость повышения конкурентоспособности товаров и приводится классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность товаров. Конкурентоспособность товара оценивается по его способности реагировать на рыночный спрос, удовлетворять потребительский спрос на аналогичные товары на рынке, а также по его ключевым характеристикам, качеству и дизайну. Проблема производства конкурентоспособных товаров и повышения конкурентоспособности товаров является одной из главных тем, которая всегда была в центре внимания экономистов.

Ключевые слова: инновационная экономика, конкуренция, конкурентоспособность, продукт, конкурентоспособность продукции, цена, качество продукции, инновации, маркетинг.

THE ROLE OF USE OF INNOVATION IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF GOODS

Urakova M.Kh.

*Urakova Makhsad Khakimovna - Senior Lecturer,
DEPARTMENT OF ECONOMY,
BUKHARA STATE UNIVERSITY, BUKHARA, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

Abstract: this article outlines the objective need to improve the competitiveness of goods and provides a classification of factors affecting the competitiveness of goods. The competitiveness of a product is assessed by its ability to respond to market demand, meet consumer demand for similar products on the market, as well as its key characteristics, quality and design. The problem of producing competitive goods and increasing the competitiveness of goods is one of the main topics that has always been in the focus of economists' attention.

Keywords: innovative economy, competition, competitiveness, product, product competitiveness, price, product quality, innovation, marketing.

УДК 338.24

Сегодня формирование инновационной экономики, нарастающие глобализационные и интеграционные процессы делают объективной необходимость повышения конкурентоспособности экономики. В научной литературе указывается, что конкурентоспособность экономики может быть в различных формах и уровнях. К ним относятся региональная, отраслевая конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятий и продуктов. Как указал Портер, конкурентоспособность - это особенность субъекта рыночных отношений на рынке аналогичных товаров, услуг, а также конкурентов рыночных отношений, позволяющая отдельно оценивать высокий, средний и низкий уровни конкурентоспособности.

В нашей стране проводятся последовательные реформы, направленные на то, чтобы производимая в стране продукция отвечала современным требованиям, была экспортно ориентированной и конкурентоспособной. В частности, в Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан на 2017-2021 годы, согласно указу президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года.

В экономически развитых странах мира до 70-85% прироста ВВП приходится на новые знания, что находит свое отражение в технологиях, оборудовании, подготовке кадров и организации производства. В новых условиях именно интеллектуальный капитал составляет основную часть его инвестиций, его важнейшими составляющими являются научно-исследовательская опытно-строительная деятельность, патенты и лицензии, товарные знаки, научные знания и навыки сотрудников, корпоративная культура и так далее, то есть объекты, приобретаемые и оцениваемые на рынке, а не имеющие материальной формы.

Следует отметить, что в экономике, основанной на знаниях, доля труда, связанного с производством продукции, значительно снижается. В своей конечной стоимости значительный вклад будет внесен в создание, тестирование и маркетинг научных исследований, продукта или услуги, а также их доставку потребителю и обслуживание на протяжении всего жизненного цикла. Однако на этих этапах используется интеллектуальный труд, который требует высокого уровня знаний и интенсивности использования.

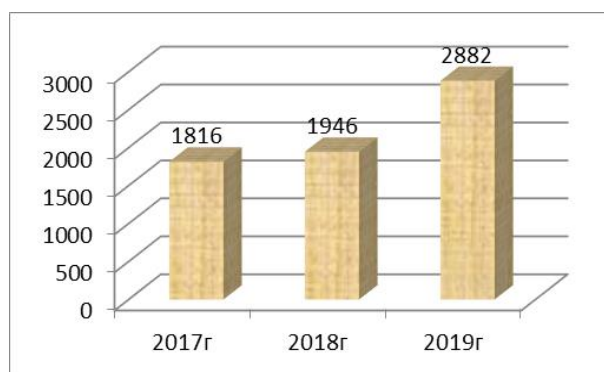


Рис. 1. Количество инноваций (технологических, маркетинговых, организационных), внедренных предприятиями и организациями в 2017-2019 гг.

На приведенном выше рисунке видно, как растет число инноваций, которые предприятия и организации внедряют на протяжении многих лет. В частности, количество технологических инноваций в 2017 году составило 1816, а в 2019 году - 2482, и мы можем наблюдать рост числа организационных и маркетинговых инноваций.

Для внедрения и эффективного использования инноваций в производственной деятельности должна быть создана благоприятная деловая и инновационная среда. Благоприятная бизнес-среда позволяет инновационному предпринимательству ускорить внедрение инноваций на предприятии и запустить имеющиеся ресурсы, реализовать инновационные идеи на предприятии и заключить соглашения с отечественными и внешними партнерами по выпуску современной продукции.

Процесс формирования инновационной среды организации заключается в целенаправленном создании благоприятных условий для осуществления инновационной деятельности. Меры по созданию инновационной среды необходимы для любой инновационной организации, так как они обеспечивают еще один стратегический инструмент управления коммерциализацией инноваций и, в конечном счете, эффективностью инновационной деятельности.

Собранные данные анализируются в разрезе трех стратегических подразделений: определение целей и задач инновационной деятельности; разработка инновационных проектов; распределение ресурсов между проектами и организационными подразделениями. После определения целей, мер и источников их развития стратегия изучается с точки зрения расширения конкурентного преимущества за счет формирования группы лояльных клиентов.

Следующий этап предполагает реализацию мероприятий в рамках разработанной стратегии по созданию инновационной среды для предприятия, а также мониторинг полученных результатов, в том числе коммерциализацию инноваций. Далее будет проведена оценка эффективности создания инновационной среды. Таким образом, процесс формирования инновационной среды предприятия носит циклический характер и характеризуется изменением внешних и внутренних условий осуществления инновационной деятельности.

В заключение можно сказать, что развитие новых технологий и скорость реализации новых видов товаров и услуг на их основе изменяют рыночную ситуацию и потребности потребителей. Потребитель хочет купить что, где, как и по какой цене. В таких случаях эффективное использование инновационной деятельности необходима продукция предприятия. Она станет основным инструментом повышения конкурентоспособности продукции и услуг на национальном и международном рынках за счет широкого внедрения инноваций в производственный процесс.

Список литературы / References

1. Уракова М.Х., Нутфуллоев Т.Г., Негматов М.Ш. Совершенствование системы управленческого контроля в гостиницах // Вопросы науки и образования, 2020. № 5. С. 89.
2. Уракова М.Х. Особенности бухгалтерского учета процессов инновационной деятельности и рекомендации по его совершенствованию // Вопросы науки и образования, 2018. № 15 (27).
3. Уракова М.Х. Разработка и применение управленческого учета на предприятиях АПК // Вопросы науки и образования, 2018. № 15. С. 27.
4. Уракова М.Х., Нутфуллоев Т.Г.У. Кредитные отношения между банками и компаниями и их влияние на реальную экономику // Достижения науки и образования, 2020. № 6 (60).
5. Уракова М.Х. Роль малого бизнеса и частного предпринимательства в повышении занятости населения // Экономика и эффективность организации производства, 2014. № 20. С. 54-55.

6. *Уракова М.Х.* Пути улучшения природопользования и охраны окружающей среды // Экономика и социум, 2017. № 1-2. С. 819-822.
7. *Urakova M.K.* Features of accounting processes of innovation and recommendations for its improvement // Теория и практика современной науки, 2019. № 5. С. 71-73.
8. *Уракова М.Х.* Информационный ресурс как элемент развития общества // Мировая наука, 2019. № 4. С. 465-468.
9. *Таирова М.М., Рахматуллаева Ф.М.* Прямые иностранные инвестиции как фактор развития инновационной экономики // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, 2014. № 8-1.
10. *Khurramov O.K.* Innovative activity and opportunity of use in tourism industry // Конференциум АСОУ: сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций. Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области Академия социального управления, 2018. № 1. С. 128-133.
11. *Кайимова З. А.* Совершенствование механизма инвестиционного потенциала Узбекистана // Бенефициар, 2019. № 34. С. 9-12.
12. *Аралбаева Г.Г. и др.* Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования, 2020.
13. *Rakhmatullaeva F.M., Rakhimova T.B.* Small business in Uzbekistan as the factor of increasing the employment rate // Экономика и социум, 2017. № 1-1. С. 12-15.
14. *Таирова М.М., Рахматуллаева Ф.М.* Условия формирования инновационной экономики // Наука 21 века: вопросы, гипотезы, ответы, 2015. № 1. С. 115-118.
15. *Рахматуллаева Ф.М.* Социально-экономическое значение исламского туризма в развитии региона // Вестник науки и образования, 2020. № 9-3 (87).
16. *Mubinovna R.F., Ugli B.J.K.* Tourism potential as a factor of regional development // Достижения науки и образования, 2020. № 8 (62).
17. *Junaydullaevich A.A.* Innovative factors for agriculture development // Academy, 2020. № 4 (55).