

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ  
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ  
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

HƏSƏNOV MURAD YAŞAR oğlu

“Müəssisənin innovasiya strategiyasının formalaşması”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060409 – Biznesin idarə edilməsi

İxtisaslaşma: - “Biznesin təşkili və idarə edilməsi”

Elmi rəhbər: Magistr proqramının rəhbəri:

i.ü.f.d.B/m.A.H.Ağarzayev i.e.n., dosent. R.Ə.Abbasova

Kafedra müdiri: i.e.n., dos.Əliyev M.Ə.

Bakı – 2017

# Mündəricat

## GİRİŞ

### **FƏSİL I. Biznesdə innovasiya strategiyasının əsas nəzəri-metologiyası**

- 1.1. İnnovasiya strategiyasının nəzəri-metodoloji bazasının formalaşdırılması
- 1.2. İnnovasiya siyasəti və onun strukturunun aspektlərinin ümumiləşdirilməsi
- 1.3. İnnovasiya və strategiya arasında integrativ əlaqənin əsas istiqamətləri

### **FƏSİL II. İnnovasiyalı inkişafın müasir vəziyyətinin qiymətləndirilməsi**

- 2.1. İnnovasiyalara yönəldilən investisiyaların müasir vəziyyətinin təhlili
- 2.2. İnnovasiya strategiyalarının müasir vəziyyətinin təhlili
- 2.3. İnnovasiya layihələrinin ekspertizası və nəticələrinin təhlili

### **FƏSİL III. İnnovasiya sahibkarlığının inkişafına dövlət dəstəyinin əsas isiqamətləri**

- 3.1. Ölkədə milli innovasiya sisteminin inkişaf etdirilməsi istiqamətləri
- 3.2. Azərbaycanda innovasiya strategiyalarının inkişaf etdirilməsi yolları.
- 3.3. İnnovasiya sahibkarlığı əsasında innovativ məşğulluğun təmin edilməsinin əsas prioritetləri

## Nəticə

## Ədəbiyyatlar

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Müasir dövrdə müəssisənin, sahənin, dünya birliyinin bütünlükdə iqtisadi inkişafı və iqtisadi yüksəlişi innovasiyasız mümkün deyil. Keçən əsrin ikinci yarısında istehsal faktorlarının sürətli inkişafı çoxsaylı texnologiyaların yaranmasına gətirib çıxardı ki, bunların mənimsənilmə tempi də əvvəlki illərdə olduğu kimi oldu. Buna səbəb texnoloji qərarlar və menecmentin belə böyük həcmli informasiya üzərində işləmək bacarığının olmaması arasındakı uyğunsuzluq olmuşdur. Ənənəvi qərar qəbulu proseduru artıq sahibkarlıq quruluşu qarşısında duran tapşırıqların həllini təmin edə bilmir ki, bu da iqtisadi durğunluğa gətirib çıxarır. Bu hadisə Rusiyada yerli istehsalçılarla xarici firmaların sərt rəqabəti problemini müəyyən etdi. Bu problemin həllərindən, demək olar ki, ən vacib həllərindən biri yeni malın istehsalında innovasiyanın mənimsənilməsi və tətbiqidir. Bu məsələnin məntiqli və kompleks həlli üçün ilk növbədə müəssisəyə yaxın gələcəkdə aktual olacaq və buna görə də tələbatın olacağı biznesi seçməyə imkan verən uzunmüddətli innovasiya strategiyasının hazırlanması vacibdir.

Həmçinin innovasiya strategiyasının həyata keçirilməsi məsələsindən də yan keçmək olmaz. Bununla bağlı olaraq, strategiyaların düzgün və müntəzəm maliyyə təminatı mühüm məna kəsb edir. Bu məsələnin kompleks həlli müəssisələrin həm cari həm də gələcək gəlir göstəricilərini yüksəltməyə şərait yaradır.

Dissertasiya işində dünya təcrübəsində innovasiyaların strateji planlaşdırılmasının qısa icmalı verilmişdir. Nümunə kimi maşınqayırma müəssisələrinin innovasiya strategiyalarının hazırlanmasının müəllif metodları təqdim edilmiş və misallarla göstərilmişdir, eləcə də innovasiyanın maliyyələşdirilməsinin klassik və müəllif sxem və metodları izah edilmişdir.

Dissertasiya işinin birinci fəslində innovasiyanın strateji idarəedilməsinin nəzəri əsasları verilmişdir. Bu zaman analiz edilmiş müəssisənin bazarda davamçı innovator və ya lider innovator kimi göstərmək üçün müəssisələrin innovasiya aktivliyinin strateji və innovasiya idarəsi və tətqiqi inteqrasiyasında aksent edilmişdir.

Elmi işin ikinci fəslində müəssisələrin innovasiya strategiyası hazırlığının metodologiyası təqdim edilmişdir. Belə strategiya hazırlığı prosesi üç istiqaməti özündə əks etdirir: məhsul innovasiyası strategiyasının hazırlığı, istehsalın modernləşdirilməsi və avadanlıqların təmirinin modernləşdirilməsi strategiyalarının hazırlığı. Sonuncu iki yanaşma əslində texnoloji innovasiyalar strategiyasını əks etdirir. Hər üç istiqamət üçün öz metod və ya metodikası təqdim edilir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri.** Dissertasiya işinin məqsədi dövlətin innovasiya siyasətinin, ölkənin müasir biznes sisteminin inkişafının spesifik cəhətlərinin, bu sahədə beynəlxalq təcrübəsi və müasir bazarın inkişaf aspektləri və onun əsas metodoloji aspektlərini təhlil etmək, təklif və tövsiyələrin işlənilməsi və hazırlanmasından ibarətdir.

Qarşıya qoyulan bu məqsədə nail olmaq üçün dissertasiyada aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- Müasir dövrdə innovasiyaların nəzəri-metodoloji xüsusiyyətlərinin sistemli və kompleks araşdırılması;
- biznesin inkişafında innovasiya siyasətinin əsas istiqamətlərinin, onların yerinin təyini;
- Azərbaycanda innovasiya strategiyasının başlıca xüsusiyyətlərinin tədqiqi;
- Azərbaycanda innovativ məhsullarının istehsalının mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi;

**Tədqiqatın obyekt və predmeti.** İnnovasiyalara əsaslanan cəmiyyətdə məşğulluğun nəzəri və praktiki cəhətdən öyrənilməsi, obyektini isə innovasiya əsasında mövcud olan sahibkarlıq mühiti və onun əsasında formalaşan kadr potensialının inkişafı nəzərdə tutulur.

**Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasını** ölkədə innovasiya sisteminin vəziyyətinin təhlili, bu sahədə fəaliyyət göstərən subyektlərin mövcud durumu, bu sahənin inkişafı istiqamətində yerinə yetirilən tədbirlər, kadr potensialının inkişafının maliyyələşmə mənbəyinin öyrənilməsi və s. məsələlərdən ibarətdir.

**Dissertasiya işinin informasiya bazasını** Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin Hesabatları, İqtisadiyyat nazirliyinin materialları, müasir

dövrən tələblərini özündə əks etdirən elmi əsərlər və innovasiya fəaliyyəti üzrə informasiyalar təşkil edir.

**Dissertasiya işinin elmi yeniliyi** aşağıdakılardan ibarətdir:

- Bazar münasibətləri şəraitində sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması ilə məşğulluğun təmin olunması;
- İnsan resurslarının texnika və texnologiyanın tələblərinə uyğunlaşdırılması istiqamətində atılan addımlar;
- Ölkədə innovasiya fəaliyyəti göstərən müəssisələr və onların mövcud vəziyyətinin təhlili;
- Elmi tədqiqat institutlarının nəticələrinin istehsal müəssisələrinə tətbiqinin araşdırılması;
- İnnovasiya sahibkarlığının və məşğulluğunun müvafiq qanunvericiliyə əsaslanaraq inkişaf etdirilməsi.

**İşin həcmi və quruluşu** dissertasiya işi giriş, doqquz paragrafi əhatə edən üç fəsil, nəticə və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla 81 səhifədir.

## **FƏSİL I. Biznesdə innovasiya strategiyasının əsas nəzəri-metologiyası**

### **1.1. İnnovasiya strategiyasının nəzəri-metodoloji bazasının formalaşdırılması**

“İnnovasiya” terminini elmə ilk dəfə iqtisadçı Yozef Şumpeter daxil etmişdir. Bu söz tərcümədə “dəyişikliklərə doğru” mənasını verir. Şumpeter bu terminə istehsal funksiyalarının dəyişikliyi mənasında yanaşırdı. O zamandan bəri bu tərif təkmilləşmişdir və müxtəlif alimlərin fərqli baxışlarından asılı olaraq cürbəcür izah edilmişdir. Bu günə qədər də elmi mühitdə innovasiyanın mahiyyətinin anlaşılması haqda müzakirələr mövcuddur. Bununla belə, müasir elmi ədəbiyyatda “innovasiya” kateqoriyalarının təriflərinin bir neçə klassifikasiyası mövcuddur. Bunların içərisində daha məşhur olanlardan birinə əsasən (A.E.Karlik, A.B.Titov, A.A.Alekseyev, D.A.Polşkov və A.V.Samoylov), innovasiya mahiyyəti anlayışının 4 qrupu var:

- 1) Yeni malın (həqiqi mənada yeni malın) yaradılması prosesi.
- 2) ETTKİ tətbiqi
- 3) Fikirlərin transformasiyası.
- 4) İstehsal funksiyalarının dəyişikliyi.

Biz belə klassifikasiyanı tamamilə əsaslandırılmış hesab edirik, lakin bir sıra alimlər bu tərifə məhz bu bucaq altında baxdıqları halda, burada innovasiya anlayışı ayrı-ayrı qruplarda, innovasiya fəaliyyətinin hazır uğurla tətbiq edilmiş məhsulu kimi verilmədiyinə görə bir qədər qeyri-dəqiqdir. Bundan başqa, bizim fikrimizcə, “ideyalar transformasiyası” qrupunu “yeni malın istehsal prosesi” qrupu ilə birləşdirmək məqsədəuyğun olardı, belə ki, bir çox hallarda innovasiyanın tərfi bir proses kimi ideyalar transformasiyasını özündə birləşdirir, bəzən isə tamamilə uyğun gəlir.

Biz “innovasiya” kateqoriyaları təriflərinin klassifikasiyasını aşağıdakı kimi təklif edirik:

- 1) İnnovasiya məhsul kimi. Bu qrupa P.N.Zavlin, A.V.Vasilyev, A.K.Kazantsev, Q.Q.Laxtin, L.E.Mindeli, D.Messi, P.Kvintas, D.Vild,

L.M.Qoxberq və İ.A.Kuznetsova kimi alimlərin təklif etdikləri tərifləri aid etmək olar. Onların innovasiyanın mahiyyət tərifinə yanaşmalarını sintez edərək, onu müvəffəqiyyətlə tətbiq edilmiş yeni məhsul, istehsal xidməti və ya üsulu, innovatorun kommersiya mənfəətinin təmini texnologiyasında və ya prosesində təkmilləşmə, xərclərə qənaət və ya onun fəaliyyətinin başqa cür optimallaşması kimi göstərmək olar.

2) İnnovasiya proses kimi. Buraya biz, B.Santo, R.D.Kovalyov, Y.Kuk, P.Mayers, B.Tviss və A.B.Titov, M.Dodqson, X.Xauştayn, F.F.Bezdudniy, Q.A.Smirnova, O.D.Neçayeva kimi tədqiqatçıların təriflərini daxil edə bilərik. Beləliklə, əgər onların nəzər nöqtəsini birləşdirərsək, bu zaman onlar innovasiyanın xarakterini insanın istənilən həyat və fəaliyyət sahələrində ideya və ixtiranın iqtisadi məzmununu əks etdirən və yeni (və ya yaxşılaşdırılmış) məhsula, istehsal prosesinə və ya avadanlıqlarına uğurlu başlanğıca gətirib çıxaran proses kimi verir.

3) İnnovasiya ETTKİ tətbiqi kimi. Bu qrupa növbəti alimlərin tərifləri daxildir: E.A.Utkin, V.Q.Medinskiy, V.İ.İldemenov, İ.N.Molçanov, Q.Y.Qoldşteyn. Burada innovasiyaya daha dar çərçivədə, elmi-tədqiqat və ya texniki-iqtisadi nailiyyətlər kontekstində baxılır. Bununla yanaşı, həmçinin innovasiyanın mahiyyəti tərifinə 2yanaşma da müşahidə edilir: innovasiya -proses kimi (texniki-iqdisadi dövriyə) və məhsul kimi (obyektin istehsalına tətbiq edilən elmi əməyin nəticəsi).

4) İnnovasiya istehsal funksiyalarının dəyişikliyi kimi. Terminə bu yanaşma ilə 3 alim baxır: Y.Şumpeter, T.Valente və O.V.Krayuşkin. Bu qrup təriflərdə bütün müəlliflər innovasiyaya hər hansı dəyişiklik kimi baxır. İnnovasiyanın mənasının Şumpeterin verdiyi ilkin tərif ilə daha sonrakı iki müəllifin verdiyi təriflər arasında bir birini dəqiqliklə izləyən əlaqə var. Valente və Krayuşkin innovasiyanın mənasını dəqiqləşdirir. Onların anlayışına görə innovasiyanın determinasiyası istehsal sisteminin ilkin quruluşunda bu sistemi yeni vəziyyətə gətirən və özündən sonra müəyyən nəticələr cəlb edən dəyişikliklər kimi verilmişdir. İnnovasiyanın bu cür açıqlaması onun ETTKİ-in tətbiqi prosesi anlayışı ilə çox yaxındır, lakin ondan daha genişdir.

XX əsrdə firmalararası rəqabət əsasən məhsulun istehsal üsulları istehsalın idarəedilmə inkişafı əsasında yaranan qiymətin üstünlüyü və məhsulun yaxşılaşdırılması üzərində qurulmuşdur. Bir çox məhsul və xidmətlər üçün qiymət üzərində rəqabət yeni məhsulların və onun istehsal proseslərinin tətbiqi əsasında yaranan rəqabətdən daha az vacibdir. İnkişaf etmiş ölkələr “Məhsullar – Bazarlama – Realizə” dövrəsinin mərhələləri arasında bağlayıcı hissəni yaratmaq üçün böyük xərclər çəkirlər. İqtisadi inkişafdan dan görünür ki, kompüter və idarə texnologiyasının istehsalı ilə seçilən 4 ölkədə məhsul istehsal artımının ən yüksək dərəcələrini əldə etmişdir, amma qara metallar, gəmiqayırma və digər nəqliyyat vasitələrinin istehsalı sahələrində istehsal artımı dördədən üç ölkədə ən aşağı olmuşdur (13,25).

Müəssisələrin investisiya, maliyyə və istehsal idarəsində rəhbər rolunu oynayır, innovasiya inkişafının hazırlanmış strategiyalarının tətbiqinin effektivliyinin analizini, həmçinin innovasiya layihələrinin maliyyələşdirilməsinin müxtəlif sxem və metodlarından istifadəni öyrədir. Burada texnika və iqtisadiyyat mütəxəssisləri üçün lazımi məlumatlar əks edilmişdir.

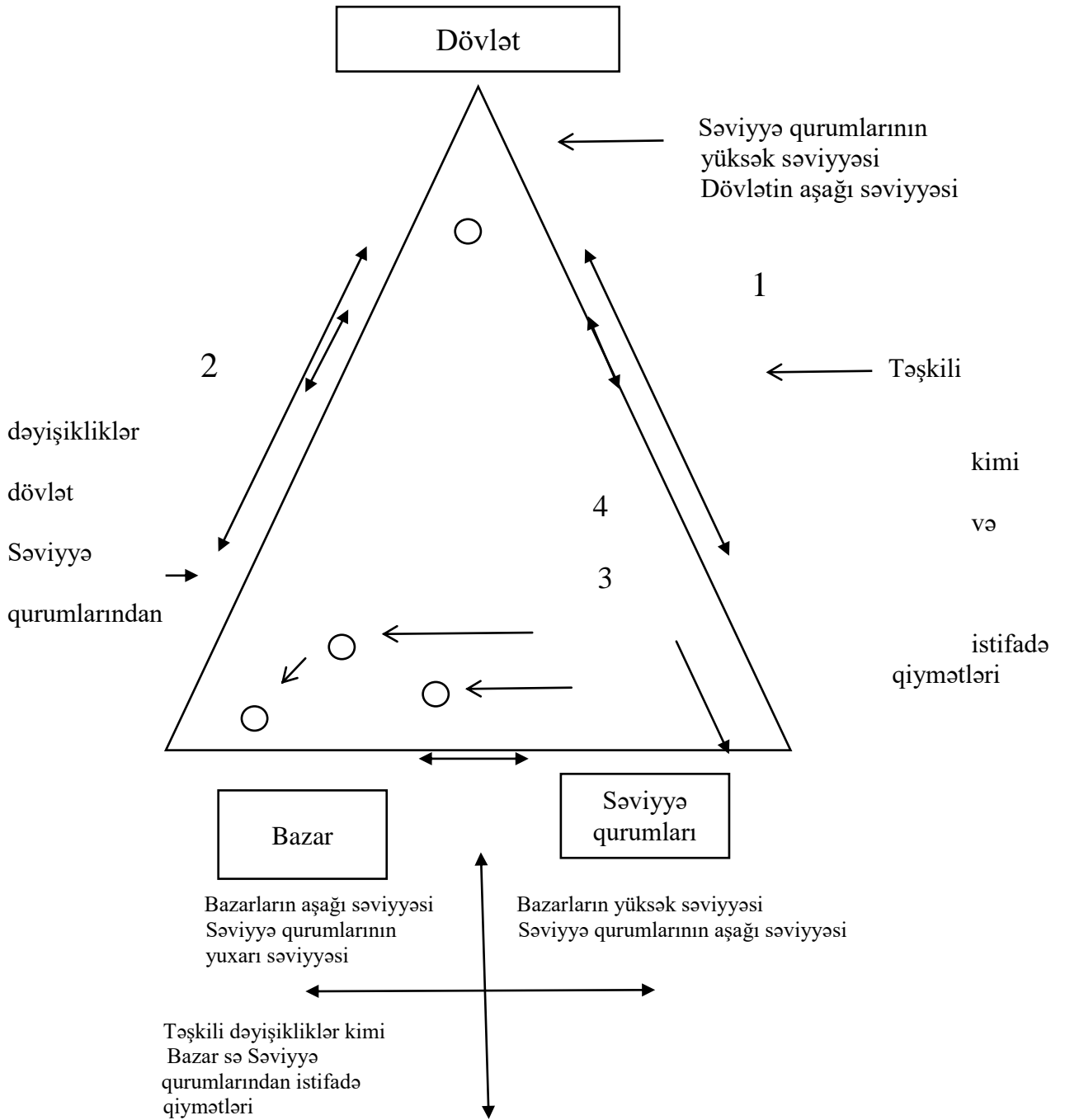
P.Ferquson və C.Ferquson yeniliklər prosesi üzərində, xüsusilə, istehsal inkişafının idarə edilməsində innovasiya nəzəriyyəsi problemlərinin üzərində dəfələrlə dayanmışdır. Onlar Frimanın X, Y və Z modelinin tətbiqini təklif edir və iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində innovasiyaların inkişafını diqqətəlayiq bir təcrübə kimi qəbul edirlər. Friman hər bir yeniliyi, əvvəla müəyyən bir sahədə tətbiq etməyin zəruriliyini, sonra onun başqa bir sənaye sahələrində tətbiq olunan yeniliklərlə müqayisə etməyi və yalnız bundan sonra tətbiq olunan yeniliklərin innovasiya prosesində yaranan xüsusiyyətlərini başqa yeniliklərlə müqayisədə göstərməyi məsləhət görür.

X, Y və Z kateqoriyaları elə bir təşkili mexanizmin əsasını yaradır ki, burada X – bazarın tutduğu mövqeyini, Y – sənayenin ictimai inkişafı əsasında yaranan səviyyə qurumlarının mövqeyini və nəhayət, Z – dövlətin mövqeyinin rəmzidir (1).

Məhsulun yaranma prosesinin müəyyən vaxt ərzində dövlətin əsas rolu təşkili mexanizmin dövlətin özü və həmin dövlətin ərazisində fəaliyyət göstərən səviyyə



qurumları, həmçinin bazar ilə özünü biruzə verir. Daha doğrusu bu üç səviyyəli qurumun özəl elementləridir ki, onlara – dövlət, özəl ticarət strukturları və bazarları, həmçinin onlar arasında münasibətlər aiddir. Nisbi nöqteyi-nəzərdən bu üç elementinin üç mənası daima dəyişir, onlar öz növbəsində müvafiq xərclərdəki dəyişiklikləri əks etdirirlər və hər biri öz ehtiyacları və zamanın tələbinə uyğun olaraq öz funksiyalarını yerinə yetirirlər (Şəkil 1).



Şəkil 1. Təşkili mexanizmin triadası (15,56)

Əgər nəzərə alsaq ki, elmi-texniki yeniləşmə böyük miqyasda yeniliklə fərqlənən keyfiyyətli məhsul istehsalı üçün əsaslı texnologiyaların təzə növlərinin tətbiq olunması prosesidir, onda belə texnologiyaları təklif edən firmaların fəaliyyətinə nəzər salmalıyıq.

Bazar münasibətləri şəraitində rəqabətə davamlı məhsulların istehsalı ilk növbədə, müəssisədə yeniliyin tətbiqi nəticəsində məsrəflərə qənaət etməklə yüksək mənfəətə nail olmaqla əldə olunur. Beləliklə, istənilən sahibkar müəssisəyə innovasiyanın cəlbində maraqlı olur. Sahibkarlığın innovasiya forması 2 istiqamətdə özünü büruzə verir: texnoloji və məhsul innovasiyası. Texnoloji innovasiya zamanı yeniliyi müəssisəyə tətbiq edərək mövcud məhsulun daha da təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutur. Bu cür sahibkarlıq maddi texniki bazanın inkişaf etdirilməsinə əsaslanır. Məhsul innovasiyası istehlakçıların tələblərinin dəyişməsi ilə yeni məhsul istehsalını özündə təşkil edir. Bir sözlə, innovasiya sahibkarlığı mütərəqqi texnika və müasir texnoloji üsullarla yüksək keyfiyyətli məhsulların hazırlanmasını həyata keçirən təsərrüfat subyektləri nəzərdə tutulur. Dünya ölkələrinin gəldiyi qənaətə əsasən, dünya iqtisadiyyatında rəqabət aparan ölkələrdən səmərəli innovasiya sistemində malik olan, eyni zamanda mütərəqqi məhsul istehsalını həyata keçirməyə imkan verən infrastruktur sahələrin inkişafına nail olan subyektlər qalib gəlirlər. Ölkəmizdə innovasiyaya əsaslanan sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi iqtisadiyyatın diversifikasiyalaşmasının əsas amili kimi nəzərdə tutulur. İnnovativ yenilikləri ərsəyə gətirən adətən, iri firmalar olur. Buna səbəb isə bu sahənin böyük maliyyə vəsaiti tələb etməsidir. Lakin, kiçik firmalar isə daha tez bu yeniliyi müəssisəyə cəlb etməyə qadirdilər. Çünki həmin kiçik firmalar dəyişən tələbatlara daha çevik adaptasiya olurlar. Statistik məlumatlara əsaslanaraq, ÜDM-də innovasiya məhsullarının payı 5%-ə yaxın olmasına baxmayaraq dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində bu 8-9 dəfə artıqdır (40%-60%). Dünya təcrübəsinə əsasən ölkədə innovasiya fəaliyyətinin inkişafı ilk öncə insan kapitalının inkişafından yəni ,ilk öncə onun təhsil səviyyəsindən, bilik və bacarıqlarından asılıdır. Bu baxımdan ölkəmizdə kadr potensialının inkişafı üçün 2007-2015-ci illəri nəzərdə tutan

“Gənclərin xarici ölkələrdə təhsili” üzrə dövlət proqramı işlənib hazırlanmışdır. Dünyanın bir çox yerlərində elmi tədqiqat xarakterli işlərin maliyyələşdirilməsində özəl bölmələr daha çox vəsait ayırmış olur (AB ölkələrində 65%, Yaponiyada 71 %, ABŞ-da 75%). Lakin, ölkəmizdə bu göstərici aşağı səviyyədədir (5%). Müəssisənin innovasiya fəaliyyətinin düzgün reallaşdırılması ilk növbədə, müəssisədə innovasiya layihələrinin əvvəlcədən iqtisadi səmərəliliyinin düzgün müəyyənləşdirilməsindən və həyata keçirilməsi üsullarının seçilməsindən asılıdır. İnnovasiya sahibkarlığının formalaşması öz növbəsində innovativ məşğulluğun yaranmasına səbəb olur. Bəzi hallarda müəssisəni mütərəqqi texnika ilə silahlanması işsizliklə nəticələnə bilər. Buna səbəb isə işçi qüvvəsinin yüksək texnologiyalı məhsul buraxılışının tələblərinə cavab verməməsidir. İstənilən ölkədə innovativ məşğulluğun formalaşmasının əsasında insan potensialının inkişafı dayanır.

İnnovativ məşğulluğa dar və geniş anlamda yanaşılır. Geniş anlamda əməyin dinamik xarakter daşıyaraq yaradıcı xarakter daşmasını nəzərdə tutur. Bu zaman innovasiya fəaliyyətinin nəticəsi insan zəkasının məhsulu hesab olunur. Dar anlamda isə innovasiya fəaliyyəti nəticələrinin müəssisəyə cəlb edərək yeni texnoloji üsullarla mövcud məhsulların istehsalını nəzərdə tutur. İnnovativ məşğulluq işlənib hazırlanarkən aşağıdakı göstəricilər nəzərə alınır.

## **1.2. İnnovasiya siyasəti və onun strukturunun aspektlərinin ümumiləşdirilməsi**

İnnovasiyanın mahiyyətindən danışarkən onunla əlaqəli anlayışlara da aydınlıq gətirmək lazımdır, daha dəqiq desək, bu anlayışlar: innovasiya proyektı, innovasiya fəaliyyəti, innovasiya infrastrukturı, innovasiya siyasəti və innovasiya menecmentidir.

Elmi ədəbiyyatda daha geniş yayılmış tərifə uyğun olaraq, innovasiya proyektı yekun innovasiya fəaliyyətinin texniki-iqtisadi, hüquqi və təşkilat əsaslanması kimi başa düşülür. Beləliklə, bu tərifdən biz belə nəticə çıxara bilərik ki, innovasiya proyektı innovasiyanın onun məhsuluna texniki-iqtisadi məzmunun verilməsinə,

eləcə də, onun bütün sferada tətbiqinin planlaşdırılmasına istiqamətlənmiş hissəsidir (satışda, istehsalda və ya istehsal prosesində və s.). Qeyd etmək lazımdır ki, klassik menecment tərifinə əsasən, innovasiyadan fərqli olaraq, proyekt, bir qayda olaraq, nadir və təkrarolunmaz xarakterə malikdir. Yəni dəqiq müəyyən edilmiş məqsədə-innovasiyanın konkret nəticəsinin uğurlu tətbiqinə nail olmağa xidmət edir.

“İnnovasiya fəaliyyəti” anlayışına aid olan hər şey onun tərifini bir qədər fərqləndirir, baxmayaraq ki, nəticədə demək olar ki, eynidir. Biz innovasiya menecmenti sahəsində vacib alimlərdən olan Q.Y.Qoldşeynin interpretasiyasından istifadə edirik: bu yığılan məlumatların, texnologiya və vəsaitlərin kommersionlaşmasına istiqamətlənmiş elmi, texnoloji, təşkilati, maliyyə və kommersioniya kompleksləri tədbirləridir. Əgər “innovasiya proyektı” və “innovasiya fəaliyyəti” terminlərinin mənalarını müqayisə etsək, yuxarıda verilən tərifə uyğun olaraq, məlum olur ki, bu anlayışlar son nəticədə rekursivlik faktorundan başqa hər cəhətdən praktiki olaraq eynidir (innovasiya fəaliyyəti öz daimiliyi ilə xarakterikdir). Artıq qeyd olunan “Federal Qanuna” Elm və dövlət elmi-texniki siyasəti haqqında “gətirilən dəyişikliklər” federal qanununda bu termin bir qədər fərqli başa düşülür: innovasiya layihələrinin həyata keçirilməsinə, həmçinin innovasiya infrastrukturunun yaranmasına və onun fəaliyyətinin təmin edilməsinə yönəlmiş fəaliyyət (elmi, texniki, təşkilati, maliyyə və kommersioniya fəaliyyətləri də daxil olmaqla). Bu cür yanaşma bizə bir qədər qeyri-dəqiq gəlir, çünki bir tərəfdən yuxarıda verilmiş tərifdə innovasiya fəaliyyətinin əsas məğzi yetəri qədər dəqiq aydınlaşdırılmadığına görə bir qədər dağınıqdır, digər tərəfdən “fəaliyyət” anlayışı bütünlükdə çox dar çərçivədə açıqlanmışdır. Buna görə də biz burada innovasiya fəaliyyətini innovasiyanın aktiv subyekti (müəssisəsi, elmi-tədqiqi təşkili, dövlət və s.) kimi mövcud olan bütün innovasiyaların birləşməsi kimi qəbul etməyi təklif edirik.

Belə olduğu təqdirdə, bu anlayışları açıqlamaq vacibdir: innovasiya siyasəti - müəssisələrin innovasiya fəaliyyətinin mövcudluğu üzrə aktiv-innovasiya proqramıdır. Demək olar ki, bu onun innovasiya inkişafının vektorunu təyin edən təşkilatların idarəçilərinin dünya görüşüdür (və ya fəlsəfəsidir).

Əgər müəssisələrin innovasiya siyasəti onun innovasiya inkişafıdırsa, innovasiya fəaliyyəti isə onun nəticəsidirsə, bu zaman onların arasında təcrübədə (innovasiya fəaliyyəti) nəzəriyyəni transformasiya edən (innovasiya siyasəti) bağlayıcı əlaqə olmalıdır. Bu əlaqə innovasiya menecmenti hesab olunur. Beləliklə, innovasiya menecmentinin xarakterini prinsiplərin, metodların və innovasiya fəaliyyətinin idarəçilik formalarının birləşməsi kimi, həmçinin orada təşkilatın qurulması ilə və personalla məşğul olan kimi vermək olar. Başqa sözlə desək, bu innovasiya siyasətinin həyata keçirilməsinə cavabdeh olan idarəçilərin fəaliyyətlərinin birləşməsidir. Elmi mənada isə buna innovasiya fəaliyyətinin idarə olunması metodologiyası kimi baxmaq olar. Yuxarıda izah olunan bütün təriflərə əsasən, innovasiya menecmentinin aşağıdakı funksiyalarını qeyd etmək olar:

1) İnnovasiya fəaliyyətinin planlaşdırılması.

2) Onun təşkili.

3) İcraçıların motivasiyası.

4) Onun mövcudluğuna nəzarət.

5) Nəticələrin qiyməti. Vacib olan onun sistemli olmasıdır, çünki onun innovasiyaları təşkil edən innovasiya fəaliyyəti fasiləsizdir.

Son zamanlarda iqtisadi ədəbiyyatda “innovasiya infrastrukturu” anlayışına rast gəlinir, lakin təəssüf ki, onun termin açıqlaması heç də aydın verilməmişdir. Biz bu iş çərçivəsində bu anlayışı inkişaf etdirməyi təklif edirik. Yəni də FQ N254-ə uyğun olaraq, innovasiya infrastrukturu idarəçilik, maddi-texniki, maliyyə, informasiya, kadr, konsultasiya və təşkilat xidmətlərinin göstərilməsi də daxil olmaqla innovasiya projektivlərinin həyata keçirilməsini təmin edən təşkilatların birləşməsidir. Yəni, burada açar söz “təşkilat”dır, yəni, müəssisə və idarədir. Bununla da, konkret bir müəssisənin innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsini təmin edən infrastrukturun deyil, hər hansı bir regionun innovasiya fəaliyyətini təmin edən təşkilatlar birliyinin təsviri verilir. Digər tərəfdən, iqtisadiyyat lüğətində innovasiya infrastrukturu innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə xidmət edən və təmin edən qarşılıqlı əlaqəli quruluş kompleksləri kimi təyin edilir. Burada açar sözlərdən biri “quruluşlar” sözüdür, lakin məhz hansı quruluşlar olduğuna lüğəti

tərtib edənlər aydınlıq gətirmir. Analiz olunan terminin mahiyyətini daha yaxşı başa düşmək üçün “infrostruktur” sözünün mənasına baxırıq. Ümumi leksika lüğətinə uyğun olaraq, bu, sistemin funksionallaşmasının əsasını təşkil edən, bir biri ilə bağlı olan quruluşlar(strukturlar) kompleksidir. “İnnovasiya infrostrukturu” anlayışının determinasiyasının ikiləşməsi və onun istifadəsində çəşqınlıq da məhz buna görədir. Ona görə də bu ikiləşmədən qaçmaq üçün biz bu termini iki yeni hissəyə böldük:

1) Reqional innovasiya infrostrukturu - reqionun bütün innovasiya inkişafını təmin edən təşkilinin birləşməsi (texnoloji-innovasiya mərkəzləri və klasterləri, texnoloji inkubatorlar, texnoparklar və s.).

2) Lokal innovasiya infrostrukturu- bütün konkret müəssisələrin və innovasiya siyasəti çərçivəsində onun innovasiya fəaliyyətini təmin edən əmlakının (laboratoriya, sex, avadanlıq və s.) bütün təşkilat strukturlarının birləşməsidir (ETTKİ, innovasiyanın həyata keçirilməsinə və yoxlanılmasına cavab verən xidmətlər).

Beləliklə, innovasiya infrostrukturu reqional və ya lokal olmasından asılı olmayaraq, innovasiya menecmentinin idarəçilik obyektı sayılır. Yalnız onu qeyd etmək lazımdır ki, reqional innovasiya infrostrukturu innovasiya menecmenti və innovasiya siyasətindən daha avtonomdur, nəinki lokal innovasiya infrostrukturu. Eləcə də, lokal innovasiya infrostrukturundan fərqli olaraq, reqional innovasiya infrostrukturunun obyektləri (müəssisə) ayrı ola bilər (sənaye zonaları, İTS, inkubator və s.-yə daxil deyil), reqionun innovasiya inkişafını təmin etmək isə ayrı-ayrılıqda ola bilər.

Analiz edilən terminlərin və onlar arasındakı məntiqi əlaqələri daha yaxşı anlamaq üçün biz bu anlayışları aşağıda verilmiş sxemdə birləşdirdik: Sxem 2.

Aşağıda göstərilən sxemin analizindən əvvəl qeyd edək ki, yerə qənaət etmək məqsədi ilə sxem bir qədər sadələşdirilmişdir. Məsələn, orada reqionun (ölkənin) innovasiya fəaliyyəti göstərilməmişdir. Bu zaman aydındır ki, o, reqionun bütün müəssisələrinin innovasiya fəaliyyətindən qurulmuşdur. Həmçinin müəssisələrin (elmi-texniki inkişafda hər hansı nailiyyətlər) və hətta reqionun və ya bütünlükdə dövlətin innovasiya siyasətinə təsir edə bilən innovasiya da əks etdirilməmişdir

(məsələn, V.V.Okrepilovun dövlət qulluğunun göstərilməsi keyfiyyətini artırmaq üçün menecment sisteminin keyfiyyət tətbiqi üzrə təklifi, hansı ki, buraya həmçinin aktiv-innovasiya müəssisələrinin birgə fəaliyyət göstərməsi də daxildir).

Bununla belə, növbəti nüanslar dəqiqliklə bir-birini izləyir:

1) İnnovasiya siyasətinin region və müəssisə səviyyəsində innovasiya menecmenti və innovasiya infrostrukturuna bölünməsi.

2) Oxlarla göstərilmiş bir birini izləyən termin açıqlamaları. Beləliklə, şəkildən görünür ki, innovasiya siyasəti innovasiya menecmentini, o da öz növbəsində innovasiya fəaliyyətini və innovasiya infrostrukturunu və s. müəyyən edir.

3) İnnovasiya fəaliyyəti innovasiya menecmenti, innovasiya infrostrukturu və innovasiya ilə müəyyən olunur, lakin özü özlüyündə heç nəyi müəyyən etmir. Nəhayətdə o, müəssisələrin innovasiya aktivliyini əks etdirən hər hansı göstərici kimi çıxış edir.

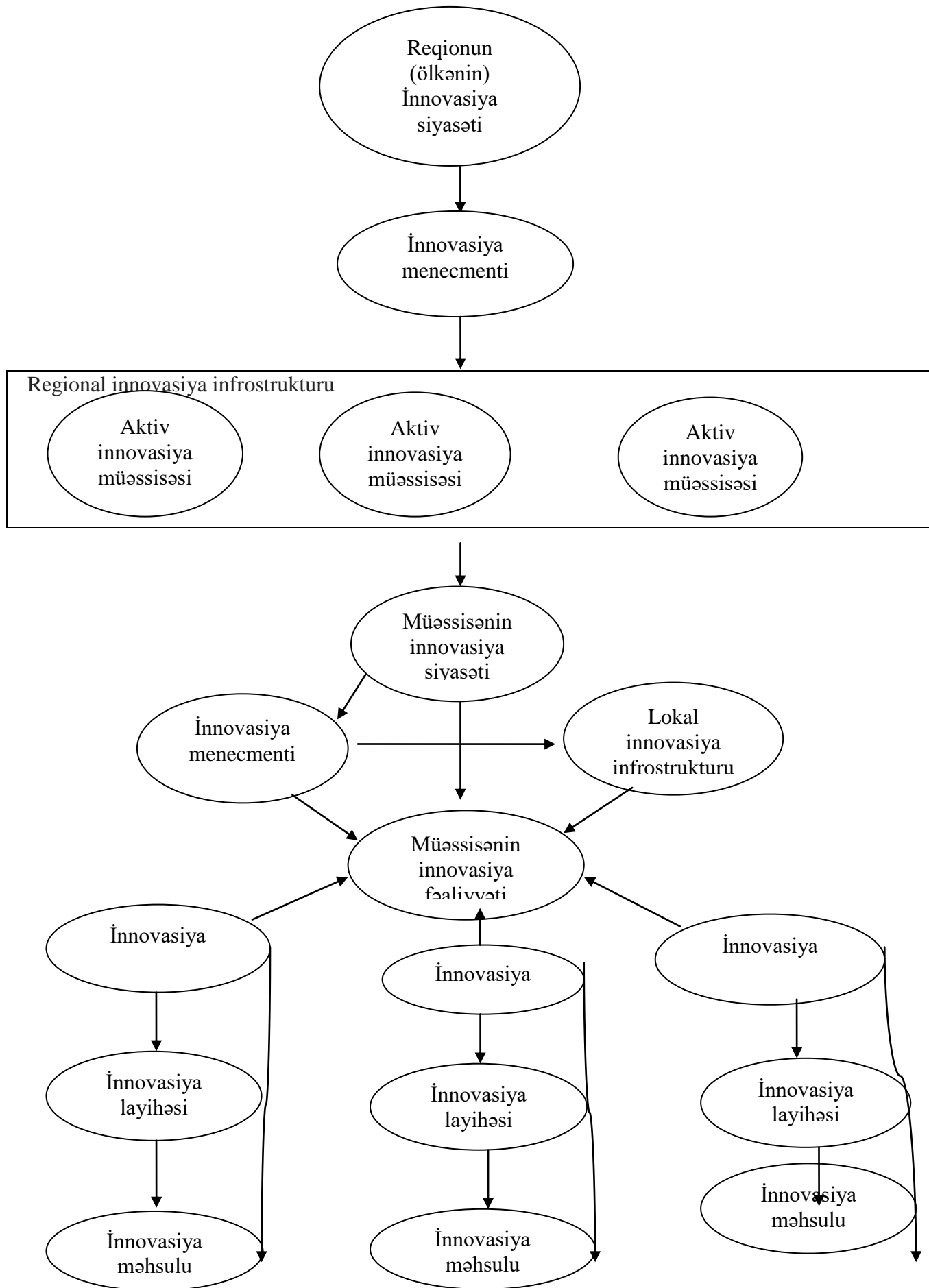
4) İnnovasiyanı bu prosesin ayrılmaz hissəsi sayılan innovasiya layihələri və innovasiya məhsulları müəyyən edir.

Sxem 2. İnnovasiya idarəçiliyi nəzəriyyəsi terminlərinin qarşılıqlı əlaqəsinin məntiqi sxem bloku (6,37)

5) İnnovasiya innovasiya menecmenti və innovasiya infrostrukturu ilə təyin olunur. Sxemin görünüşünü sadələşdirmək məqsədi ilə bu sxem birbaşa deyil, innovasiya fəaliyyətinə bütünlükdə təsir kimi göstərilmişdir (hansı ki, bütün innovasiyaların birləşməsi sayılır).

6) İnnovasiya məhsullarını innovasiya layihələri müəyyən edir, belə ki, məhz innovasiya layihələri onun mövcudluğunu, məqsədini və əldə olunan dəyərlərini formalaşdırır.

Burada təbii ki, mübahisəli nüanslar var. Məsələn, nə vaxt ki, aktiv innovasiya subyektinin innovasiya infrostrukturunun obyekt müxtəlif regionlarda yerləşir (məsələn, konstruktor şöbəsi Moskvada baş ofisdə yerləşir, istehsal isə Nijniy Novqorod şəhərində). Bu zaman, bizim fikrimizcə, bu və ya digər regionla bu və ya digər subyektin innovasiya fəaliyyətinin zəncirvari sırası dövlət orqanlarına uyğun olan normativ sənədlərdə əks etdirilməlidir.





İnnovasiyalardan danışarkən biz həmçinin onların tipologiya və klassifikasiya metodlarına da aydınlıq gətirməliyik. İnnovasiyanın daha çox yayılmış 3 tipologiyası mövcuddur: Ansoff və Styuarta görə, Frimana görə və Maylz və Snouya görə. İlk 2 tipologiya çox oxşardır: onların hər ikisi innovasiya məhsullarının növünü təsvir edir: marko (qlobal), baza (radikal) və modifikasiya (inkremental). Onlar arasındakı tək fərq budur ki, Friman makroinnovasiya anlayışını 2 kateqoriyaya ayırmaqla Ansoff və Styuartdan daha geniş açıqlamışdır: yeni texnologiya sistemləri (bir biri ilə qarşılıqlı əlaqəli innovasiya və innovasiya məhsulları) və yeni texniki-iqtisadi paradigma (İT paradigmalarının inkişafı). Maylz və Snouya görə innovasiya tipologiyası daha çox innovatorların marketing strategiyasına aiddir, nəinki innovasiyanın mahiyətinə, buna görə də biz 1.3cü paraqrafda ona daha məqsəduyğun formada baxacağıq. Eləcə də innovasiyanın Drukerin təqdim etdiyi daha təcrübə xarakter daşıyan tipologiyası da geniş yayılmışdır, çünki miqyasa deyil ideya mənbəyinə əsaslanır. Biz buna təfəsilatı ilə baxmayacağıq, çünki bu tipologiya aşağıda nəzər salacağımız innovasiya klassifikasiyaları metodunda verilmişdir.

İnnovasiya klassifikasiyalarının bir çox metodları var. Müasir dövrün klassifikatorlarının çoxu ilk dəfə 1992-ci ildə qəbul olunmuş “Oslo Rəhbərliyi”nə əsaslanır, çünki bu sənəd dövlətlər arası əməkdaşlıq üçün istifadə olunan innovasiyanın əsas klassifikasiya prinsiplərini özündə birləşdirir. Klassifikatorlar yetəri qədər çox olduğuna görə A.E.Karlik və həm fikirləri onları taksonomiya prinsiplərinə görə birləşdirməyi təklif edir. Əsas taksonlar aşağıdakı cədvəldə verilmişdir və istehsalçıların soy ad və inisialları ilə adlandırılmışdır.

Bu taksonomiyaya ətraflı nəzər salaq. Tyurin , eləcə də Tsvetkovun taksonu yetərincə məntiqə uyğundur. Bizim fikrimizcə, bu taksonların heç biri innovasiya siyasətinin seçiminə və innovasiya menecmentinin vektoruna təsir edə bilən vacib klassifikasiya elementlərini, məsələn, satış üçün yeniliklərin dərəcəsi, dəyişikliklərin dərinliyi, satış payının əhatə dairəsini və s. əks etdirmir. Bununla yanaşı, yuxarıda göstərilən taksonların müəllifləri (bu həm Bezdudnova həm də onun

həmmüəlliflərinə aiddir) marketinqin innovasiyanın bir hissəsi olduğunu təkidlə təkzib edirlər, baxmayaraq ki, marketinq innovasiya məhsullarının hazırlanması və tətbiqi sferasının ən əhəmiyyətli hissələrindən biridir. Klassifikasiyada takson istehsalçıların əsaslandığı bu element, həmçinin A.İ.Priqojində mövcuddur. Tsvetkovun yuxarıda adı keçən Priqojindən götürdüyü “psevdoinnovasiya” kateqoriyasını qeyd etmək maraqlı olar. Fakt olaraq, onların mövqeyinə əsasən, bu termin “modifikasiya” termini ilə eynidir.

Hər şeyi nəzərə alaraq, belə mövqe elmi-texniki inkişaf, ixtira və innovasiya (innovasiya məhsulu) arasındakı anlaşılmazlıqla bağlıdır. Bundan başqa P.Dyuker qeyd edir ki, innovasiyanın əsas determinantı onun yeniliyinin və “inqilabılıyının” dərəcəsi deyil, faydalı və effektiv olmasıdır. Buna görə də Priqojin və Tsvetkovun bu aspektdəki mövqeyini biz yanlış hesab edirik.

Daha ətraflı və dəqiq təsnifatçı, ilk baxışdan, Bezdudnov və həmmüəlliflərin taksonlarıdır. Lakin burada da əskikliklər var: innovasiyaların marketinq aspektinin olmaması ilə yanaşı, müəlliflər investisiya kimi təsnif edən əlamətin fərqləndirici mənasını ətraflı açıqlamırlar. Birincisi, müəlliflərin investisiyanın öz mənasını necə verdikləri anlaşılmazdır: yalnız maliyyə qoyuluşu və uyğunlaşdırılmış investisiyalar (kapital qoyuluşunun həcmi, əmək məsrəfləri və s.). İkincisi, innovasiyalar biznes prinsipi olduğundan, hər bir halda investisiya tələb edir. Başqa bir məsələ budur ki, bəzi innovasiyalar əlavə kapital qoyuluşunu tələb etmir, əgər məsələn, müəssisələrin əməkdaşlığının hər hansı təşkilat prosesində belə iş tətbiqidirsə. Üçüncüsü, bizim fikrimizcə, “kapital qoyuluşu tələb edir” sözünü fərqləndirilmiş mənalara bölmək vacibdir: “əhəmiyyətsiz miqdarda kapital qoyuluşu tələb edir”, “az kapital qoyuluşu tələb edir”, “əhəmiyyətli miqdarda kapital qoyuluşu tələb edir” və “həddən artıq çox kapital qoyuluşu tələb edir”.

**Cədvəl 1. Taksonda innovasiya klassifikasiyası modelləri.**

<b>№</b>	<b>Əlamətlər (komponentlər)</b>	<b>Əlamətlərin differensial mənaları</b>
<b>V.Y. Tyurinın taksonu.</b>		
1.	Tətbiq sahələri	İdarəçilik, təşkilat, sosial, sənaye. və s.
2.	Nəticəsi innovasiya olan ETT etapları	Elmi, texniki, texnoloji, istehsal, konstruktor, informasiya.
3.	İntensivlik dərəcəsi	“Bum”, bərabər, zəif, sıçrayışvari
4.	Həyata keçirmə tempi	Sürətli, yavaşladılmış, zəifləmiş, artan, bərabər, sıçrayışvari.
5.	Miqyaslar	Transkontinental, transmilli, regional, böyük, orta, kiçik
6.	Məhsuldarlıq	Yüksək, aşağı, stabil.
7.	Effektivlik	İqtisadi, sosial, ekoloji, inteqral.
<b>A.N. Tsvetkovun taksonu.</b>		
1.	Geniş miqyas	Qlobal, sahə üzrə, lokal.
2.	Radikalıq dərəcəsi	Baxış, yaxşılaşdırıcı, psevdoinnovasiya.
3.	İdeya mənbəyi	Açıq, ixtira, rasionallaşdırma.
4.	Yeniliyin növü	Konstruksiya, texnologiya, material, canlı orqanizimlər.
5.	Analoqların əvəzlənməsi üsulları	Sərbəst əvəzlənmə, sistemli əvəzlənmə.
<b>F.F. Bezdudnov və həmmüəlliflərin taksonu.</b>		
1.	Obyekt	Məhsul, texnika, texnologiya.
2.	Tətbiq sahələri	İdarəçilik, təşkilat, sosial, sənaye.
3.	Tətbiq etapları	Erkən, orta, son mərhələ.
4.	Müəssisələrin fəaliyyət sferası	Elmi, texniki, texnoloji, konstruktor, istehsal, informasiya, iqtisadi, ticari.
5.	Dəstək formaları	Fondlar: dövlət, özəl, büdcəvi, büdcədən kənar, biznes-inkubatorlar, müəssisələrin texnopark vasitələri.
6.	İnvestisiya	Kapital qoyuluşu tələb edən, kapital qoyuluşu tələb etməyən.
7.	Həyata keçirmə müddəti	Uzunmüddətli, qısamüddətli.
8.	Sistemdə yeri	Girişdə, çıxışda, quruluşda.
9.	İstehsal dövrüdə yeri	Xammal, təmin edən, məhsul.
10.	Satış bazarı üçün yeniliklər	Dünyəvi, ölkədə, rayonda, hər hansı müəssisədə.
11.	Bazırın gəlir dairəsi	Lokal, sistemli. Strateji.
12.	Yenilik potensialı və dərəcəsi	Radikal, kombinasiyalı, təkmilləşmiş.
13.	İntensivlik dərəcəsi	“Bum”, bərabər, zəif, sıçrayışvari.
14.	Həyata keçirmə tempi	Sürətli, yavaş, zəifləyən, artan, bərabər, sıçrayışvari,
15.	İnnovasiya miqyasları	Transkontinental, transmilli,
16.	Vərəsəlik	Əvəzləyən, ləğv edən, geri dönən, açan, retrogiriş
17.	Yayıma dərəcəsi	Vahid, diffuziyalı.
18.	Dəyişiklik dərinliyi	Radikal, yaxşılaşan, modifikasiyalı.
19.	Məhsuldarlıq	Yüksək, aşağı, stabil.
20.	Effektivlik	İqtisadi, sosial, ekoloji, inteqral.

Gördüyümüz kimi, innovasiyaların universal klassifikasiyaları, hətta baxmayaraq ki, müxtəlif müəlliflərin takson elementləri səsleşir və ya təkrarlanır, hətta bu və ya digər müəssisənin səviyyəsinə baxmadan, ən ümumi vəziyyətdə də mövcud olmur. Bununla belə, yuxarıda verilmiş taksonomiya innovasiyaların və onların məhsullarının, onların potensialının, həmçinin innovasiya siyasətinin istiqamətinin təyin olunmasının marketinq analizi üçün yaxşı dayaqdır.

### **1.3. İnnovasiya və strategiya arasında integrativ əlaqənin əsas istiqamətləri**

Perspektiv planların hazırlanması zamanı müəssisələr ilk növbədə satış bazarında öz strategiya oriyentirlərini analiz və müəyyən edir. Sonra bu ümumi uzunmüddətli yönəlmələr müxtəlif strategiya planları və layihə planları şəklində konkretləşdirilir və həyata keçirilir.

Strategiya və innovasiya idarəsinin inteqrasiyası təsərrüfat müəssisələrinin texniki və qeyri-texniki istiqamətləri arasındakı qarşılıqlı əlaqə və fəaliyyəti qurmağa imkan verir və təsərrüfat dövriyyəsində yeni texnologiyaların cəlb olunmasının metodoloji əsasına xidmət edir.

Mühüm iqtisadi təşkilatın yüksəlişi və inkişafının kompleks sistemli strategiyası idarə qərarlarının 3qəbul səviyyəsini özündə əks etdirir:

- 1) ümumi və ya korporativ;
- 2) rəqabətli və ya təsərrüfat istehsalı;
- 3) əməliyyat və ya funksional.

Ümumi və ya korporativ strategiya müəssisənin inkişaf istiqamətini bütünlükdə təyin edir. Təsərrüfat istehsalı strategiyası təsərrüfat fəaliyyətinin bütün əsas istiqamətləri üzrə bölünmə səviyyəsində nailiyyət üsullarını təsvir edir. Funksional strategiyalar operativ vaxt rejimində ümumi və konkret strategiyanın

nailiyyətləri üzrə bölmə və xidmət fəaliyyətlərini (istehsal, marketinq, mailiyyə, ETTKİ, personal) konkretləşdirir.

Strategiya sistemində ümumi korporativ inkişafın müxtəlifliyi 3 əsas tipdə birləşir: yüksəliş, stabillik və azalma. Yüksəliş strategiyası uzunmüddətli aspektdə daha perspektivli olan müəssisələrin təsərrüfatlaşması sferasının inkişafına yönəlmişdir. Stabillik strategiyası biznesin mövcud istiqamətinə diqqət cəmləməyi və dəstəkləməyi nəzərdə tutur. Azalma strategiyası müəssisəni kritik hadisələrə gətirib çıxaran xarici vəziyyət və ya daxili quruluşu üçün istifadə edilir.

Strategiyanın mövcud sistemində yeni məhsulun və xidmətin yeni qaydalara uyğun məhsul və texnologiyaların tətbiqi əsasında satışa çıxarılması yüksəliş strategiyasına aiddir. Bu o deməkdir ki, innovasiyanın strategiyasının korporativ planında prioritet mənə vermir. Bu strategiyayı korporativ-menecmentlə deyil, təsərrüfat-istehsalı ilə eyniləşdirirlər. Yüksəliş istiqamətinin belə korporativ ierarxiya sistemi müasir dövrdə əksər müəssisələrdə yeniliyin mənimsənilməsində resursların yetərsizliyinin qeydə alınmasına gətirib çıxarır, çünki bu strategiya əlavə sayılmaqda davam edir və əsas olanlara aid deyil. Buradan yeni texnologiyalar potensialı natamam istifadə olunur və müəssisələrin texnoloji geriliyi artır.

Strategiyaların hissələrə ayrılmasına belə yanaşma iqtisadiyyatın sənaye və postsənaye quruluşu üçün xarakterikdir və müəssisələrin iqtisadi yüksəlişi əsasən baza texnologiyalarının istifadəsi ilə müəyyənləşdiyi halda müasir satış şərtləri üçün məqbul deyil. Bu məsələnin həlli korporativ strateqiyanın tərkibinə innovasiya kimi ayrıca inkişaf istiqamətini əlavə etməklə mümkündür.

Yeni texnologiyanın mənimsənilməsini təsərrüfat-istehsal və funksional idarələrinin qarışdırılması korporativ səviyyədə müəssisələrin idarəsinin ümumi sistemdə yeniliklər prosesinin rolunun artmasına gətirib çıxarır. İnnovasiya strategiyasını korporativlərin sırasına qatmaq texnoloji inkişafın bütünlükdə subyektin təsərrüfat məqsədi daşıyan ümumi strategiya olmasına və ayrı-ayrı istehsal-təsərrüfat bölməsinin və ya bu müəssisələrin tərkibinə daxil olan biznes vahidlərinin özəl funksional məqsədi olmaqdan əl çəkməsinə imkan verir.

Bundan başqa, belə variantda korporativ strategiyayı məmulatın həyat dövriyyəsi mərhələsi ilə uyğunlaşdırmaq olar: doğum, böyümə, yetkinlik, tənəzzül. Korporativ strategiyaların öz aralarında uzlaşdırılması həyat dövriyyəsi konsepsiyasına uyğun olaraq və onların sistematik yüksəlişi və inkişafını nəzərə alaraq, öz növbəsində müəssisələrə daim biznes portfeli balanslaşdırmağa imkan verir, ki, bu da adətən, riskin paylaşdırılması, biznes diverfikasiyası, müəyyən istehlakçı qrupundan asılılığın yüngülləşməsi, texnoloji oriyentasiyanın müxtəlifliyi və uzunmüddətli və qism müddətli zamanlarda gəlirlərin bərabər bölünməsinə nail olmaq məqsədi ilə əmələ gələn və yetkin satış bazarı arasındakı resursların bərabər bölüşdürülməsi kimi başa düşülür. Hər bir halda strategiyaların belə klassifikasiyalarının əsas mənası bundan ibarətdir ki, hər strategiya planının əsasında innovasiya inkişafı dursun.

Müəssisələrin ümumkorporativ menecment sistemində innovasiyanın müasir yeri və rolu olmalıdır. Bu, yalnız innovasiya inkişafının digər yüksəliş istiqamətlərinə nəzərən, ierarxiya statusunu və strateji mahiyyətinin yüksəlməsinə deyil, həmçinin innovasiya və müəssisələrin digər perspektivlik fəaliyyəti arasında dinamik uyğunluq qurmağa imkan verir. Perspektivlik inkişafı strategiyasının belə dekomponizasiyası həmçinin strategiya və innovasiya idarəsinin inteqrasiya mexanizminin formalaşması üçün konseptual əsas rolunu da oynayır. Burada söhbət yeniliyin hazırlanması və həyata keçirilməsi zamanı yalnız korporativ yüksəliş və inkişafın texniki və qeyri-texniki yönələrini qarşılıqlı əlaqəli olaraq analiz etməkdən deyil, ələcə də təsərrüfatçılıq subyektinin innovasiya fəaliyyətinə strateji idarə prinsipini tətbiq etməkdən gedir.

Sxematik olaraq müəssisələrin inkişafının texnoloji və digər korporativ istiqamətlər arasındakı dinamik uyğunluğun prosesini şəkil 1də göstərilən kimi təsvir etmək olar. Xarici dəyirmi qoyulmuş ox satış bazarı inkişafının evalyusiya mərhələsini əks etdirir. Ortadakı qırıq xətlərlə verilmiş oxlar resursların klassik bölgüsünü yetkinlik və tənəzzül sahəsində yerləşən bazardan tətbiq və yüksəliş bazarına qədər uyğun olaraq göstərilmişdir. Bütöv xətt müəssisələrin balanslaşmış portfellerinin məğzini əks etdirir. Verilən rəsimdəki xanalar müəssisələrin əsas

korporativ strategiyasını və onların tərkib hissəsi kimi göstərilib (konkret gəlir, nəğd pul axını, təchizatçıların davranışı, istehlakçılar, rəqiblər).

İndi müəssisələrin inkişaf strategiyasının hazırlanma və həyata keçirilmə etaplarının ardıcılığı və tərkibini analiz edəcəyik və innovasiya fəaliyyəti idarəsinin sonrakı metodoloji təşəkkül yollarını müəyyən edəcəyik. Bunun üçün şəkil 2də müəssisələrin satış bazarında strateji davranışlarının tipik formalaşması prosesini təsvir etmişik.

Sxemdən görünür ki, xarici mühitin analizi ayrıca etap kimi təsvir edilmir, sanki bütünlükdə strateji idarə prosesinin əsasını təşkil edir. Xarici mühitin analiz, proqnoz və monitorinqini strateji davranış modeli qurulmuş bazis şəklində ayrılıqda vermək lazımdır.

Səbəb budur ki, xarici mühiti daim qiymətləndirmək və bu etapu məqsədə uyğun olmayaraq ayrıca bir etap kimi qeyd etmək vacibdir. Bu cür yanaşma zamanı, birincisi, xarici mühitdə dəyişikliklərə nəzarət güclənir və ikincisi, müasir strategiya idarəsinin metodoloji prinsipi ilə uyğunluğunu təmin edir, hansı ki, strategiyanın quruluşuna keçmişdən keçərək, gələcəkdən indiki zamana doğru baxır (proqnozlaşdırma → analiz → monitorinq).

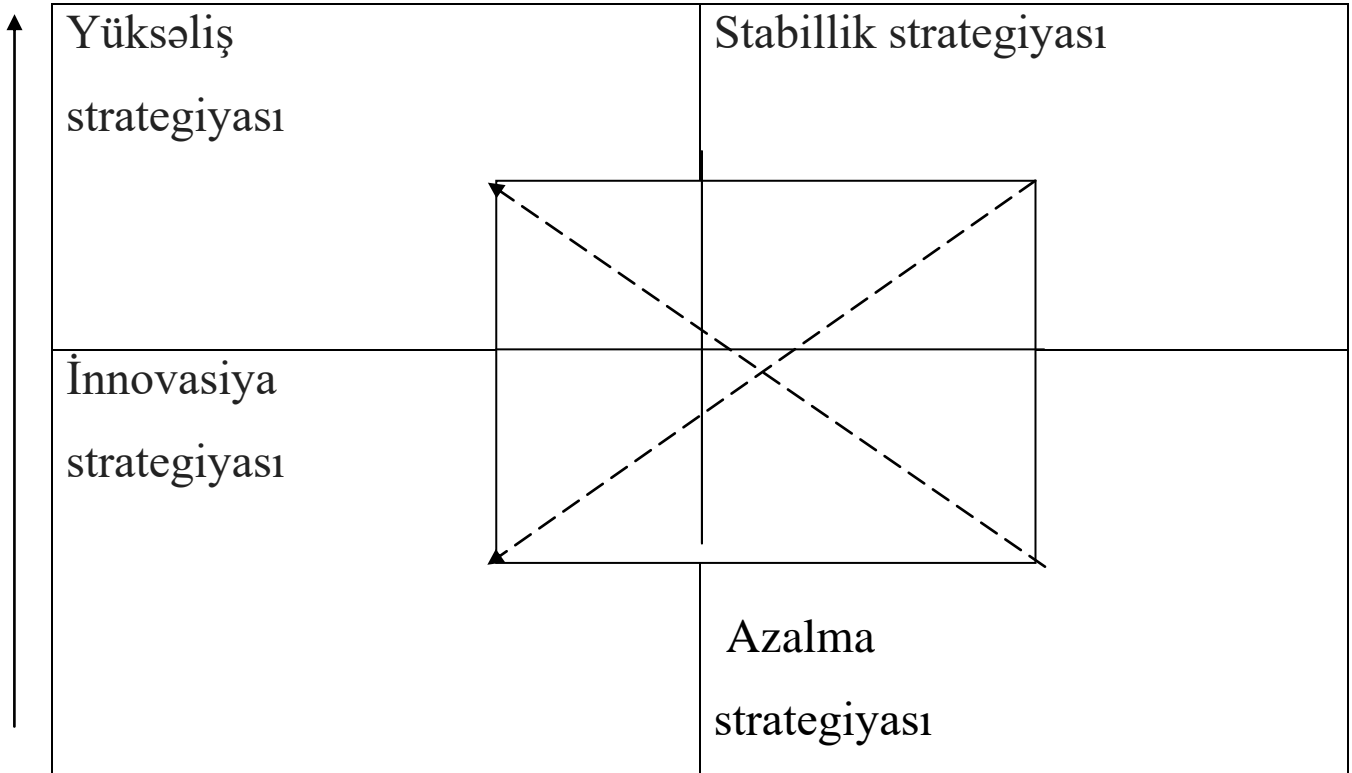
Strategiya analizi gedişatından əldə olunan nəticələri nəzərə alaraq, strategiyaların planlaşdırılması həyata keçirilir.

Planlaşdırma və həyata keçirmə etapları arasında əlaqələndirici bənd rolunu məqsədlərin qoyulması oynayır. O, strateji idarə prosesində iki vəzifə daşıyır: lazım olduqda strateji davranışa missiyaya yenidən baxış və daxili aləmin analizini tələb etməyən düzəliş etmək, məqsədə uyğun olaraq idarə prosesini tamamlayıcı, korreksiya vəzifələrinin qoyulması ilə məhdudlaşdırmaq.

Qeyd etmək lazımdır ki, konkret milli iqtisadiyyatda sənayenin bəzi sahələri inkişaf etmiş və etməkdədir, bəziləri isə tənəzzülə uğrayırlar. Ən böyük istehsal artımı Yaponiyanın avtomobil istehsalı sənayesində özünü biruzə vermişdir, amma Böyük Britaniyada avtomobil istehsalı heç bir artım əldə etməmişdir. Cədvəl eyni zamanda müxtəlif sənaye sahələrinin növləri üzrə bir sıra iqtisadi meylləri əks

etdirir. Növbəti cədvəl isə elmtutumlu sənaye (elektronika, təyyarə və kosmik cihazlar istehsalı) və ləng inkişaf edən sənaye (ağac emalı, ev avadanlığı istehsalı, kömür emalı, şüşə istehsalı) arasında elmi-texniki inkişafını intensiv dəyişikliklərini geniş miqyasda əks etdirir.

**Şəkil 3.** İnnovasiya və digər strategiya fəaliyyəti arasında dinamik uyğunluğun mahiyyəti.



Xarici iqtisadi ədəbiyyatda elmtutumlu sahələrdə inkişafın daha intensiv yolu innovasiya, amma sadə intensiv istehsal yolu isə imitasiya və ya bənzətmə adlanır. Bənzətməni başqa cür firma gəlirinin gözoşayan genişlənməsi də adlandırırlar. Bənzətmə istehsalın daha səmərəli strategiyasıdır ki, burada elmi əsaslar daha çox dərinliyə işləyir. Burada hərəkət, müqayisədə, daha yavaş gedir və tərəqqi çox asan əldə olunur. İnnovasiyalar isə ancaq o sahələrdə tərtib olunur ki, orada təcili texnoloji tərəqqi zəruridir.



**Cədvəl 2.** Ümummillə məhsulə (ÜMM) faiz nisbəti qiymətlərində sahibkarlıq tədqiqatı və sənayə inkişafı xərcləri (19,54)

Nö	Sənayə sahələri	Böyük Britaniya	Fransa	Almaniya	Yaponiya	ABŞ
1	Toxuculuq və ayaqqabı istehsalı sənayesi	0,3	0,4	0,6	1,3	-
2	Ağac emalı və avadanlığı istehsal sənayesi	0,1	0,1	1,0	0,6	0,4
3	Kağız emalı sənayesi və kitab nəşri	0,2	0,3	0,3	0,8	-
4	Kimya sənayesi	6,6	8,9	8,6	10,6	5,5
5	Dərmanqayırma sənayesi	22,4	28,9	14,9	12,9	15,3
6	Neft emalı	3,4	2,3	6,9	6,1	7,7
7	Kauçuk və plastik istehsalı	0,7	4,2	2,2	3,6	3,2
8	Daş, gil və şüşə emalı sənayesi	0,6	1,4	1,8	3,9	0,9
9	Qara metallar	1,3	2,3	1,6	3,9	0,8
10	Əlvan metallar	1,4	2,3	1,8	7,9	2,2
11	Metal emalı məhsulları	0,8	0,7	2,2	1,2	1,4
12	Elektrik olmayan maşınqayırma avadanlığı	1,9	2,1	4,9	3,2	1,9
13	Kompüterlər	15,7	7,9	7,9	13,7	-
14	Elektrik maşınqayırma avadanlığı	3,2	2,6	8,7	4,4	1,1
15	Elektronika	22,2	30,5	15,1	17,6	24,9
16	Gəmiqayırma	0,1	1,0	2,0	20,0	-
17	Avtomobilər	6,7	8,8	7,7	9,5	11,0
18	Təyyarələr və kosmik cihazlar	1,86	44,3	39,6	0,5	43,2
19	Cihazlar	5,4	4,7	5,8	14,6	7,7
20	Ümum istehsal olunan məhsul	4,7	6,0	5,6	6,1	7,3

Tənəzzülə uğrayan sənayə çox uzun müddət öz əvvəlki mövqeyində qala bilər və bu proses yeni texnologiyalar tətbiq olunanadək ləng gedir. Hətta sənayenin ümumi göstəriciləri belə bizi aldada bilər. Buna əks olaraq yeni sənayə məhsulunun təzələnməsi nişanələri özünü biruzə verir. Misal üçün avtomobil və təyyarə istehsalı sahələrində və həmçinin toxuculuq sənayesində elektronika və robotların artan

tətbiqini göstərmək olar. Burada təzələnmə yeni, xüsusişdirilmiş bazar sahələri ilə paralel inkişaf edirdi.

Misal olaraq, İsveçrənin saat istehsal sənayesini götürək İsveçrənin saat istehsal sənayesinin təzələnməsi həm yeni texnologiyaların, həm də yeni bazarların istifadəsi ilə əsaslanıb. Ucuz plastmas İsveçrə elektron və kvarts saatları robotlar vasitəsilə yaradılır və dəyişikliklərə uğrayırdı. “Dəbdə” olan sürətin ənənəvi İsveçrə keyfiyyəti ilə uyğunlaşması inkişaf etmək üçün qabağa addım atmağa imkan vermişdi.

Hal-hazırda dünya dövlətlərinin istehsal sahəsində texnoloji yeniliklərdən istifadə etmələrinə görə bir neçə texnoloji inkişaf ssenarisi mövcuddur. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

- Yenilikləri tətbiq etmək üçün xaricdən investisiyalar alma hesabına texnoloji inkişaf ssenarisi;
- Sənayecə nisbətən inkişaf etmiş dövlətlərin innovasiya inkişaf ssenarisi;
- Radikal innovativ inkişaf ssenarisi;
- Bazis innovativ inkişaf modelinə əsaslanan texnoloji inkişaf ssenarisi;

Birinci ssenariyə nəzər salaq. Bu ssenariyə görə inkişaf etməkdə olan və öz sənaye inkişaf yolunu arayan dövlətlər (üçüncü dünya dövlətləri), adətən, özgə dövlətlərin texnologiyalarına əsaslanaraq ancaq xammal və tələbat məhsullarını istehsal edirlər ki, bu inkişaf modeli daim xaricdən investisiyalar alma ssenarisinə arxalanır.

İkinci ssenari – sənayecə nisbətən inkişaf etmiş dövlətlərin innovasiya inkişaf ssenarisi adlanır. İsveç, İtaliya, İspaniya, Türkiyə, YSÖ (yeni sənaye ölkələri – Tayvan, Honq-Konq, Sinqapur, Koreya) kimi dövlətlər digər ölkələrdə yaranan elmi-texniki məhsulun lisenziya və patentləri əsasında yeni növ məhsul buraxırlar ki, bu növ texnoloji inkişaf ssenarisi, əsasən, güclü Avropa dövlətlərinin kapital qoyuluşlarından asılıdır.

Üçüncü ssenari üzrə radikal innovativ inkişaf modelinə əsaslanan bir sıra Avropa dövlətləri (yalnız AFR və İsveçrə istisna olmaqla), Kanada və yaponiya öz

orijinal elmi-texniki məhsul və texnologiyaları ilə seçilir və xaricdən alınan texnoloji lisenziyalar hesabına istehsal prosesinə digər texnologiyaları da cəlb edirlər.

Dördüncü ssenari üzrə əsaslı və radikal innovasiyalar yaratmağı bacaran və yaxud bazis innovasiyalara əsaslanan ölkələr (ABŞ, Böyük Britaniya, Fransa) nəinki ölkədaxili tələbatı ödəmə, həmçinin xarici ölkələrə satış məqsədilə yaranan elmi biliklər və yeni texnologiyaları ilə seçilir və bunların həyata keçirilməsi üçün dövlət büdcəsindən xeyli vəsait ayırırlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, texnoloji inkişaf modelindən asılı olaraq pul vəsaitlərindən istifadə yolları da bir-birindən fərqlənir. Əgər birinci və ikinci ssenari üzrə inkişaf edən ölkələr xarici investisiyalar axtarışına əsaslanırlarsa, üçüncü inkişaf modeli ölkələr bərabər surətdə ölkədaxili və ölkəxarici investorların maliyyə vəsaitlərindən istifadə edirlər. Dördüncü ssenari dövlətləri maliyyə vəsaitinin azacıq hissəsini xaricdən cəlb olunan pul vəsaitləri ilə, eyni zamanda təxminən 70% və ondan çoxunu dövlətin yaratdığı ehtiyat fondlardan alırlar ki, bu da dövlətin güclü elmi-texniki potensialına, yüksək həyat və təhsil səviyyəsinə və həmçinin vergi ödəmə sistemlərinin mütəşəkkilliyinə əsaslanır.

İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan dövlətlərin təcrübəsindən bilirik ki, yeni texnologiyaların tətbiqi nəinki iqtisadiyyatın möhkəmləndirilməsinə gətirib çıxarır və eyni zamanda onu tətbiq etməyə təkan verən dövlətin gücünü özündə əks etdirir. Bazar, monopolist dövlət, rəqabət və qarışıq iqtisadi sistemdən asılı olmayaraq dövlət müxtəlif şəkildə güclü nəzarət (hard) və yaxud yumşaq idarəetmə və monitorinqə əsaslanan (soft) üsullar vasitəsilə bu və ya digər sahələrdə öz tənzimləyici funksiyalarından fəal istifadə edir. İqtisadi sistemdən asılı olaraq bu tənzimləyici funksiyalar hər hansı bir sahəyə üstünlük verib digər sahələrə isə nəzarəti azalda bilirlər. Bu nöqtəyi-nəzərdən dünya ölkələrinin sənaye inkişafına nəzər salsaq, görürük ki, yeni texnologiyalarının tətbiqi bir neçə model üzrə həyata keçirilir. Şərti olaraq bu modellər “A”, “B” və “C” adlanır.

### Cədvəl 3. Ölkələrin inkişaf strategiyaları

	<b>Böyük Britaniya 1968-1985</b>	<b>ABŞ 1972-1985</b>	<b>Qərbi Almaniya 1972-1986</b>	<b>Yaponiya 1970-1985</b>
İstehsal olunan məhsul artımının yüksək səviyyəsi				
1	Kompüterlər və idarə texnikası	Kompüterlər və idarə texnikası	Kompüterlər və idarə texnikası	Kompüterlər və idarə texnikası
2	Əmlak və işgüzar xidmətlər	Elektronika	Təyyarələr və kosmik cihazlar	Dərman istehsalı
3	Elektronika	Nəqliyyat və rabitə	Nəqliyyat və rabitə	Avtomobillər
4	Maliyyəlaşmə və sığorta	Cihazlar	Əmlak və işgüzar xidmətlər	Elektronika
5	Kömür istehsalı	Sosial təminat	Maliyyəlaşmə və sığorta	Nəqliyyat və rabitə
6	Dövlət	Maliyyəlaşmə və sığorta	Kauçuk və plastik istehsalı	Cihazlar
İstehsal olunan məhsul artımının aşağı səviyyəsi				
1	Başqa nəqliyyat vasitələri	Qara metallar	Ağac emalı və ev avadanlığı istehsalı	Kömür istehsalı
2	Metal emalı	Başqa nəqliyyat vasitələri	Qara metallar	Gəmiqayırma
3	Gəmiqayırma	Başqa istehsal sahələri	Toxuculuq	Ağac emalı və istehsal avadanlığı
4	Əlvan metallar	Əlvan metallar	Kömür istehsalı	Toxuculuq
5	Avtomobillər	Kömür istehsalı	Gəmiqayırma	Kənd təsərrüfatı
6	Qara metallar	Daş, gil və şüşə istehsalı	Neft emalı	Başqa nəqliyyat vasitələri

“Model A” ABŞ dövlətinin, “Model C” isə keçmiş SSRİ-nin timsalı kimi çıxış edir. “Model A” ilə “Model C” arasında bir sıra oxşar cəhətlər vardır. Bu oxşar cəhətlərə militarist məqsədlər və tətbiq olunan yeniliklər üzərində dövlətin nəzarəti aiddir. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, texnoloji inkişaf və onunla əlaqədar bu və ya digər proseduralar həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrin timsalında bir çox fərqləndirici cəhətlərə də malikdir. Hər bir model, misal üçün, ABŞ modeli (model A) və keçmiş SSRİ modeli (model C) texnoloji yeniliklərin həyata keçirilməsində fundamental, tətbiqi elmi tədqiqatlar aparır, yeni ideyaların istehsal səviyyəsinə çatdırılmasına qədər elmi araşdırmalar və layihə-konstruktor işlərinin dövlət büdcəsindən maliyyələşdirirdilər. Həmin yeniliklərin istehsalı üçün lazım olan texnologiya və texnikanın təzələnməsinə SSRİ timsalında əsaslı vəsaitlər buraxılırdısa, ABŞ-da isə bunun üçün hüquqi və maliyyə zəmanəti verilirdi. SSRİ-də hər bir yenilik direktiv surətdə fundamental biliyin inkişaf etdirilməsində, sənaye

üçün tədqiqatların genişlənməsində və eyni zamanda təhsil sistemində tətbiq edilirdisə, ABŞ-da isə onların yalnız dövlət tərəfindən əlaqəsi təmin edilirdi. Bu proseslərin idarə olunması SSRİ-də direktiv üsulla, ABŞ-da isə monitoring siyasəti ilə tənzimlənirdi.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, 1960-cı illərdə yeniliklərin həyata keçirilməsi SSRİ-də əsasən dövlətin plan direktiv üsullu ssenarisi üzrə həyata keçirilirdi. Lakin 1970-ci illərdə artıq yeni iqtisadi dünyagörüşünün formalaşması başlanır. Bu da öz növbəsində o dövr üçün xarakterik olan qeyri-müəyyən iqtisadi siyasətin olması, tələb və təklifin natarazlığı, təbii və istehsal ehtiyatları və həmçinin maliyyə vəsaitlərinin çatışmamazlığı ilə səciyyələnir. Ortaya çıxan problemin nəticəsi kimi fundamental elmi tədqiqatlardan tutmuş əhalinin sosial tələbatının ödəyəcək yeni elmi-texniki məhsulun bazara çıxarılmasına qədər olan dövr ərzində yaranan bir çox problemlərin, əsasən maliyyə və monitoring (idarəvi tənzimləmə) çətinliklərinin həlli üçün yeni strateji tənzimləmə və maliyyələşdirmə üsullarının axtarışına başlanır. Yeniliklərin həyata keçirilməsində bu problemlərin müvəffəqiyyətli həlli kimi Yaponiya dövləti (“model B”) yeni bazarlama siyasətindən istifadə edir. Bu siyasətə əsasən, ümumiyyətlə, sənayedə və iqtisadiyyatın digər sahələrində tətbiq olunan yeniliklər istehlakçı tələbinə yönəlir. Eyni zamanda həmin yenilik müvafiq bazarda istehlakçı tərəfindən qəbul olunmursa, onun maliyyələşdirilməsi dayandırılır. Beləliklə, bazarda öz mövqeyinə axtaran yeniliklərin tətbiqi modeli eyni zamanda istehlakçıya yönələn model kimi də tanınır.

Digər tərəfdən yeniliklər, xüsusilə də sosial yönümlü yeniliklərin (təkmilləşdirici və kombinə edilmiş innovasiyalar) istehlakçıya çatdırılmaması öz növbəsində müxtəlif iqtisadi böhranların əsasında durur. Məsələn, Qərbi Avropa dövlətlərini əhatə edən və 1970-80-ci illərə təsadüf edən iqtisadi böhranın gecikmiş nəticəsi 1980-ci illərdə sosialist inkişafyönümlü digər dövlətlərə (Polşa, Macarıstan, keçmiş Yuqoslaviya, keçmiş Çexoslovakiya) və nəhayət, 1990-cı illərdə Sovet İttifaqı respublikalarına gəlib çatmış və innovasiyaların inkişaf nəzəriyyəsində bir sıra dəyişikliklərlə üzləşmişdir.

İstər ölkədaxili, istərsə də xaricdən alınan investisiyaların istehsal prosesinə yönəlməsi bir neçə üsulla baş verir ki, bu da texnoloji inkişaf ssenarisi, innovasiya modeli və maliyyə vəsaitlərinin məhdudluğu ilə səciyyələnir. Misal üçün, yeniliklərə sərf olunan investisiyalar SSRİ-də birbaşa dövlət tərəfindən ayrılırdısa, ABŞ-da investisiyaların təxminən 75%-i dövlət büdcəsindən ayrılır və digər hissəsi isə həm monopolist şirkətlər, həm də orta və kiçik həcmli vençur müəssisələr tərəfindən ödənilirdi və hələ də ödənilməkdədir

## **FƏSİL II. İnnovasiyalı inkişafın müasir vəziyyətinin qiymətləndirilməsi**

### **2.1. İnnovasiyalara yönəldilən investisiyaların müasir vəziyyətinin təhlili**

Maliyyə vəsaitlərinin məhdudluğu bir çox dövlətlərin yeni texnologiyalara birbaşa investisiya ayırmalarını çətinləşdirir və hal-hazırda Yaponiya təcrübəsinə arxalanmağa məcbur edir. Yaponiya investisiya inkişaf modelinə əsasən “Elm-Texnika-İstehsalat-İstehlak” dövriyyəsi bir neçə mərhələyə bölünür və hər mərhələ üçün ayrı-ayrılıqda maliyyə vəsaiti ayrılır. Bu üsulun müsbət cəhəti ondadır ki, yaradılan elmi-texniki məhsul bazarda istehlakçı tərəfindən qəbul olunmadıqda və ya öz müştərisini tapmadıqda maliyyə vəsaitləri “dondurulma” prosesinə məruz qalır və pul vəsaitlərinə “qənaət” edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, investisiyaların mərhələ-mərhələ verilməsi həm yeni məhsulun bazara çıxarışını, həm də ideyadan tutmuş istehsala qədər olan proses müddətini əhəmiyyətli dərəcədə qısaltır. Bu da öz növbəsində yeniləşmə əmsalının yüksəlməsinə gətirib çıxarır. İnnovasiyaların mərhələlərə bölünməsi isə öz növbəsində artan və azalan pilləkənvəri və dalğavəri formada aparılır, bu da maliyyələşdirilən texnoloji yeniliklərin istehsal prosesi ilə sıx əlaqədar olur.

Yeni texnologiyaların mənimsənilməsinə mane olan obyektiv faktorlardan: 1) sənaye inkişafına və tənəzzülünə gətirən texnoloji dəyişikliklərin dalğavəri hərəkəti; 2) azad rəqabət əsaslarını inkar edən inzibati-komanda üsullu təsərrüfat sisteminin Azərbaycan iqtisadiyyatına təsiri; 3) sənayedə xüsusilə maşınqayırmanın ən qabaqcıl sənayelərində çoxukladlı istehsal sahələrinin mövcudluğu; 4) sənayenin ekstensiv üsulla inkişaf etməsi; 5) yeniliklərin mənimsənilmə müddətinin uzadılması; 6) təbii, süni resurslar, əmək ehtiyatları və maliyyə vəsaitindən səmərəsiz istifadə edilməsini göstərmək olar.

Subyektiv faktorlardan isə 1) yeniliklərin mənimsənilməsinə dair təşkilati strategiyaların müxtəlifliyini; 2) innovativ tipli idarəçilərin olmamasını; 3)

sahibkarlığın inkişaf etməməsini; 4) bazar və səviyyə qurumlarının yaranmamasını; 5) siyasi, iqtisadi və sosial sabıtsızlığının işsizlik və məşğulluğa təsirini qeyd etmək lazımdır.

Bütün bu amillərin aradan qaldırılması, xarici ölkələrdən alınan kredit vəsaitlərini qabaqcıl texnologiyaların sənayedə yatırılması, sənaye sahəsində çalışan rəhbər işçilərinə innovativ düşüncə tipini aşılama, təlim və tədris etmə nəticəsində Azərbaycan öz məxsusi yüksək texnologiyalı sənayesinə malik ola bilər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində yüksək texnologiyaların (1990-cı illərdə xarici iqtisadi ədəbiyyatda, xüsusilə ABŞ-da qəbul olunmuş elmi-texniki məhsul və avadanlığın yaranma və tətbiqi sahələrində mütərəqqi istiqamətlər) istehsalda tətbiqi xarici ölkələrin, xüsusilə Qərbi Avropa ölkələri və keçmiş İttifaqın sənaye cəhətdən inkişaf etmiş respublikalarının buraxdığı məhsul ilə rəqabətə davamlı və yüksək keyfiyyətli sənaye məhsulunun yaxşılaşdırılmasının ən mühüm göstəricisidir. Hər bir ölkənin yeni texnologiya yaratma bacarığı həm möhkəm milli iqtisadiyyatın, həm də yüksək inkişaf səviyyəsinə malik ölkənin ümumi rifahının ən vacib və strateji hissəsi sayılır.

Yüksək texnologiyalar sənayesində innovasiya firmanın əsas mexanizmidir. Avstriya məktəbinin nöqtəyi-nəzərinə sahibkarlar öz mövqelərini yaxşılaşdırmaq, başqa firmalardan qabaq yeni ideyaların əlverişli tətbiqində mənfəət əldə etmək üçün innovasiyalardan fəal istifadə edirlər. Daha doğrusu, innovasiya rəqibləri qabaqlama üsullarından biridir. Avstriya iqtisadiyyatçılarının fikrinə, firmalar əlavə gəlir əldə etmək üçün böyük əzmlə yenilikləri həyata keçirir və keçirməkdədirlər. Çünki rəqiblər təzə yeniliklər barədə xəbər tutana qədər və yeniliklərin hamı tərəfindən istehsalda tətbiq ediləcəyinə qədər firmaların əlavə gəlir əldə etmək imkanı olur. Təkamül nöqtəyi-nəzərindən isə qərar qəbul edən şəxslər az bilir və çox az fəaliyyət göstərirlər. Ətraf mühitə münasibətlərini yalnız o zaman bildirir və yenilikləri yalnız o vaxt həyata keçirirlər ki, məhz onların istehsalda öz əksini tapması istehsalçılar üçün təhlükəli ola bilər.

Şəklin yuxarı hissəsi iqtisadiyyatın müəyyən bir hissəsində bir sıra müstəqil firmaların mövcudluğunu göstərir. Həmin firmaların çox hissəsi həm eyni sənayedə,



həm də eyni istehlak bazarında fəaliyyət göstərir. B, V və S firmaları hüquqi şəxslərdir və onların fəaliyyəti həmin mühitdə qəbul olunan qaydalar, texnologiyalar, istehsal olunan məhsulun qiyməti və məhsul qiymətini təyin edən bazar strukturu ilə məhduddur.

İqtisadiyyatın müəyyən bir sahəsində ümumi inkişaf istiqamətləri hər bir firmanın timsalında öz əksini tapır. B firmasının fəaliyyət cəhdləri və məhdudluğu 2-ci şəklın aşağı hissəsində təsvir edilmişdir. B firması “dəyişkən” sərhədlərə malikdir (firmanın üfüqi və şaquli istiqamətdə fəaliyyət dairəsi, şaquli istiqamətdə inteqrasiyaya uğrayan əməli fəaliyyətlərinin sayı və sahəsi). Bu təyin olunan vaxt müddətində əlavə tətbiq olunan texnoloji və təşkili NOU-HAU-lar yeniliklər üçün vaxtaşırı açıq olur, gah da bağlanır. Bundan əlavə firma müəyyən istiqamətdə səmərəli fəaliyyət əldə etdiyinə görə öz əməkdaşlarını mükafatlandırmaq və ya cəzalandırmaq üçün intensiv struktur hazırlayır.

Kənd təsərrüfatı istehsalında yenə də birinci yeri buğda və arpa istehsalı tuturdu, çəltikçilik də geniş inkişaf etmişdi.

Bakı-Yelizavetpol quberniyalarında Bakı –Tiflis dəmiryolu işə düşəndən sonra keçən 15 il ərzində taxıl əkin sahələri və taxıl bitkiləri məhsulları 2,5 dəfədən çox artmışdı. İstehsal olunan məhsulun əksər hissəsi ixrac olunurdu. 1880-ci illərin ortalarında 3 il müddətində Azərbaycandan Qara dəniz limanları, oradan isə xarici ölkələrə 11 milyon taxıl ixrac olunmuşdu. Bu dövrdə Azərbaycanın kənd təsərrüfatında muzzdlu əməyin tətbiqi isə kapitalizmin inkişafının başlıca göstəricisidir.

Özünün keçmiş ənənələrinə sadıq qalan Azərbaycan kəndliləri barama istehsalına xüsusi fikir verirdilər. Baramaçılığın, ümumiyyətlə, ipəkçiliyin əsas rayonları yenə də Şəki və şamaxı qəzaları idi. Baramaçılıqla Şuşa və Quba qəzalarında, həmçinin Zaqatala dairəsində Naxçıvan və Ordubadda məşğul olurdular. Azərbaycanda ildə 200-250 min puda qədər barama istehsal olunurdu. Barama ya xam halda yaxud da emal edildikdən sonra Rusiyaya, həmçinin xarici ölkələrə ixrac olunurdu. Şəkiddə bir sıra rus və xarici şirkətlərin baramanı satın alıb

göndərməklə məşğul olan kontorları var idi. Təkcə xarici şirkətlərin kontorları bir il ərzində (1873) 126 min puda qədər barama almışdı.

Azərbaycanda qızıl boya istehsalı da çox inkişaf etmişdi. Qızıl boya yetişdirilməsinin əsas rayonları Quba və Dərbənd idi. Qızıl boya Rusiya toxuculuq fabriklərinin istehsal etdiyi məmulatı boyamaq üçün geniş tətbiq olunurdu. XIX əsrin 60-cı illərinin lap sonunda təkcə Quba qəzasında 200 min puddan çox qızıl boya istehsal olunmuş və ixrac edilmişdi. Lakin bu istehsal sahəsi süni boyanın – alizarinin kəşf olunmasından sonra iflasa uğradı və tezliklə kənd təsərrüfatının bu sahəsi tamamilə aradan çıxdı.

Rusiyada toxuculuq sənayesinin sürətli inkişafı, onun xammala – pambığa olan tələbatının artması Azərbaycanda pambıqçılığın inkişafına təkan verdi. Tezliklə Azərbaycana rus şirkətlərinin nümayəndələri gələrək pambıqçılığın əsas rayonları Göyçay və Cavad qəzalarında bu sahəni inkişaf etdirməyə başladılar. Pambığı yetişdirmək suvarmasız mümkün olmadığına görə Kür-Araz vadisində süni suvarma geniş inkişaf etməyə başladı. Pambığa maraq o qədər artmışdı ki, adətən təsərrüfatla məşğul olmayan bəylərin bir qismi pambıqçılıqla məşğul olmağa başladılar. Onlar öz təsərrüfatlarında bütün işləri muzzdlu əmək tətbiq etməklə görürdülər. Beləliklə, pambıqçılıq kənd təsərrüfatında kapitalist istehsal münasibətlərinin inkişafına güclü təkan verdi.

Pambıqçılıqla yanaşı tütünçülük də inkişaf edirdi. Azərbaycanda tütünçülüyn əsas rayonları Zaqatala dairəsi, Şəki və Quba qəzalarında bu inkişaf daha çox özünü göstərirdi. Bağçılıq və üzümçülük də Azərbaycan kəndlilərinin əsas məşğuliyyətlərindən biri kimi qalırdı.

Naxçıvan qəzası və Zaqatala dairəsi, həmçinin Şamaxı, Quba, Göyçay qəzalarında bağçılıq daha çox yayılmışdı. Bağçılığa və üzümçülüyə kömək etmək məqsədilə Mərdəkanda Hacı Zeynalabdin Tağıyev bağçılıq məktəbi açmışdı. Geniş şöhrət tapmış Azərbaycan meyvələri digər ölkələrə ixrac olunurdu. Bu işdə dəmiryolu mühüm rol oynayır. Abşeron yarımadasında becərilən zəfəran bir çox ölkələrə ixrac olunurdu.

Azərbaycanın kənd təsərrüfatı həyatında əkinçiliklə yanaşı maldarlıq da geniş inkişaf etmişdi. Azərbaycanda təkcə qoyunların sayı orta hesabla 2-3 milyon başa çatırdı. Qoyunçuluğun inkişafı yun istehsalına, onun ildə 100 min pud və daha çox ixrac olunmasına səbəb olmuşdu. Qaramal saxlanması, atçılıq da Azərbaycan maldarlığının mühüm sahələri idi. Azərbaycan, xüsusən Qarabağ atları ölkəmizin sərhədlərindən çox-çox uzaqlarda məşhur idi.

Neft sənayesinə kapital axını neftin çıxarılması, emalı texnikasının yaxşılaşdırılmasına, neft məhsullarının daşınma vasitələrinin təkmilləşdirilməsinə səbəb oldu. 1871-ci ildə buruq üsulu ilə ilk neft quyusu qazıldı, nefti quyulardan jelonkalarda çıxarmağa başladılar. Əvvəllər jelonkalar əllə qaldırılırdı. Tezliklə əl əməyini buxar mühərrikləri əvəz etdi. Buxar mühərrikləri quyuların qazılmasında da tətbiq edilməyə başladı.

Neft sənayesində əl əməyinin buxar mühərrikləri ilə əvəz edilməsi neft sənayesinin manufaktura inkişaf mərhələsindən iri fabrik istehsalı səviyyəsinə keçməsi demək idi. İstehsal edilmiş neft mədənlərindən üstünə çəlləklər qoyulmuş arabalarda anbarlara daşınırdı. Bakı neft sənaye rayonunda belə arabalar minlərlə idi. 1870-ci illərin sonunda Balaxanı mədən rayonu ilə neft emalı müəssisələri arasında ilk neft kəməri işə salındı. Yüzdilliyin sonunda kəmərlərin sayı xeyli artıb 26-ya çatdı. Onların hamısının bir yerdə uzunluğu 300 km-ə qədər idi. Nefti və neft məhsullarını saxlamaq üçün çənlər quruldu, daşımaq üçün vaqon sistemlər yaradıldı, Azərbaycanda neft işinin əsl ustaları nəslə yarandı.

Bütün görülən tədbirlər Bakıda neft sənayesinin sürətlə inkişafına səbəb oldu. 1870-1880-ci illər arasında neft çıxarılması 10 dəfə artdı. Yüzdilliyin sonunda Bakı neft sənayesində 500 milyon puda yaxın neft çıxarıldı və ABŞ neft hasilatı səviyyəsini ötüb keçdi. XX əsrin birinci ilində isə daha çox – 667 milyon pud neft hasil edilmişdi.

Neft, əsasən fontan yolu ilə çıxarılırdı. Bu üsul neft sərvətlərinin vəhşicəsinə məhvini gətirib çıxara bilərdi, həm də fontan üsulu ilə neft çıxarılması çoxlu itkiyə səbəb olur, neft axıb gedir yaxud yerə hopurdu. Bundan başqa adi bir qığılıcı böyük yanğına səbəb olurdu.

Neft istehsalının sürətlə inkişafı onunla bağlı sənaye sahələrinin, neft emalı, neftqayırma sənayesinin sürətlə inkişafına səbəb oldu. Ağ neft, sürtgü yağları, mazut və digər neft məhsullarına tələbatın artması bu sənaye sahəsinə marağı xeyli artırdı. Bakıda neft emal edən zavodların sayı sürətlə artdığı zaman Qara şəhərdə, həmçinin Keşlə və Ağ şəhər adlanan yerlərdə onlarla zavod yarandı. Zavodların sayı o qədər sürətlə artırdı ki, neft tarixi ilə məşğul olan bir tədqiqatçının yazdığına görə bu artım yağışdan sonra göbələyin artımına bənzəyir. 1890-cı ildə Bakıda 150-ə qədər neft emalı zavodu fəaliyyət göstərirdi.

Neftin və neft məhsullarının ixracında da irəliləyiş var idi. Bakıdan Rusiyaya daşınan neft məhsulunun keyfiyyəti dəyişirdi, daşınan məhsullar içərisində başlıca yeri tutan ağ neft ilə bərabər benzin, sürtgü yağları və s. əsas yer tuturdu. Bu isə öz növbəsində Amerika ağ neftinin Rusiya bazarlarından çıxarılmasına səbəb oldu.

Bakının ağ nefti təkcə Rusiyaya deyil, xarici ölkələrə də - Çinə, Hindistana, Hind-Çinə, Avstraliyaya da ixrac olunurdu. Ağ neft məhsulları ixracını artırmaq və onların daşınmasını asanlaşdırmaq məqsədilə Bakı ilə Batumi arasında 1897-ci ildə birbaşa ağ neft kəməri çəkilməsinə başlandı. Bu kəmərin çəkilməsi 10 ildən sonra başa çatdı. Ağ neft kəmərinin çəkilməsi neft ixracını xeyli artırdı.

Bakıda, həm də Azərbaycan qəzalarında bir sıra sənaye sahələri də inkişaf etməyə başladı. Bakıda fəaliyyət göstərən mexaniki zavodlar, əsasən, neft sənayesi ilə bağlı idi. Bu sənaye sahələrindən maşınqayırma, buzar qazanları, metal kanat istehsal edən və digər müəssisələri göstərmək olar. Bakının bu sənaye sahələrində minlərlə fəhlə çalışırdı. Bakıda, eyni zamanda, gəmi təmiri emalatxanaları, buxar mühərrikləri ilə hərəkətə gətirilən dəyirmanlar, tütün fabrikləri, yeyinti, tikinti, sənaye sahələri müəssisələri fəaliyyət göstərirdi.

Gədəbəydəki mis mədənləri buradakı dağ-mədən sənayesinin, Şəkidə, Şuşada, Ordubadda və başqa yerlərdə bəzən istehsalı ipək emalı sənayesinin, pambıqçılığın inkişafı pambıqtəmizləmə sənayesinin və s. yaranmasına şərait yaratmışdı. Hələ 1850-ci illərin əvvəllərində Gədəbəydə fəaliyyətə başlayan mis əridən zavod alman kapitalistləri Siemens qardaşları şirkətinin əlinə keçmişdi. Burada yeni, müasir texnika ilə təchiz edilmiş zavod tikilmişdi. Bu zavod Rusiyada olan mis əridən

zavodlarının ən nəhəngi idi. Bakı-Tiflis dəmiryolunun çəkilməsi Gədəbəydə sənayenin daha da genişləndirilməsinə təkan verdi. Qalakənddə ikinci bir mis əridən zavod da tikilib işə düşdü.

Bakıda və Naxçıvan duz mədənlərində duz istehsalı xeyli artdı. İstehsal olunan duz Zaqafqaziya ölkələrindən başqa İrana, Türkiyəyə, Mərkəzi Rusiya quberniyalarına göndərilirdi. Balıqçılıq da xeyli genişlənmişdi. Bu inkişaf 1880-ci ildə vətəgələrin icarəyə verilməsi ilə daha da artdı. Balıq sənayesinə iri kapitalistlər maraq göstərirdilər. Azərbaycan balığı, balıq məhsulları Gürcüstana, Ermənistana, Rusiya quberniyalarına, xarici ölkələrə ixrac edilirdi. Balıq sənayesində yüzilliyin sonlarında on minlərlə fəhlə işləyirdi.

İpək emalı sənayesinin əsas mərkəzi olan Şəki şəhərində buxar mühərrikləri ilə hərəkətə gətirilən ipək emalı fabrikləri var idi. Belə fabriklərdən birinin əsası hələ 1859-cu ildə Rus kapitalistləri tərəfindən qoyulmuş, dövrünün iri və müasir texnikası ilə təchiz olunmuş fabrik idi. Belə fabriklər Şuşada, Ordubadda da fəaliyyət göstərirdi. Başqa yerlərdə də kiçik ipək emalı fabrikləri də var idi, lakin ipək məhsulunun çoxu fabrik tipli müəssisələrdə istehsal olunurdu. Zaqafqaziyadan ixrac olunan ipəyin 90%-i Azərbaycanın payına düşürdü.

Azərbaycanda üzümçülüyn inkişafı burada şərəbçilik, spirt çəkən müəssisələrin meydana çıxmasına səbəb oldu. Hələ 1860-cı illərin əvvəllərində Yelizavetpol qəzasında şərəbçiliklə məşğul olan səhmdar cəmiyyətlər yaradılmışdı. Şərəbçilik bir çox Bakı kapitalistlərinin nəzər-diqqətini cəlb etmiş, onlar Quba qəzasında, başqa yerlərdə üzüm bağları alıb şərəbçiliklə məşğul olurdular. Sahibkarlar araq və konyak da istehsal edirdilər. Bakıda, Şəkiddə, Şamaxıda bütün fabrikləri var idi.

Neft və başqa sənaye sahələrinin inkişafı Xəzər dənizində də gəmiçiliyin xeyli inkişafına səbəb oldu. Xəzər dənizində dünyada ilk neft tutumlu gəmilər meydana çıxdı. XIX əsrin sonlarında Bakı limanı yük gövriyyəsinə görə Rusiyanın ikinci limanı idi.

Kapitalist təsərrüfatının inkişafı rabitə vasitələrinin təkmilləşdirilməsini tələb edirdi. Azərbaycanın şəhərləri arasında teleqraf xətləri çəkilmişdi. 1880-ci illərdə Bakıda ilk telefon əlaqələri yaradılmışdı.

Azərbaycan şəhərlərində kустar, bəzi hallarda isə manufaktura səviyyəsinə yüksələ bilmiş sənət sahələri var idi. Bu sənət sahələrinə xalçaçılıq da daxil idi. Azərbaycanın xalçalarını heç bir fabrik-zavod məmulatı əvəz edə bilməzdi. Təkcə Quba qəzasında 30 minə qədər qadın xalça toxumaqla məşğul idi. Yelizavetpol quberniyasının 4 qəzasında 100 minə yaxın adam xalça toxuyurdu. Yüzdilliyin sonunda təkcə Xaçmaz stansiyasından bir il ərzində 300 min manatlıq xalça ixrac olunmuşdu. Rusiya toxuculuq sənayesinin pambıq-parça və ipək mallarının Azərbaycana axıb gəlməsinə baxmayaraq onlar xalqın məişətində özünə möhkəm mövqe tutmuş taftanı qanovuzu və bu növdən olan ipək parçaları əvəz edə bilməzdi. Ona görə də bu sənət sahələri hələ də inkişaf etməkdə idi.

Azərbaycanda yenə də boyaqxanalar, dəri-gon istehsalı ilə məşğul olan emalatxanalar, dəmirçilik, xarratlıq və s. sənət sahələri mövcud idi.

Azərbaycanın daxili ticarətində, şəhərlərdə və kəndlərdə fəaliyyət göstərən həftə bazarları mühüm rol oynayır. Əsasən, cümə günləri işləyən bu bazarlara ətraf kəndlərdən müxtəlif məhsullar, mal-qara gətirilirdi. Bu bazarlarda Rusiyadan, hətta xarici ölkələrdən gətirilmiş mallara da rast gəlmək olardı. belə bazarlardan biri Ağdaşda yerləşirdi. Bazarı görmüş müasirlərdən biri Tiflisdə çıxan “Qafqaz” qəzetində yazırdı ki, “Ağdaş xaricə, Marsel və İtaliyaya göndərilən həm bütün sarınmış ipəyi, həm də baramanı özündə cəmləşdirən mərkəzdir”. Şəhərlərdə satış yarmarkaları da təşkil olunurdu.

Bakı da daxil olmaqla Azərbaycanda 1860-cı ildə cəmi 4 illik beş qəza məktəbi və üç ibtidai məktəb var idi. Şəhərlərdə xüsusi məktəblər açılırdı. Bunlardan Bakı texniki məktəbini, Gəncə sənət məktəbini və s. göstərmək olar. Bakının neft rayonlarının bəzində ibtidai məktəblər açılmışdı. Nəhayət, realni məktəblər adlanan orta məktəblərdən Bakı və Gəncə realni məktəbləri fəaliyyət göstərirdi. 1896-cı ildə Bakıda H.Z.Tağıyevin açdığı qız məktəbini xüsusi qeyd etmək olar. Sayca çox gözəçarpan, əslində isə Azərbaycan əhalisinin miqdarına

nisbətən çox az olan bu məktəbdə fəhlə və kəndli balaları nadir hallarda düşə bilirdilər.

Haqqında söhbət gedən dövrdə Azərbaycanda ilk kütləvi kitabxana və qiraətxana meydana gəlmişdi. Belə kitabxana-qiraətxanalardan biri 1894-cü ildə Bakıda N.Nərimanov tərəfindən açılmışdı.

Azərbaycanda ilk apteklərin açılması bu dövrə aiddir. Onların ümumi sayı 10-dan bir qədər çox idi. Bütün gətirilən rəqəmlər göstərir ki, bəhs olunan dövrdə Azərbaycanın sanitar tibb vəziyyəti çox pis idi.

1879-cu ildə Tiflisdə “Ziya” qəzeti çıxmağa başladı. O 1880-ci ildə “Ziyayi-Qafqaziyyə” adı altında nəşr olunurdu. Cəmi 104 nömrəsi çıxdı və 1884-cü il iyulun 2-də bağlandı. 1880-ci ildə Tiflisdə “Kəşkül” qəzeti çıxmağa başladı. Hər iki qəzetin ideya istiqaməti “Əkinçi” qəzeti ilə uyğun gəlirdi. Həftəlik qəzet olan “Kəşkül” 1891-ci ilə kimi nəşr olunurdu.

1880-90-cı illərdə Bakıda “Kaspi”, “Bakinskiye izvestiya”, “baku” və başqa rus dilli qəzetlər çıxmağa başladı. Bu qəzetlərdə Azərbaycanın sosial-iqtisadi və mədəni həyatının bəzi məsələlərinə qabaqcıl baxımdan yanaşan məqalələr də nəşr olunurdu.

Sənayenin inkişafına təkan verən kredit-bank sistemi də bu dövrdə inkişaf edirdi. Kredit banklarının bir çoxu Rusiyada olan bankların filialları idi. Kredit-bank müəssisələrinin artması ucuz bank krediti tələb edən Azərbaycan iqtisadiyyatının kapitalist inkişafına kömək edirdi. Bankların demək olar ki, hamısı sənayenin müxtəlif sahələri və ticarətlə bağlı olub ona xidmət edirdilər. Kənd təsərrüfatı sahələri ilə bağlı banklar mövcud idi. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən kiçik kredit müəssisələri isə kənd varlılarına xidmət göstərirdi. Beləliklə, bank kapitalı Azərbaycanın sənayesində, kənd təsərrüfatında kapitalizmin inkişafını sürətləndirirdi.

1911-ci ildə Bakı rayonunda 47 səhmdar neft sənaye müəssisəsi və beynəlxalq kooperasiyalar fəaliyyət göstərirdi. Şirkətlər arasında ən güclüləri “Nobel qardaşları” şirkəti və “SM Şibayev və Ko” idi. Beynəlxalq kooperasiyalardan isə yenə də “Nobel”, həmçinin “Royal Dat Şell-i Ko” (“Şell” və

“Standart Oyl və Ko”) idilər. Onlar bir çox şirkətləri öz tərkiblərinə qatırdılar. Məsələn, “S.M.Şibayev və ko”, “İ.Q.Tumayev və Ko”, “Souçastniki” cəmiyyətləri “Şell”-in tərkibinə, “Kalantarov və Ko” ticarət evi “Kolxido”, “V.İ.Roqozin”, “Elba”, “Çimion” və s. cəmiyyətlər “Nobel”in tərkibinə qatılmışdılar. Birinci dünya müharibəsi ərəfəsində “Nobel” qrupu özünün maliyyə fəaliyyəti nəticəsində 9 neft sənaye və nəqliyyat firmasını öz nəzarəti altında birləşdirmişdi.

Ticarət əlaqələri dəniz nəqliyyatı və dəmiryolu vasitəsilə təşkil edilirdi. 1913-cü ildə dənizlə Bakıdan 307,7 milyon, dəmiryolu ilə 72,6 milyon pud mal aparılmış, buraya isə müvafiq surətdə 33 milyon və 46,3 milyon pud mal gətirilmişdi. Əsasən kənd təsərrüfatı malları, xüsusən pambıq və ipək ixrac olunur, əhalinin tələbini ödəyən mallar gətirilirdi.

Ticarət əlaqələri Rusiya və İranla daha geniş idi.

Ölkə iqtisadiyyatının inkişafı nəqliyyat və rabitə vasitələrinin inkişafına da böyük təsir göstərmişdi. Əsas nəqliyyat vasitələri gəmilər və dəmiryolu idi. Xəzər dənizində ən iri gəmi sahibləri H.Z.Tağıyev, Dadaşovlar, Hüseynovlar, ümumiyyətlə, iri səhmdar kompaniyaları idilər. Burada “Nadejda”, “Qafqaz və Merkuri”, “Nobel qardaşları”, “Volqa” və s. kimi kompaniyalar fəaliyyət göstərirdilər. 1900-cü ildə Bakı-Vladivostok dəmiryolunun, 1908-ci ildə isə Uluxanlı ilə Culfa stansiyalarını birləşdirən xəttin işə düşməsi Azərbaycanda dəmiryol nəqliyyatının xeyli genişlənməsinə səbəb oldu.

Ölkəmizdə milli innovasiya sistemində lazımı səviyyənin əldə edilməsi məqsədilə Milli Elmlər Akademiyası tərəfindən 2009-2020-ci illəri nəzərdə tutan “Azərbaycan Respublikasının Milli İnnovasiya Sisteminin Formalaşması və İnkişafı Proqramı”nın layihəsi işlənib hazırlanmışdır. Bu proqramın başlıca hədəfi ölkədə innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsinə, resurslardan səmərəli istifadəni təmin edən, dünya bazarında rəqabətə davamlı, elmtutumlu məhsulların istehsalına şərait yaradan, dayanıqlı iqtisadi inkişafa səbəb olan, xalqın maddi durumunun yüksəldilməsini təmin edən sosial yönümlü iqtisadiyyatın qurulmasına əsaslanır. Dövlət proqramının reallaşdırılması üzrə tədbirlərə sahə və regionların əsas



göstəriciləri və hər il dəyişdirilən, formalaşan və dövlət tərəfindən təsdiqlənən innovasiya inkişafı layihələri daxildir (9,387).

Həmin proqramın işlənilib hazırlanmasının əsas vəzifələri aşağıdakılardan ibarətdir:

Ölkədə milli innovasiya sisteminin formalaşdırılması; İnnovasiya fəaliyyətinin aparılması üçün lazım olan iqtisadi hüquqi və sosial-mədəni mühitin formalaşması; Yeni və müasir texnologiyalar əsasında istehsal fəaliyyətinin və iqtisadiyyatın sosial sferasının maddi-texniki bazasının yenilənməsi; İqtisadiyyatın müxtəlif sferalarında yüksək keyfiyyətli innovativ yeniliklərin tətbiq olunması; İxrac və idxal əməliyyatlarının həyata keçirilməsində yüksək keyfiyyətli məhsulların və avadanlıqların payının artması; Tədqiqatçıların, yaradıcı şəxslərin, ixtiraçıların yaradıcılıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması; Ölkədə iqtisadi təhlükəsizliyin bərqərar olunması. Proqramda MİS-nin əsasını təşkil edən üsürlərin və təşkilati-struktur elementlərinin formalaşması planı öz əksini tapmışdır. Bununla da, innovasiya prosesində iştirak edən subyektlər-elm, təhsil, istehsal, bazar–arasındakı münasibətlərin gücləndirilməsi; elmtutumlu məhsullar bazarının formalaşması; patentlərin, elmi işlərin, ixtiraların, intellektual mülkiyyətin kommersiyalaşdırılması mexanizmlərinin formalaşdırılması; innovasiya fəaliyyətinə investisiya qoyuluşunun həyata keçirilməsi; kadr potensialının innovasiya sahələrində və inkişaf regionlarında yerləşdirilməsi proqramda əks olunmuşdur. Proqramda, həmçinin, yaradıcı əmək fəaliyyətinin elmi tədqiqatların həyata keçirilməsində iştirakını nəzərə alaraq innovasiya fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsinə yönəldilən tədbirlər öz əksini tapmışdır.

**Cədvəl 4. Qədim Azərbaycandan tutmuş ta Sovet Azərbaycanına qədər milli iqtisadiyyatımızda innovativ xüsusiyyətlər daşıyan məhsulların istehsalı**

<b>Dövrələr</b>	<b>İcra strukturunda xüsusi yer tutanlar</b>	<b>Radikal innovasiya xarakteri daşıyanlar</b>	<b>Təkmilləşdirici xarakter daşıyanlar</b>	<b>Keyfiyyət xüsusiyyətləri nə görə digərlərindən fərqlənənlər</b>
Bizim e.ə. dövrlərdən tutmuş eramızın II-V yüzilliklərinə qədər	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Balıqçılıq</li> <li>➤ Meyvəçilik</li> <li>➤ Neft</li> <li>➤ Duz</li> <li>➤ Xalçaçılıq</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Toxa əkinçiliyi</li> <li>➤ Balıqçılıq</li> <li>➤ Bağçılıq</li> <li>➤ Geniş əraziyə malik süni suvarma sistemi</li> <li>➤ Yerli xammal üzərində metal əritməsi</li> <li>➤ Dördtəkərli arabalar</li> <li>➤ İldə 2-3 dəfə məhsuldarlığı olan əkinçilik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ balıq içindən yapışqan hazırlanması</li> <li>➤ ipək baramaçılıq və ipək parça toxunması</li> <li>➤ daş ev istehkamlarının tikilməsi</li> <li>➤ misdən əmək alətləri istehsalı</li> <li>➤ qızıl və gümüş bəzək əşyaları</li> <li>➤ musiqi alətləri</li> <li>➤ atçılıq</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ nar, qoz, üzüm meyvələri</li> <li>➤ xalça məmulatları</li> <li>➤ çiy kərpicdən ev tikintisi</li> <li>➤ dəmir balta, qayçı, kilid və açarlar istehsalı</li> <li>➤ şüşə qablar istehsalı</li> <li>➤ parça toxuma dəzgahları</li> <li>➤ xalçaçılıq</li> <li>➤ ipəkçilik</li> </ul>
V-XII əsrə qədər	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ipək və ipək parçalar</li> <li>➤ yun və pambıq parçalar</li> <li>➤ zərgərlik əşyaları</li> <li>➤ xalçalar</li> <li>➤ saxsı və mis qablar</li> <li>➤ meyvə quruları</li> <li>➤ zəfəran</li> <li>➤ balıq</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ağır kotanlardan istifadə</li> <li>➤ şəhərlərdə sənətkarlıq ittifaqlarının yaradılması</li> <li>➤ minalanmış qablar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ balıqçılıq</li> <li>➤ meyvəçilik</li> <li>➤ bağçılıq</li> <li>➤ əkinçilik</li> <li>➤ irriqassiya sistemi</li> <li>➤ ağacdən düzəldilmiş sənət əşyaları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ minalanmış qablar</li> <li>➤ keyfiyyətli üzüm sortlarının yetişdirilməsi</li> <li>➤ keyfiyyətli qızıl boya və zəfəranın becərilməsi</li> <li>➤ atçılıq</li> <li>➤ baramaçılıq</li> </ul>
XIII-XVIII əsrə qədər	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ neft</li> <li>➤ düyü</li> <li>➤ balıq</li> <li>➤ meyvə quruları</li> <li>➤ sənətkarlıq əşyaları</li> <li>➤ ipək</li> <li>➤ zəfəran</li> <li>➤ qızıl gülü suyu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ çayların şəhər ehtiyacını ödəməkləri üçün şəhərlərə axıdılması</li> <li>➤ ən iri rəsədxana</li> <li>➤ pulsuz müalicə</li> <li>➤ pulsuz təhsil</li> <li>➤ şəhərciyə bənzəyən universitet</li> <li>➤ yeni konditer məmulatları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Xəttatlıq</li> <li>➤ Memarlıq</li> <li>➤ Klassik muğam</li> <li>➤ Zərgərlik</li> <li>➤ Minalanmış əşyalar</li> <li>➤ Minalandırılm iş sənət əsərləri ilə keramit plitələrdən</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mis və saxsı qablar</li> <li>➤ Lahic ustalarının yaratdığı silahlar və toplar</li> <li>➤ Xalçaçılıq</li> <li>➤ Doşab</li> <li>➤ Doşabdan konditer</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ xalça</li> <li>➤ üzümçülük məmulatların ixracı</li> <li>➤ balıqçılıq məmulatları</li> <li>➤ ipək məmulatları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ tekstil məmulatlar</li> <li>➤ ipəkçilik</li> </ul>	istifadə etmə <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ İrriqasiya sisteminin genişləndirilməsi</li> <li>➤ Balıqçılıq</li> <li>➤ Gülçülük</li> <li>➤ Zəfəran yetişdirilməsi</li> <li>➤ Şəbəkə, təkulduz zər işləmələri</li> <li>➤ Həşəratlardan qorunmaq üçün aqronomiya üsullarından istifadə etmə</li> <li>➤ Üzümçülükdə yeni yetişdirilmə üsullarının tətbiqi</li> </ul>	məmulatları <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 18 növ nar,</li> <li>➤ 26 növ armud,</li> <li>➤ 6 növ ərik sortlarının yetişdirilməsi</li> </ul>
XVIII-XIX əsrlər	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Barama və ipək parçalar</li> <li>➤ Neft</li> <li>➤ Zəfəran</li> <li>➤ Narın duz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ipək emalı müəssisəsi</li> <li>➤ “təcrübə ipəkçilik məktəbi”nin açılışı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Səviyyəli sənətkarlıq</li> <li>➤ Mis istehsalı</li> <li>➤ Narın duz istehsalı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lahılda silah və mis qablar istehsalı</li> <li>➤ Musiqinin inkişafı</li> </ul>

Bu tədbirlər innovativ yeniliklərin əldə olunmasında və texnoloji inkişaf sahələrində nailiyyətlərin əldə olunmasında iştirak edən bütün işçilərə əmək haqqının ödənilməsi və eləcə də, həmin şəxslərin mükafatlandırılması istiqamətində müəyyən dəyişikliklər edilməsinə əsaslanır. Eyni zamanda innovasiya fəallığının yüksəldilməsində başlıca rol oynayan büdcə-vergi, pul-kredit, gömrük, qiymət siyasətinin aparılmasını təmin edən tədbirləri özündə təşkil etmişdir. Belə ki, bəzi innovasiya layihələrinin maliyyələşdirilməsi baxımından innovasiyaya əsaslanan müəssisələrin aldıkları kreditlərin qaytarılmasına dövlət tərəfindən zəmanət verilməsi və kredit üzrə faizlərin qaytarılması üçün dövlət tərəfindən verilən imtiyazdan istifadə olunması planlaşdırılır. Tədqiqatların aparılması üçün ölkəyə idxal olunan maşın və avadanlıqlar üçün ödənilməsi nəzərdə tutulan gömrük rüsumu və ƏDV-dən azad edilmə nəzərdə tutulmuşdur. Ölkənin innovasiya sisteminin

inkişafının prioritet istiqamətləri əqli və sənaye mülkiyyəti bazarının inkişaf mexanizminin yaradılmasıdır (10, 140).

## **2.2. İnnovasiya strategiyalarının müasir vəziyyətinin təhlili**

Strateji idarə prosesində reallaşdırma bloku öz mahiyyətində qarşıya qoyulmuş məqsədə effektiv çatmaq üçün hazırlıq və yardımçı sayılır. Qiymətləndirmə və nəzarət isə kəsintisiz dövriyədə strateji idarə prosesini zəiflədir.

Strategiya və innovasiya idarəsinin inteqrasiya mexanizminə əsaslanaraq strategiya formalaşmasının şəkil 2də göstərilmiş ardıcılığını əldə etmək olar. İnnovasiya inkişafının həqiqətən də ümumi korporativ məqsəd olması üçün strateji davranışın formalaşması prosesinə əsas hazırlıq etaplarının və yeni texnologiyaların tətbiqi vacibdir. Bu məsələnin həlli üçün şərti olaraq strateji və innovasiya fəaliyyətlərini birləşdirək və onu dörd açar bloku şəklində təsvir edək:

-analiz (daxili və xarici mühitin qiyməti, missiyanın təyin edilməsi, məqsədlərin formalaşdırılması);

-planlaşdırma (strategiyaların planlaşdırılması, vəzifələrin qoyulması);

-reallaşdırma (planların hazırlanması, quruluş dəyişikliklərinin aparılması);

-nəzarət (büdcələrin formalaşdırılması, operativ idarə, qiymət və nəzarət).

Bu blokların hər birində müəssisələrin satış bazarında ümumi korporativ davranışının formalaşması prosesində etapları qeyd etmək lazımdır, hansılar ki, yalnız innovasiya inkişafı siyasətinin formalaşması mövqeyindən önəmli deyil, həmçinin təkmilləşmək tələb edir. Burada söhbət ümumi korporasiya davranışlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi prosesinə yenilənmə prosesi elementlərini də daxil etməkdən gedir. Belə inteqrasiya hər strateji planın formalaşmasına innovasiya məqsəd və vəzifələri gətirməyə imkan verir. Təqdim olunan strategiya və innovasiya idarəsinin inteqrasiya mexanizmini şəkil 3dəki kimi təsvir edirik.

Təqdim olunan sxemdən strateji davranışın formalaşmasının hansı əsas etapının, müəssisələrin hər strategiyayı hazırlayarkən innovasiya inkişafı məqsəd

vəzifələrini korporativ səviyyədə analiz edə və nəzərə ala bilməsi və öz növbəsində yeni texnologiyaları mənimsəyə bilməsi üçün tamamlanma və təkmilləşmə tələb etməsi görünür. Bunlar:

1. Xarici mühitin analizi. Bu etap müəssisələrin inkişaf strategiyasının formalaşmasının çıxış anı hesab olunur. Bu əhatənin makro və mikro iqtisadiyyatda imkanların və təhlükənin müəyyənələşməsinə istiqamətlənmişdir. Satış bazarında strateji davranışın formalaşması və müəssisələrin innovasiya istiqamətlərinin seçimi zamanı təsərrüfatın cari şərtlərini və satışa yeni və daha yaxşı məhsulun çıxarılması nəticəsində baş verə bilən perspektiv dəyişiklikləri qiymətləndirmək vacibdir. Burada həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, məhsul və texniki yeniliklər təsərrüfat fəaliyyətinin iqtisadi effektivliyini yüksəldən perspektiv mənbə hesab olunan təsərrüfat rezervlərinə daxildir. Cəlbədicə yeniliklərin seçimi, öz xarakterinə görə unikal olan prinsipcə yeni xidmətləri və təkmilləşmiş məhsulları satışa çıxarmaq müəssisələrin rəqabət bacarığına və bazarda mövqeyinə təsir edə bilər.

2. Daxili mühitin analizi. Burada müəssisələrin strategiya cəhətdən güclü və zəif tərəfləri nəzərdə tutulur və bir qayda olaraq, növbəti istiqamətlərdən keçir: marketinq, istehsal, maliyyə, personal, idarə quruluşu, ETTKİ. Bu etapda innovasiya strategiyasının həyata keçirilməsi məqsədi ilə yeniliklərin tətbiqi sahəsində müəssisələrin aktivliyinin bu və ya digər texniki inkişafının erkən seçiminin modernləşdirilməsi və həyata keçirilməsi sferasında keçmiş və müasir imkanların qiymətləndirilməsinə istiqamətlənmiş ciddi analizlər aparılmasının vacibliyi nəzərdə tutulur. Belə biliklər hələ perspektiv planların hazırlanması etpında müəssisələrin yerinə yetirməsi mümkün olmayan strategiyaları yetərsiz təcrübə və ya inkişaf etməmiş infrostrukturlar səbəbi ilə baxılan alternativlər sırasından çıxarmağa imkan verir.

3. Strategiyanın planlaşdırılması. Bu etapda daha gəlirli və perspektivli istiqamətlərə vəsait qoyuluşu imkanlarının müəyyənləşdirilməsi, eləcə də effektiv layihələrin ixtisar edilməsi və ya dayandırılması məqsədi ilə bütün təsərrüfat fəaliyyətləri qiymətləndirilir. Burada söhbət innovasiya növləri və miqyasları arasında seçimdən, daha dəqiq desək, prinsipcə yeni və ya yalnız yaxşılaşmış

texnologiyaların tətbiqindən gedir. Bunların hər biri tələb etdiyi müxtəlif tərkibli iqtisadi resurslar və müxtəlif xüsusiyyətli investisiya dəstəkləri ilə xarakterikdir.

4. Strateji biznes vahidləri (SBV) planlarının hazırlanması. Bu etapda müəssisələrin hər bölməsi üçün planlar sistemi hazırlanır və seçilən strategiyaların müddət, resurs və icraçılar üzrə texniki-iqtisadi və texniki-təşkilin ciddi əsaslandırılması aparılır. Bu etapda yeni texnologiyaların tətbiqində qeyri-müəyyən nəticələri aradan qaldırmaq üçün hazırlanmış strategiyalar üzrə ciddi funksional qiymətləndirmə aparılması vacib hesab olunur. Burada əsas məsələ innovasiya layihələrinin effektivliyinin yüksəlməsi və innovasiya xərclərinin azalması rezervlərinin axtarışından ibarətdir.

5. Büdcələrin formalaşması. Strategiya büdcələri hazırlanılan strategiyaların həyata keçirilməsi məqsədi ilə pul vəsaitlərinin formalaşması və istifadəsi mənbələrini göstərən maliyyə-iqtisadi planlarını özündə əks etdirir. Burada müəssisələrin cari istehsal və strategiya innovasiyası fəaliyyətinin effektiv təmini üçün onun maliyyə-iqtisadi resurslarının yetərliyi baxımından innovasiya potensialının qiymətləndirilməsi məqsəduyğundur.

6. Yeni strategiyaların qiyməti, nəzarəti və formalaşması kəsintisiz dövriyədə strateji idarə prosesini zəiflədir. İnnovasiya menecmentinin effektivini artırmaq üçün həyata keçirilən texnologiya strategiyalarının qiymətləndirilməsi və monitorinqinin keçirilməsinin önəmi az deyil. Strateji idarənin bu etapında müəssisələrin innovasiya prosesləri nəticələrinin, daha dəqiq desək, növbəti innovasiya inkişafının və gələcək innovasiya siyasətinin formalaşmasının hazırlanması zamanı mümkün ola biləcək yanlışları nəzərə almaq üçün qəbul olunmuş və yerinə yetirilmiş iqtisadi qərarların effektivini bütünlükdə analiz etməsi vacibdir.

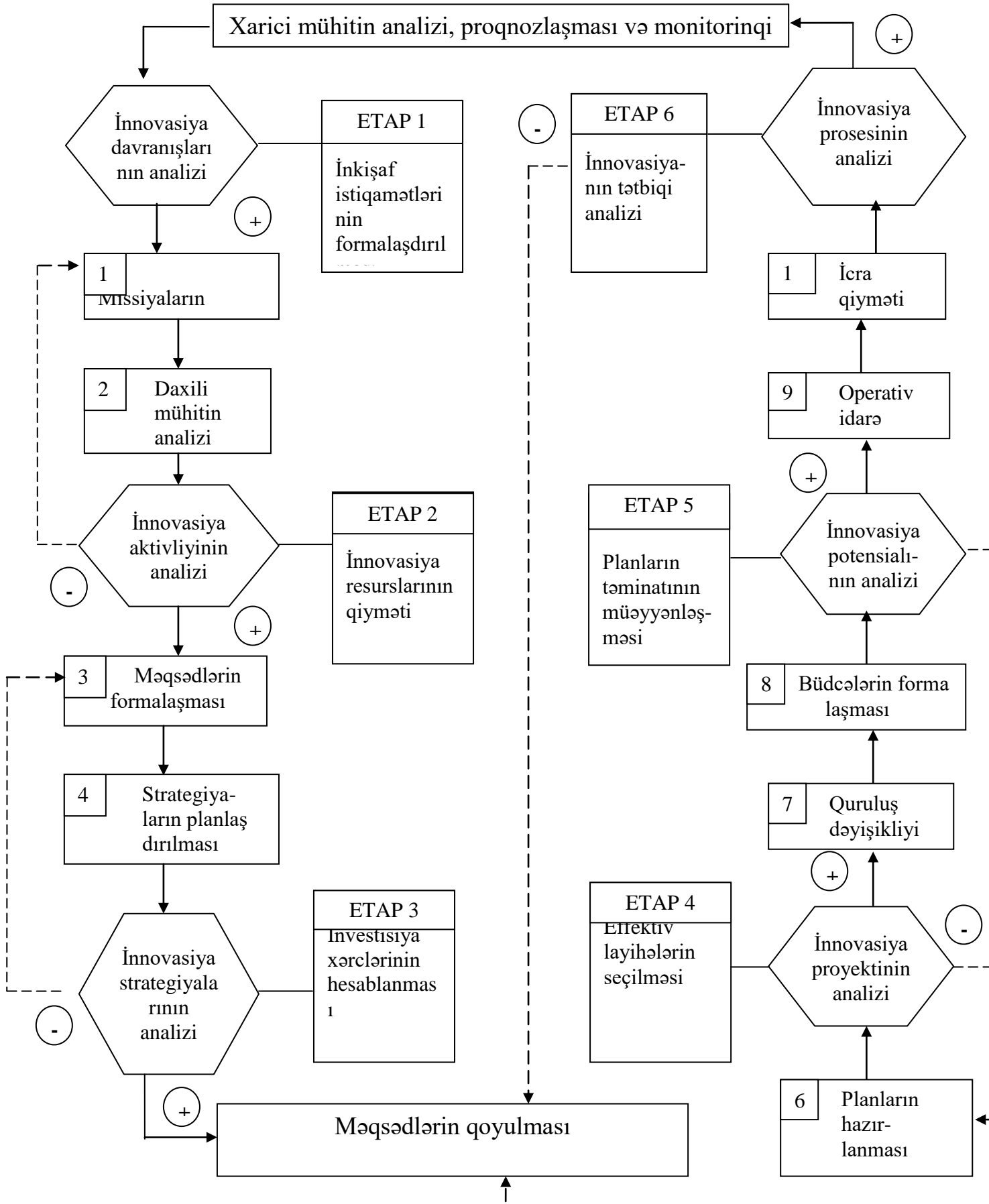
Strateji davranışların formalaşması prosesində qeyd edilən etaplara (şəkil 3ə bax) innovasiya inkişafı mövqeyindən çox əhəmiyyətlidir. Belə ki, innovasiya davranışlarının qiyməti texnoloji innovasiyanın mənimsənilməsi nəticəsində təsərrüfat subyektində baş verə bilən xarici strategiya dəyişikliklərinin müəyyənləşməsinə təmin edir. İnnovasiya aktivliyinin qiyməti də öz növbəsində,

daxili mühitin analizi və strateji məqsədlərinin formalaşması zamanı (məsələn, SWOT analizinin aparılması ilə birlikdə) müəssisələr yeni texnologiyaların tətbiqi üzrə öz elmi-tədqiqat təcrübələrinə və iqtisadi imkanlarına nəzər salırlar.

Əgər müəssisələrin innovasiya layihələrinin həyata keçirilməsi üzrə müəyyən müsbət təcrübəsi varsa, bu zaman, belə təsərrüfat subyektləri, bir qayda olaraq, tədqiqat liderliyi, radikal qabaqlama, qabaqlayıcı biliklərə əsaslanma, mərhələ keçidi strategiyaları seçir. Əgər müəssisələrin çox məşhur malların variantlarını modifikasiya edən yaxşılaşan texnologiyanın tətbiqi üzrə təcrübəsi üstündürsə, o zaman innovasiya inkişafının daha çox ehtimal olunan strategiyasına bunları aid etmək olar: lider gözlənilməsi, bazarı izləmək, texnologiya transferti, məhsul imitasiyası, texnoloji mövqelərin saxlanması, paralel hazırlıq və lisenziya strategiyası.

İnnovasiya aktivliyinin qiymətini müəssisələrin fəaliyyət vəziyyətlərinin bilavasitə ETTKİ sferasında və onunla qarşılıqlı əlaqədə olan quruluş elementlərinin analizinə əsasən vermək olar. Cari texnoloji və istehsal-təsərrüfat inkişafı dərəcəsindən asılı olaraq, ya liderin ya da davamçısının strategiyası seçilir. Qeyd edilən məqsədləri nəzərə alaraq yeni məhsul və texnologiyanın alternativ variantlarının həyata keçirilməsinə sərf ediləcək məsrəfləri hesablamaq olar. Bu zaman innovasiya inkişafının müzakirə edilən strategiyalarını innovasiya layihəsi şəklində təsəvvür etmək və məhsul və texnologiya innovasiyasında effektiv investisiyanın daxili və xarici parametrləri əsasında onlar arasında daha perspektiv olanların seçimini həyata keçirmək məqsədəuyğundur.

İnnovasiya inkişafı strategiyasının hazırlanması prosesində son etapında yalnız innovasiya strategiyasının deyil, eyni zamanda istehsal fəaliyyətinin təmini üçün maliyyə-iqtisadi yetərliyin müəyyənlişməsi məqsədi ilə aparılan, müəssisələrin innovasiya potensialının qiymətləndirilməsi ola bilər.



**Şəkil 4. Strateji və innovasiya idarəsinin inteqrasiya mexanizmi.**



İnnovasiya potensialının qiymətləndirilməsi nəticəsinə görə daha sonra cari istehsal planlarının və təsdiqlənmiş uzunmüddətli strategiyaların həyata keçirilməsində maliyyə-iqtisadi resursların bölüşdürülməsinə imkan verən büdcələr formalaşdırılır. Daha sonra planların sonrakı qiymətlər, nəzarət və nəzərdə tutulan strategiya orientirlərinin nailiyyətləri zamanı yeni strategiyaların hazırlanmasının həyata keçirilməsi fazası gəlir. Strateji idarənin bu etapında innovasiya prosesi nəticələrini, daha dəqiq desək, əldə edilən təcrübəni növbəti innovasiya inkişafı strategiyalarının formalaşmasında nəzərə almaq üçün, hazırlanmış və həyata keçirilmiş innovasiya layihələrinin effektivliyini analiz etmək vacibdir.

Sadalanan etaplarda qeyd edilmiş üsulların hazırlanması təsərrüfat dövriyyəsində yeni texnologiyaları daha effektiv cəlb etməyə imkan verir. Lakin qarşıya qoyulmuş vəzifələri yerinə yetirməyə başlamazdan əvvəl, müəssisələrin strateji idarə və innovasiya menecmenti inteqrasiyası mexanizmlərini istifadə edə bilmək üçün əsaslandığı prinsiplərə aydınlıq gətirmək vacibdir.

Müasir zamanda innovasiya menecmenti nəzəriyyəsində bazis və yaxşılaşmış texnologiyalarla idarə metodları ümumi xarakter daşıyır və tətbiq edilən yeniliklərin növündən asılı olmayaraq müəlliflər tərəfindən aydınlaşdırılır. İnnovasiya fəaliyyətinin iqtisadi yüksəliş və inkişafın ikinci dərəcəli faktorlarından biri kimi çıxış etdiyi zaman, industrial iqtisadiyyat dövründə geniş vüsət almış belə yanaşma yüksək texnologiyalar iqtisadiyyatı zamanı özünü yox etməyə başlayır.

Bütün növ innovasiyanın eklektik birləşməsi yerinə yeni və təkmilləşmiş texnologiyanın tətbiqi üzrə fəaliyyətin sistemləşməsinin və onu elmi əsasə daxil etməyin vacibliyi fikri gəlir. Bu da həmçinin müxtəlif yeniliklərin mənimsənilməsi prosesinin dayanıqlılığını artırmağa şərait yaradır. Yerli və xarici ədəbiyyatların analizi əsasında seçilmiş və sistemləşdirilmiş bazis və yaxşılaşdıran innovasiyanın idarəsi arasındakı prinsiplial fərq bunun əsası ola bilər (cədvəl 1).

Qeyd edilən mühüm fərqlərin toplusu təsərrüfat dövriyyəsinə yeni texnologiyaların effektiv cəlbi üzrə təsərrüfat təcrübəsi instrumentarının formalaşması üçün əsas rol oynaya bilər.

Cədvəl 4. Bazis və yaxşılaşdırın innovasiyanın tətbiqi prosesinin idarəsindəki prinsipial fərqliliklər (7,58)

İdarə	İnnovasiya	
	Bazis	Yaxşılaşdırın
Strateji-əsas funksional strategiyalar	Liderin strategiyası (hücum xarakterli) : - tədqiqat liderliyi; - qabaqcıl biliklərə əsaslanma; - mərhələ keçidi. - həyat dövrüyəsinin izlənməsi;	Davamçının strategiyası (müdafiə xarakterli) : - lisenziyalı; - texnoloji transfer; - liderin gözlənməsi; - satış bazarının izlənməsi;
İstehsal prosesi-əsas funksiyalar	Elmi-tədqiqat və axtarış işi menecmenti – ETİ və strateji marketing.	İnnovasiya menecmenti-marketing və TKİ
ETİ və TKİ əsas müdafiə forması	Prinsipcə yeni fundamental tədqiqatlar əsasında texnologiyaların yaradılması, təcrübi-tədqiqatların aparılması-hüquqi və iqtisadi metodlar.	Artıq məlum olan elmi-texniki standartlar əsasında mövcud istehsal imkanlarının təkmilləşdirilməsi- iqtisadi metodlar.
Marketing-əsas metodlar	Gizli (gələcək) ehtiyacların müəyyənlişməsinə yönəlmiş yeni bazarlarda ekspedisiya marketingi- alimlərlə, istehlakçılarla, ekspertlərlə qarşılıqlı razılaşma ilə qəbul olunmuş qərar	Aşkar (cari) ehtiyacların təmin edilməsi istiqamətində artıq məşhur bazarda ənənəvi marketing-anket, sorğu, fokus- qrupları ilə iş əsasında bazarın izlənməsi.
Maliyyə-maliyyələşdirmənin əsas mənbəyi	ROS (satış rentabelliği) əsasında qlobal rəqabət bacarığı səviyyəsində keyfiyyət qiymətləndirməsi metodları- federal səviyyədə büdcələr, strateji tərəfdaşlar, daxili kapital, şəxsi kapital	ROİ (kapital qoyuluşunda mənfəət) əsasında yerli rəqabət bacarığı səviyyəsində kəmiyyət qiymətləndirməsi metodları-şəxsi kapital, bank kreditləri, lizinq, françayzinq, xüsusi vəsaitlər.

Burada əsas məna ondan ibarətdir ki, müəssisələr nəinki korporativ planların başında innovasiya inkişafı məqsədi qoysunlar, eləcə də prioritetləri bölüşdürsünlər və tətbiq edilən texnologiyaların növünü və miqyasını nəzərə alsınlar. Bu ilk növbədə haqqında danışılan planların maliyyə-investisiya, təşkilat-idarə və istehsal-iqtisadi təmini problemləri ilə əlaqəlidir.

Müəssisələrin öz maraqlarını dəqiqləşdirməsi və ilk başdan öz söylərini məhz yeni və ya yaxşılaşan texnologiyaya yönəldəcəyini təsəvvür etməsi məqsədə uyğundur. Bu başlanılan layihələrin daha sonralar başa çatdırılması üçün vəsaitlərin yetərsizliyi ilə əlaqəli vəziyyətlərdən qaçmağa imkan verir. İnnovasiya növünün və miqyasının hesaba götürülməsindən asılı olaraq, yanaşma metodlarının sistemləşməsi prinsipini də strateji və innovasiya idarəsinin inteqrasiya mexanizminin əsasına daxil etmək lazımdır.

İnnovasiyaların istifadə olunan spesifik determinantlarının birləşməsindən asılı olaraq, ETTKİ və modernləşdirilmiş məhsulun tətbiqi və adaptasiyası strategiyaları fərqləndirilir. ETTKİ strategiyasına daxildir: lisenziya, paralel hazırlanma, tədqiqat liderliyi strategiyaları və s. Tətbiq və adaptasiya strategiyasına texnologiya mövqeyinin saxlanması, rəqiblərin radikal qabaqlanması, proses imitasiyası və s. daxildir.

Daha əvvəl sadalanan strategiyalar strateji xarakterlərə keyfiyyətcə yeni təşkilat vəziyyətlərinə yetişdikdən sonra sahib olur. Xüsusilə, təşkilatın istehsal miqyasının yüksəlməsinə nail olmaq üçün qabaqlayıcı biliklərə əsaslanmaq strategiyasından, yəni ümumi istehsal həcmində elmi tutumlu məhsul payının yüksəlməsindən; tədqiqat liderliyindən və rəqiblərin radikal qabaqlanmasından istifadə etmək vacibdir.

### **2.3. İnnovasiya layihələrinin ekspertizası və nəticələrinin təhlili**

İnnovasiya strategiyasının müəyyənləşməsinə əsasən xüsusi innovasiya determinantlarından, yəni “müəssisələrin inkişaf istiqamətlərini təyin edən faktorlar, məhsulların və istehsal aparatlarının yenilənmə imkanları və intensivliyi” dən istifadə etmək təklif olunur. Belə determinantlara təşkilatların elmi-kadr

potensialı, təcrübi-eksperimental bazanın vəziyyəti, qeyri-maddi aktivlərin vəziyyəti, buraxılan məhsulların quruluşu- yeniliklərin həyata keçirilməsi üçün vacib olan bütün resurslar aiddir. Xüsusi determinantlara həmçinin xarici mühitdən qaynaqlanan texniki və funksional əvəzləmələr təhlükəsinin olmasını da aid etmək olar.

Təşkilatlar bu strategiyalardan verilən şərtlər zamanı istifadə edə bilirlər: elmi-texniki işçilərin hissəsi sahəsinə görə orta səviyyədə yüksəkdirsə; təşkilatın sərəncamında təcrübi-eksperimental istehsal varsa; şəxsi ETTKİ-nin artıq məhsulu varsa. Təşkilatda innovasiyanın spesifik determinantı olmadığı zaman keyfiyyətə yeni vəziyyətə nail olmaq üçün sahə liderlərindən örnək alınmış məhsul və proses imitasiyası strategiyalarından istifadə olunması tövsiyə edilir.

Alman marketoloqu Rolf Bert innovasiya strategiyalarının digər əsasları kimi yenilik ideyası və dərəcəsində mülkiyyət hüququndan istifadə etməyi təklif edir (şəkil 5).

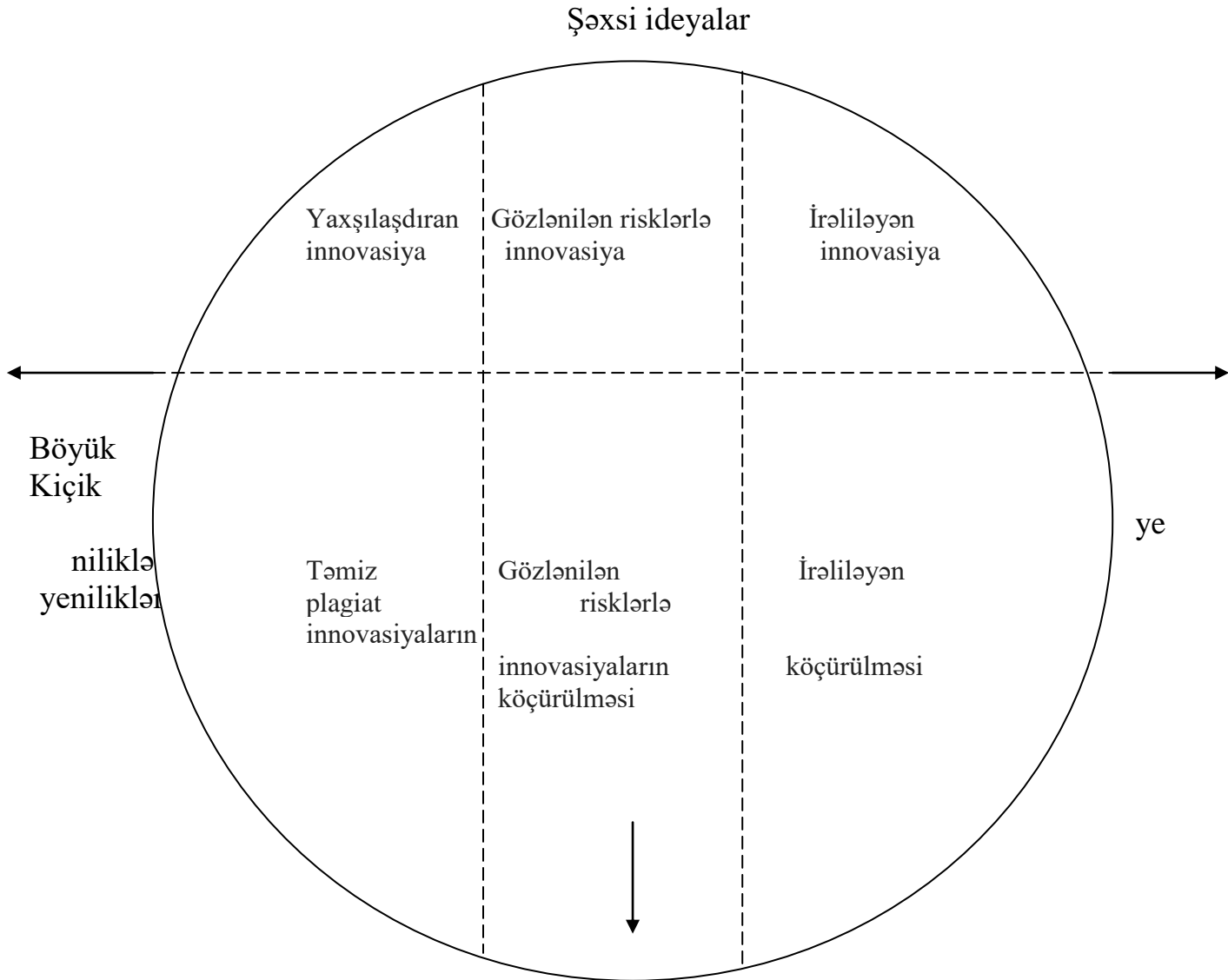
Lakin bu klassifikasiyadan da hansı strategiyaların təşkilatın yeni keyfiyyət vəziyyətinə keçidi üçün imkan yaradan həll yollarına aid olduğunu müəyyənləşdirmək mümkün deyil.

Belə görünür ki, əvvəlcədən qəbul olunmuş qərarlara uyğun olaraq, təşkilatın yeni keyfiyyət vəziyyətinə keçidinə imkan verən yeniliklər haqqında qərarların təyin edilməsi üçün bu keyfiyyət vəziyyətlərinin bir çoxunu müəyyən etmək vacibdir. Bu tapşırıq, belə vəziyyətlərin klassifikasiyası üçün müxtəlif əsaslar təklif etmək mümkün olduğundan, birmənalı olaraq müəyyən deyil.

Təşkilatların belə keyfiyyət vəziyyətlərinin çoxunun müəyyənləşməsinə misal olaraq, A.Y.Yudakovun klassifikasiyasından istifadə edirik. Bu klassifikasiyaya görə təşkilatların keyfiyyət vəziyyətləri, ilk növbədə, təşkilatların bazar piştaxtasının biznesin hansı çərçivəsində (standart və ya özünəməxsus) olmasından asılıdır.

Standart biznes çərçivəsində, coğrafi miqyasda daha böyük bazar əhatə etmiş və məqsədli şəkildə öz gücünü lokal bazara yönəlmiş təşkilatlar fərqləndirilir. Birinciləri- *violent*, ikinciləri isə *kommutant* adlandırırlar. Özünəməxsus biznes

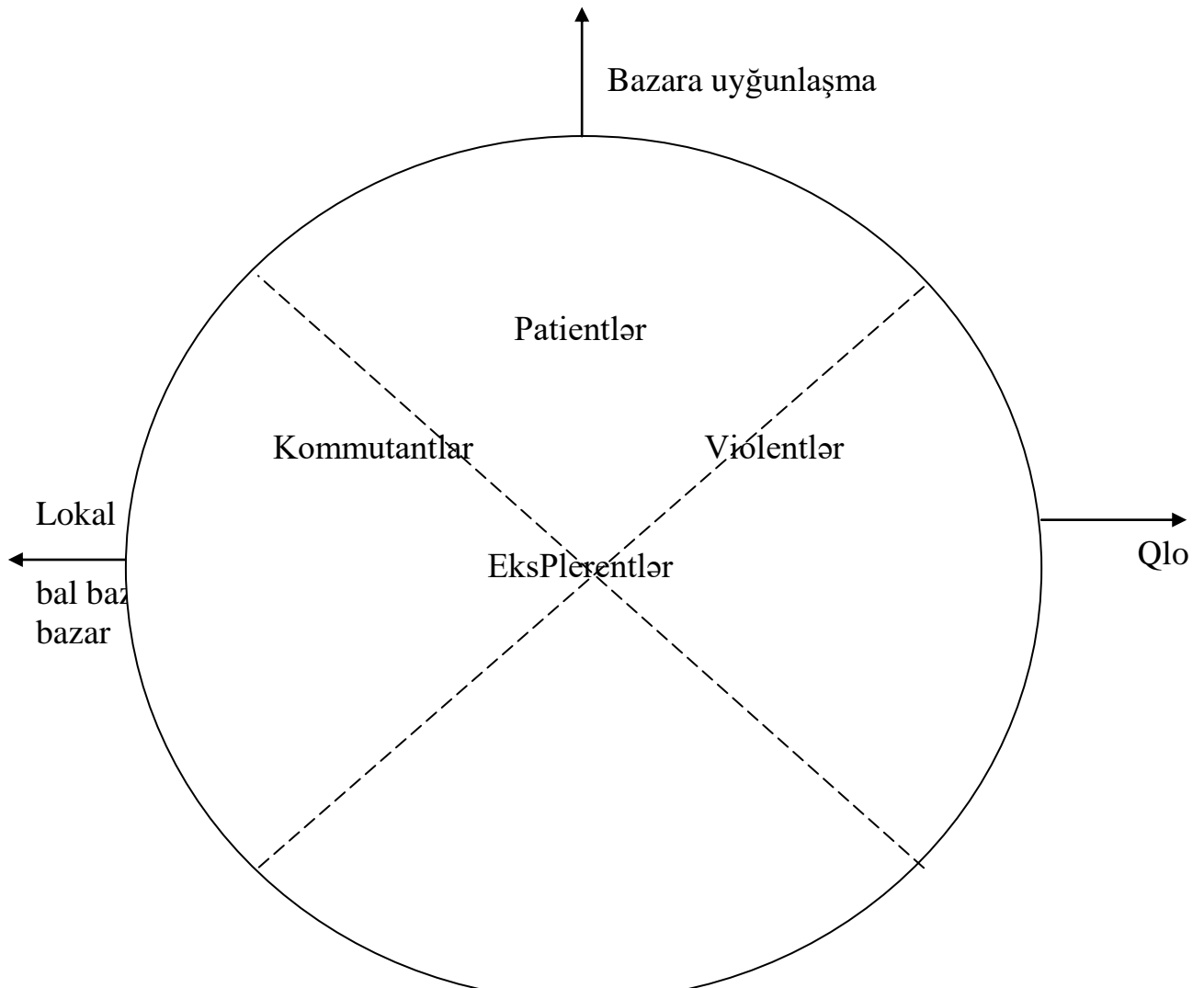
çərçivəsində isə təşkilatlar alıcıların tələbatını maksimal dərəcədə təmin etməklə, bazarla ayaqlaşmağa çalışırlar. Belə təşkilatları *potient* adlandırırlar.



**Şəkil 5. R.Bertin klassifikasiyasına görə innovasiya strategiyalarının növləri.**

*Violentlər* - kütləvi tələbat mallarının mühüm istehsalçılarıdır. Digər təşkilatlardan fərqli olaraq, violentlər böyük təchizat parklarına, eləcə də xırda xüsusişmişlərə sahibdirlər. Böyük istehsal miqyası sayəsində violentlərin bir məhsul hesabı ilə daimi xərci çox azdır. Bir qayda olaraq, belə təşkilatlar öz keyfiyyət vəziyyətinin dəyişməsinə çalışmırlar, belə ki, modernləşdirmə qərarı da daxil olmaqla, bütün idarə qərarları təşkilatların nail olduğu vəziyyətin dəstəklənməsinə yönəlmiş olacaq. Violentlərin mövqeləri daim bazarın digər üzvləri və digər violentlər tərəfindən hücumə məruz qalır. Aktiv strateji mövqeyin olmaması violent menecmentləri tərəfindən mühüm kompaniyalarda yüksək

menecmentlərin böyük hissəsinin siyasi müharibəyə həddən çox vaxt sərf etməyə məcbur olması ilə izah olunur. Bu xüsusən qeyri-kommersiya təşkilatlarına aiddir. Strateji menecment nəzəriyyəsinin klassiki İ.Ansoffun qeyd etdiyi kimi, bu zaman “menecmentin üzərindən ona təsir göstərən yarımşif rolunu götürülmür”. Lakin, violentin vəziyyətinin bütün mənfi tərəflərinə baxmayaraq, innovasiya haqqında qərarlar strateji xarakter daşıya bilər. Daim rəqiblər tərəfindən hücumla məruz qalan və getdikcə liderlik mövqeyindən düşən işə yaramaz bədheybətə çevrilməmək üçün violentlər rəqiblərinə qarşı ilk növbədə qiymət baxımından təzyiqli strategiyasından istifadə edir, daha sonra isə zəif rəqibini “udmalıdır”. Kiçik innovasiya kompaniyalarında bu hal çox tez tez baş verir. Aktiv strateji mövqeyin alternativ variantı modernləşdirilmiş məhsulların hazırlanması və tətbiqi üçün özünün güclü sayılan elmi-texniki potensialından istifadə etməsi hesab olunur.



**Şəkil 6. Təşkilatların keyfiyyət vəziyyətlərinin klassifikasiyası.**

*Kommutantlar* - lokal bazarın mənimsənilməsindən maksimum xeyir əldə etməyə çalışan, geniş tələbat mallarının xırda istehsalçılarıdır. Kommutantlar yüksək ixtisaslaşmış əmək və istehsal potensialları ilə əlaqədar olaraq violentlər üçün mənfəətli olmayan taxçalarda yer almaları səbəbilə violentlərə rəqib deyillər. Tipik kommutant hesab olunan təşkilatlar inkişaf prosesində yeni fazaya keçməyə can atırlar. Klassifikasiyaların müəllifi göstərir ki, kommutantlar patientə çevrilə bilər, əgər belə çevrilişə uyğun olaraq, strateji qərarlar təşkilat fəaliyyətinin mütəxəssisləşməsinə istiqamətlənmiş olarsa. Sərəncamında patient vəziyyətinə keçid üçün yetəri sayda spesifik modernləşdirmə determinantı olmayan kommutant hər şeydən əvvəl fəaliyyətin yeni təşkilat prinsiplərini hazırlayacaq, ya da başqa yeniliklərin sürətini təkrarlamaqla məşğul olacaq.

*Patientlər* - yetərincə spesifik olan bazarlara nəzarət edən təşkilatdır, onlar inkişaf prosesində öz fəaliyyətinin diverifikasiyasına çalışır ki, bunun da nəticəsində məhsul çeşidi genişlənəcək və yeni satış bazarları meydana gələcək. Modernləşdirmə haqqında xüsusi yaxşılaşdırıcı risksiz yenilikləri özündə əks etdirən qərarlar və əvvəlcədən məlum risklərlə yeniliklərin keçirilməsi patientlərə violent vəziyyətinə çatmağa imkan verir.

*Eksplerentlər* - fəaliyyət məqsədi irəliləyən yenilikləri həyata keçirmək olduğuna görə bu təşkilatı əminliklə təmiz innovasiyaya aid etmək olar. Bir qayda olaraq, eksplerent öz vəziyyətindən razı deyil və öz innovasiya potensialını tamamilə həyata keçirməklə patientin və ya violentin vəziyyətinə çatmağa səy göstərir. Beləliklə, eksplerentin bütün qərarları strateji sayılır.

Amerikanın Dell Computer Corporation şirkətinin yaradıcısı Maykl Saul Dell innovasiya haqqında qərarlardan danışarkən bildirir ki, “yaxşı ideya ilə birinci davranmaq lazımdır. Bu möhtəşəm olsa belə 28ci olmaqdan daha yaxşıdır”. Beləliklə, innovasiya haqqında strateji qərarlar qəbul etmək və ya etməmək məsələsi birinci alternativin xeyirinə həll olur. Lakin hər model belə determinasiyalı vəziyyəti saxlamır. İnnovasiya prosesinin idarəsində strateji qərarların ənənəvi model seçimlərindən bir neçəsinə baxaq.

## **FƏSİL III. İnnovasiya sahibkarlığının inkişafına dövlət dəstəyinin əsas istiqamətləri**

### **3.1. Ölkədə milli innovasiya sisteminin inkişaf etdirilməsi istiqamətləri**

Dünya ölkələrinin təcrübəsinə əsasən ölkədə iqtisadiyyatın inkişafı, iqtisadi təhlükəsizliyi üçün müstəqil texnologiyaya əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması vacibdir. Ölkədə bu cür texnologiyaya əsaslanan iqtisadiyyatın qurulması dünya bazarında ölkənin iştirakına şərait yaratmış olur. Təssərfat subyektlərinin azad rəqabət şəraitinə adaptasiyası və innovasiyanın tətbiqi arasında müəyyən bir əlaqə mövcuddur. Belə ki, ETT-nin nailiyyətlərinin, yeniliklərin istehsal tətbiqinə, məhsulun həyat müddətinin artırılmasına əsaslanan innovasiya prosesləri nəticədə, yüksək keyfiyyətli və rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsalını labüd edir ki, buda sonda həmin məhsula tələbin artmasına səbəb olar. Odur ki, innovasiya proseslərinin inkişafı, ilk növbədə, müəssisənin idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsindən aslıdır. Lakin, innovasiya proseslərinin inkişafı daha çox investisiya qoyuluşları hesabına həyata keçirilir ki, bu isə ilk növbədə müəssisə rəhbərinin innovasiya proseslərinə yanaşmasından, eyni zamanda dövlətin bu sahəyə dəstəyindən aslıdır.

Milli innovasiya sistemi bir birilə qarşılıqlı əlaqəli şəkildə fəaliyyət göstərən strukturların məcmusudur. Bu strukturlar özündə kəşfləri, ixtiraları, yeni texnologiyaların əsasını qoyan və kommersiya məqsədilə elmi tədqiqatın nəticələrini reallaşdıran strukturları, eyni zamanda innovasiya proseslərini tənzimləyən strukturları təşkil edir. Beləki, Milli innovasiya sistemi bir vahid olaraq özündə aşağıdakı beş tərkib hissəsini təşkil edir:

Kreativ yəni, biliyi formalaşdıran; Texnologiyaların əsasını qoyan; Maliyyə təminatı; İstehsal; Kadr hazırlığını yerinə yetirən struktur elementi. Hər bir ölkənin iqtisadi inkişafının əsasında innovasiyayönümlü iqtisadiyyat dayanır. İnnovasiya sistemi innovasiya fəaliyyətinin nəticələrinin əldə edilməsi və sonda onun praktikada istifadə edilməsinin optimal variantlarından yararlanaraq ölkə iqtisadiyyatının dinamik inkişafına səbəb olur. SSRİ-nin dağılması ilə ölkənin



müstəqillik əldə etdiyi illərdə yeni iqtisadi sistemin işlənilib hazırlanmasına ehtiyac duyuldu. Bu dövrdə əsas məqsəd ölkə iqtisadiyyatının dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya etməsinin təmin edilməsi idi ki, lakin bu yolda müəyyən problemlər meydana gəlmişdir. Bu zaman dövlət iqtisadi inkişafa nail olmağın innovasiya yolu ilə mümkün olmasının tərəfdarı idi. Məsələn, iqtisadi artımın yüksək olduğu ölkədə bu göstəriciyə xammal hesabına deyil, ETT-nin nailiyyətlərindən istifadə ilə, texnologiyaların təkmilləşdirilməsi ilə nail olunmuşdur. Başqa sözlə, əməyə və kapitalla sərf olunan vəsaiti azaltmaqla vəsaiti innovasiyanın tətbiqinə yönəltməyi üstün tutaraq iqtisadi artımı mümkün etdilər. Bununlada, düzgün innovasiya sisteminin formalaşması sahibkarlıq fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi yolunda qarşıya çıxan problemlərinə qaldırılmasından və innovasiya fəaliyyətinin məqsədyönlü şəkildə idarə olunmasından asılıdır.

Innovasiya sistemi yalnız elmi texniki nailiyyətlərin işlənilib hazırlanmasından və onun istehsalat tətbiqində iştirak edən subyektlərdən deyil, həmçinin, bu subyektlər arasındakı əlaqələrin toplusundan ibarətdir. Innovasiya sisteminə dövlət tərəfindən nəzarətin olunması hər bir ölkə üçün vacib məqam hesab olunur, çünki, innovasiya prosesləri risklə əlaqədardır. Beləliklə, innovasiyalı iqtisadiyyatın formalaşması, ilk növbədə, milli innovasiya sisteminin qurulmasından və onun fəaliyyət göstərməsindən asılıdır. Beləki, milli innovasiya sistemi ölkə həddində çərçivəsində elmi tədqiqatların nəticələrinin, texnologiya üsullarının, yeni biliklərin istehsalı və istehsalat tətbiqindən, onun idarə edilməsi ilə bağlı prosesləri özündə təşkil edir. Dövlətin bu sahədə tənzimləmə mexanizminin tətbiqi, ilk növbədə, müəssisənin azad rəqabət şəraitinə uyğunlaşdırılmasının müəyyən risklə əlaqədar olmasından irəli gəlir. Bu mexanizm normativ hüquqi aktlara və təşkilati-iqtisadi tədbirlərin həyata keçirilməsinə əsaslanır.

Bu tədbir aşağıdakılardan ibarətdir: əlverişli investisiya mühitinin yaradılması- bu onunla əlaqədardır ki, özəl sektorda fəaliyyət göstərən müəssisələrdə struktur baxımdan dəyişiklik edilməsi yəni, yeni texnika və texnologiyanın müəssisələrə cəlb edilməsi; yenidən təşkili üçün maliyyə vəsaiti sərfinin artırılması baxımından maliyyə bazarının təkmilləşdirilməsi; əlverişli elmi

texniki mühitin formalaşması- kadr hazırlığının inkişafı, onların texnikanın tələblərinə uyğun şəkildə yenidən hazırlığı.

Innovasiya infrastrukturunu innovasiya sisteminin əsas tərkib hissəsi hesab olunur. Innovasiya infrastrukturunu dedikdə, bir-birilə qarşılıqlı münasibətdə və qarşılıqlı təsirdə olan təşkilatlar sistemidir ki, texnologiyanın tətbiqindən başlamış elmi araşdırmaların aparılmasına qədərki bütün mərhələlərin həyata keçirilməsini təmin edir. Innovasiya strukturunun yaradılmasında məqsəd innovasiya fəaliyyətinin səmərəli həyata keçirilməsini nəzərdə tutan təsərrüfat subyektlərinin məcmusunu formalaşdırmaqdır. Innovasiya infrastrukturunun formalaşmasının əsas vəzifələri kimi iqtisadiyyatda struktur cəhətdən müsbət dəyişikliklərin əldə olunması, xüsusilə, məhsulun nomenklaturasının dəyişdirilməsi ilə istehsalın inkişafına nail olmaq; dünya bazarında ölkənin rəqabətqabiliyyətli məhsullarla çıxış etməyi; elmi-texniki potensialın keyfiyyətinin gücləndirilməsi çıxış edir. Innovasiya infrastrukturunun əsas hissəsini innovasiya mərkəzləri təşkil edir.

Ölkəmizdə innovasiya mərkəzlərinin üç modelini fərqləndirmək olar: 1) texnoparklar; 2) regional innovasiya mərkəzləri; 3) yüksək texnologiyaya malik ərazilər. Ölkədə texnoparkların formalaşmasında əsasını elmi-texniki potensialın istehsalda cəlb olunması, başqa sözlə, təhsil, elmi tədqiqat mərkəzləri ilə istehsal müəssisələrinin birgə əməkdaşlığı nəticəsində bu sahənin inkişaf etdirilməsi əhatə edir. Regional innovasiya mərkəzlərinin yaradılması isə regionlarda texnika və texnologiyanın istehsalda tətbiqini daha da stimullaşdırmağa, yəni innovasiya proseslərini regionlarda inkişaf etdirilməsinə xidmət etməkdir. Yüksək texnologiyaya malik ərazilərin formalaşmasında məqsəd təsərrüfat fəaliyyəti iştirakçılarının xarici firmalarla əlaqəli şəkildə istehlak xarakterli innovasiya məhsulların istehsalını reallaşdırmasından irəli gəlir.

Innovasiya fəaliyyəti yönündə məlumatın əldə olunması üzrə informasiya-analitik mərkəzinin yaradılması vacib amildir. Həmin mərkəzin yaradılmasında əsas məqsəd innovasiya sferasında fəaliyyət göstərən subyektlərə innovasiyaya dair məlumat aşılamaq, eyni zamanda həmin məlumatların təhlilini aparıb çatdırmaqdan, həmçinin, innovasiyaya dair materialları kütləvi informasiya vasitələrində dərc

olunması ilə cəmiyyətdə innovasiyanın inkişafına dair ideyaları təqdim etməkdir. Mərkəz öz fəaliyyətini yerinə yetirmək üçün müvafiq avadanlıqlarla, komputerlərlə, bundan başqa, informasiyanın əldə olunması və emalı vasitələri ilə təchiz olunmalıdır və mərkəz müvafiq qlobal internet şəbəkəsinə bağlı olmalıdır. İnnovasiya layihələrinin səmərəliliyinin müəyyən olunması üzrə keyfiyyətin artırılması istiqamətində üç səviyyəli ekspertiza sisteminin formalaşdırılması məqsədəuyğundur: 1) dövlət ekspertizası; 2) müstəqil ekspertiza; 3) innovasiya infrastrukturunun subyektləri nəzərində innovasiya layihələrinin ekspertizası. Elmi məhsulların bazarda çevik surətdə irəliləməsi istiqamətində innovasiya birjalarının yaradılması vacib ünsürdür. Onların əsas məqsədi qlobal komputer internet şəbəkəsində veb sayt yaratmaqla ticarətin təşkilinə təkən verməkdir. İnnovasiyanın inkişafının yüksəldilməsi üçün birjaya elmi-texniki məhsulun həm alıcısı, həm də satıcısı qismində xarici sahibkarları yönəltmək lazımdır. Veb saytlar informasiya sistemlərinin müasir tələblərinə cavab verməklə yanaşı, eləcə də elektron ticarət əməliyyatlarının, birjanın bütün funksiyalarının həyata keçirilməsinin təminatçısı olmalıdır.

Deyilənləri ümumiləşdirsək, innovasiya sahibkarlığının infrastruktur bölmələrini aşağıdakı kimi nəzərdən keçirə bilərik:

İnformasiya, məsləhət xarakterli qurumlar-biznes məktəbləri, elm-tədris mərkəzləri, konsaltinq firmalar, analitik informasiya mərkəzləri; İnnovasiya fəaliyyətinin reallaşmasına kompleks yardım edən sahələr- biznes inkubatorları, texnoparklar, biznes mərkəzləri; İnnovasiya fəaliyyətinə maliyyə yardımı göstərən qurumlar- banklar, lizinq şirkətləri, investisiya şirkətləri, sahibkarlığa yardım fondları, vençur firmalar; İctimai təşkilatlar- sahibkarlar ittifaqı, həmkarlar ittifaqı. Biznes məktəbləri-bu qurumlar bir növ maarifləndirici rol oynayaraq müəssisə rəhbərlərinin və eyni zamanda müəssisənin işçi heyətinin, işsiz əhalinin, öz biznesinə başlamağa cəhd edən şəxslərin hazırlığını təmin edir. Eyni funksiyanı reallaşdıran lakin, fərqli adı daşıyan digər qurumlarda vardır ki, biznes məktəbləri ilə eyni mahiyyət təşkil edir. Biznes məktəbləri adətən, qısamüddətli dövrü əhatə edən seminarlar şəklində ali məktəblərdə, texnikumlarda və bir sıra tədris

mərkəzlərində keçirilir.Sahibkarlara xüsusilədə, kiçik və orta sahibkarlara kömək agentliyi kiçik firmaların qeydiyyatına alınmasında köməklik göstərilir. Bundan başqa, həmin müəssisələrə investisiyaların cəlb olunması istiqamətində maarifləndirici rol oynayırlar.

Elm-istehsalat mərkəzləri - bu mərkəzlər dövrün müasir standartlara uyğun kadrların hazırlığı və yenidən hazırlığını həyata keçirir. Uzunmüddətli dövrü əhatə edən tədris proqramlarının öyrənilməsinə əsaslanırlar.

Texnoloji mərkəzlər - bu mərkəzlər texnoparklarla eyni mahiyyət kəsb edir, lakin bir fərq ondan ibarətdir ki, bu mərkəzlər nəinki, kiçik firmaların eyni zamanda korporasiyaların innovasiya fəaliyyətini reallaşdırmaq üçün şərait yaradırlar. Texnoloji parklar - adətən, institutların, ali məktəblərin elmi yaradıcılıq fəaliyyətindən yararlanaraq fəaliyyət göstərən qurumlardır. Ali təhsil ocaqlarının elmi-tədqiqat nəticələrinin, həmçinin, onlar tərəfindən yaradılan texnologiyaların kommersiyalaşdırılmasını nəzərdə tutur.

Milli İnnovasiya Sisteminin təkmilləşdirilməsinə şərait yaradan bir sıra amillər mövcuddur. Milli İnnovasiya Sisteminin formalaşmasının başlıca şərti intellektual məhsul bazarının yaradılması ilə bağlıdır. Bu bazar insanın zehni əməyinin nəticəsinin, yeni texnoloji üsulların kommersiya məqsədilə satılmasına xidmət edir. İnnovasiya sisteminin inkişafını nəzərdə tutan digər amil isə insanların yaradıcı fəaliyyətinin nəticələrinin düzgün qiymətləndirilməsinə xidmət edən mexanizmin formalaşdırılmasıdır. Həmçinin, müəssisədə innovasiya fəaliyyətinin müvafiq innovasiya proqramlarına və innovasiya layihələrinə uyğun olaraq həyata keçirilməsi də vacib amil hesab olunur. Sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə məşğul olan şəxsləri zəruri informasiya ilə təmin etməklə kapital sahiblərinin innovasiya layihələrinə yönəldilməsinə nail olmaq və həmin şəxslərə konsaltinq xidmətləri göstərmək də bu istiqamətdə həlledici amil hesab olunur. Bundan başqa, sənaye sahələri ilə elmi təşkilatlar arasında əlaqənin genişləndirilməsi və s. kimi xüsusiyyətlər innovasiya sisteminin inkişafının zəruri şərtləri hesab olunur.

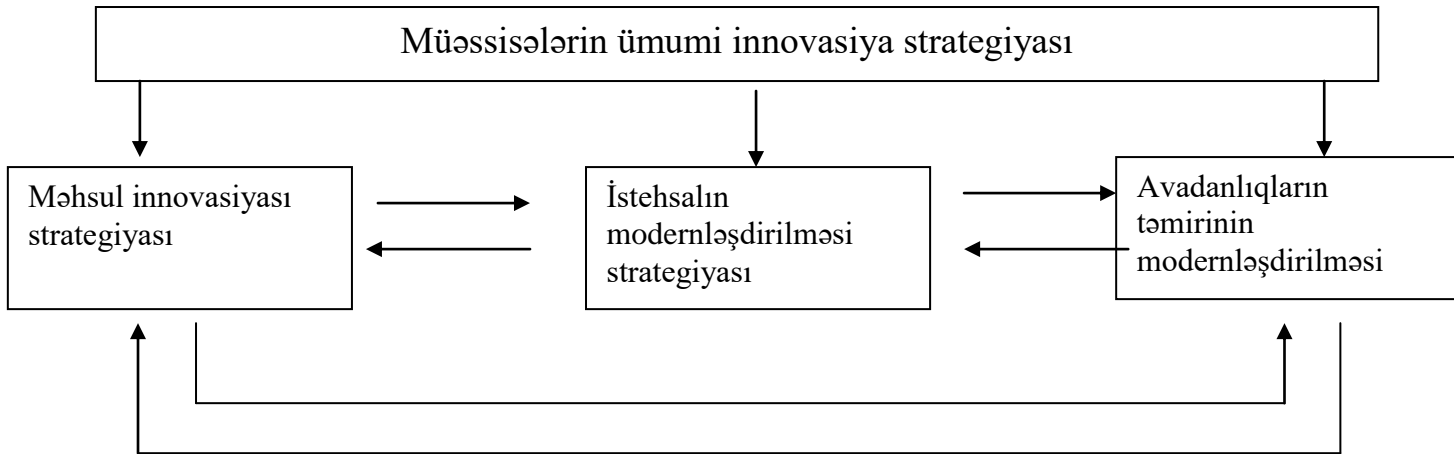
### **3.2. Azərbaycanca innovasiya strategiyalarının inkişaf etdirilməsi yolları**

Innovasiya strategiyalarının hazırlıq prosesi müəssisələrin baş idarəsinin qəbul etdiyi qərarların effektivliyinin qeyri-müəyyənliyi faktorunu hesaba almağı nəzərdə tutur. Belə qeyri-müəyyənliyin səbəbi yeni modernləşdirilmiş malın istehlakçıların istəyinə uyğun olub olmaması və bununla da bazarda belə məhsula tələbat olması haqqında öncədən dəqiq fikir bildirməyin mümkün olmaması ilə bağlıdır. Əgər müəssisə yeni məhsulla bazara çıxmağa qərar verirsə, bu zaman mövcud məhsulu istehsal etmək üçün adaptasiya etmək vacibdir. Bu zaman ya artıq mövcud olan avadanlıqları, təmiri də daxil olmaqla yenidən təchiz etmək, ya da yenisini almaq vacibdir. Bundan başqa yeni malın istehsalı hazırlıq və ya yeni istehsal texnologiyaları tələb edə bilər, bura həmçinin yeni robot texnikasını və yenə də istehsalın yeni tələblərinə adaptasiya olmuş, məsələn, yeni avtomatik xətlərin idarəsi üçün vacib olan kompyuter texnikasının ən müasir proqram təminatından istifadə edilməsini aid etmək olar.

Əgər müəssisə yeni malın istehsal prosesini hazırlıqsız modernləşdirməyə qərar verirsə, belə strategiya da qeyri-müəyyənliyin olduğunu nəzərdə tutur, belə ki, bu vəziyyətdə modernləşdirmənin optimal üsulu məsələsinin daha effektiv həll edilməsi vacibdir. Məsələn, 1) mövcud avadanlığı təmir etmək, 2) qismən yenidəntəchiz və ya sadəcə 3) yenilərini almaq olar. Bu variantlardan hər birinin iqtisadi effektivliyini və qismən risksizliyini ayrı-ayrılıqda hesaba almaq lazımdır.

Sonda, müəssisə menecmenti hər zaman bu və ya digər dərəcədə riskdən uzaqdır, buna görə də bəzi innovasiya strategiyasından, əgər onlar çox risklidirlərsə imtina edir, hətta bu strategiyalar biznesin effektivliyinin maddi baxımdan ciddi dərəcədə yüksəlməsini vəd etsə də. Bu zaman müəssisələrin idarəçiləri az effektiv olsa da daha az riskli, lakin daha ümidverici və stabil inkişaf strategiyasını seçə bilər.

Qeyd edilən problemin kompleks həlli üçün innovasiya strategiyalarının hazırlanmasına istiqamətlənmiş növbəti sxemi təqdim etmək olar (şəkil 8).



**Sxem1. Müəssisələrin ümumi innovasiya strategiyalarının hazırlanması istiqamətləri**

Sxemin aşağı blokları arasındakı iki ox onların bir biri ilə qarşılıqlı əlaqədə ola biləcəyini göstərir. Məsələn, innovasiya məhsulları strategiyası yeni modernləşdirilmiş məhsulu müəssisənin avadanlıqlarında istehsal etməyin mümkün olması üçün istehsalın modernləşdirilməsini (texnoloji innovasiya) vacib edə bilər. Və ya artıq köhnəlmiş avadanlıqların modernləşdirilməsinin vacibliyi, hansı ki, eyni zamanda texnoloji innovasiyaya da aiddir, müəssisələrin yeni məhsulun istehsalını mənimsəməsinə, yəni məhsul innovasiyasını cəlb etməyə imkan verir.

Ümumi innovasiya strategiyasının hazırlıq etaplarını müəyyənləşdirmək üçün seçilmiş strategiyaların həyata keçirilməsi ilə iqtisadi effekti daha yüksək dərəcədə əks etdirən effektivlik göstəricilərini analizə daxil etmək lazımdır. İstənilən biznes hər şeydən əvvəl ondan hasilat və gəlir formasında pul əldə etməyi nəzərdə tutur, lakin innovasiyanın pul qiyməti effektivinə E.İ.Krılov, V.M.Vlasova və İ.V.Juravkovanın təqdim etdiyi göstəricilər daha çox uyğun gəlir, belə ki, innovasiyanın iqtisadi effektivliyi yalnız gəlir əldə etməkdən deyil, həmçinin avadanlıqların istifadəsinin və iş qüvvəsinin inkişafı üçün vacib olan pulun əldə edilməsindən ibarətdir.

Bu istiqamətlərə misal olaraq, “Maşınların və avadanlıqların əldə olunması (tətbiqi)”, “Yeni texnologiyaların əldə olunması (tətbiqi)”, “Proqram vəsaitlərinin əldə olunması (tətbiqi)” və s. Əgər, məsələn, məhsulun və istehsalın ayrı-ayrı

modernləşdirmə istiqamətlərinə baxılırsa, bu zaman onların yerində müxtəlif növ malların istehsalı çıxış edə bilər. Deyək ki, maşınqayırmada bu aşağıdakı növ malların istehsalı ola bilər: “Minik avtomobili”, “Avtobuslar”, “Dizel mühərrikləri”, “Yük avtomobilləri”, “Yol-tikinti texnikası”və s.

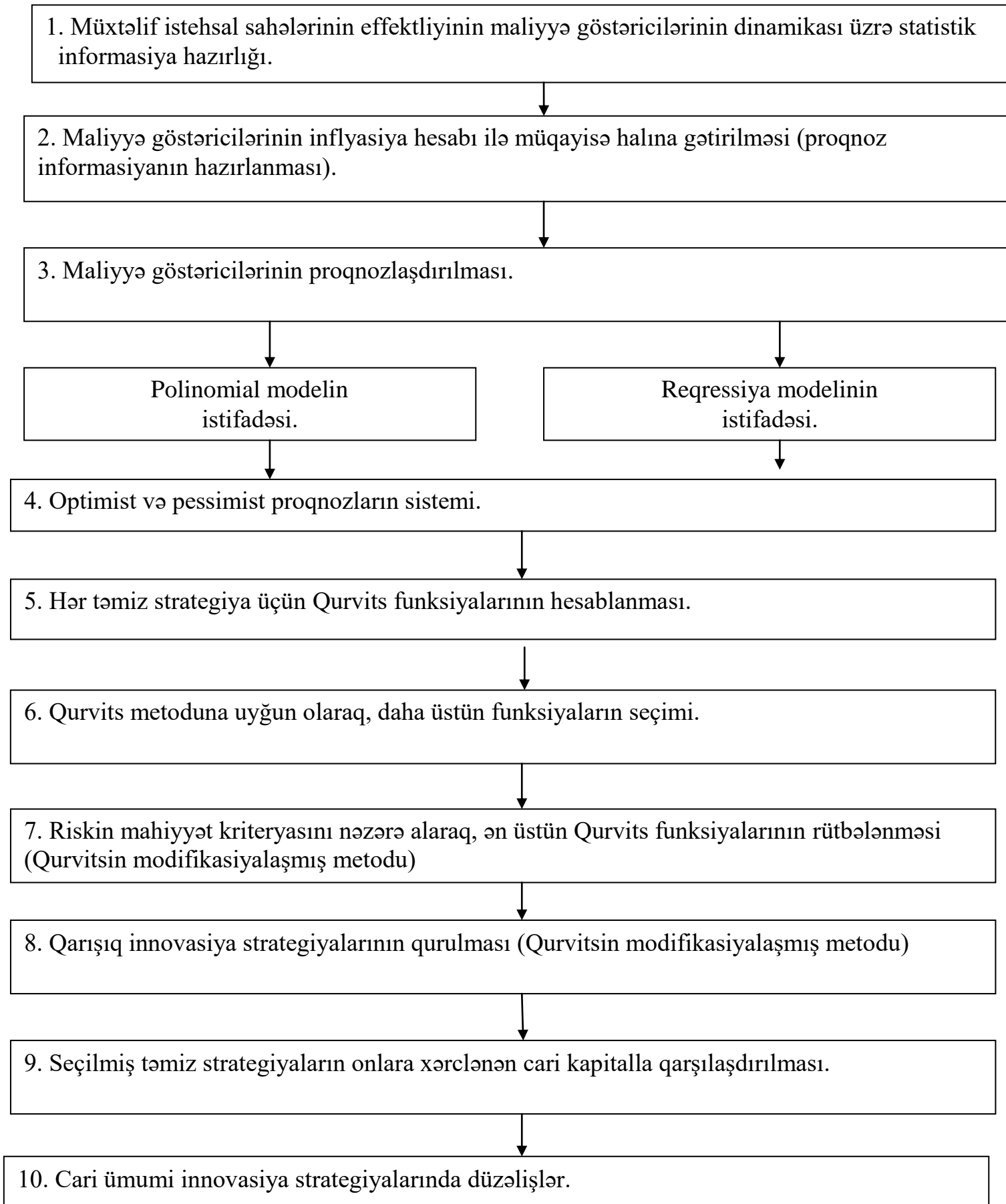
Müəyyən sayda təmiz strategiyaların kombinasiyası elə müəssisələrin ümumi qarışıq innovasiya strategiyası olacaq. Bu zaman seçilmiş təmiz strategiyanın prioriteti müəyyənləşdirilir, yəni onlar ən sərfəlidən başlayıb daha az sərfəli lakin vacib olanda bitirməklə rütbələnirlər.

Innovasiyaların kompleks xarakterini öyrənmək, onların istifadə sahəsi və üsullarını və deməli, müxtəlif idarə metodlarını aydınlaşdırmaq üçün yeniliklərin sistem və klassifikasiyasının öyrənilməsi vacib sayılır. Innovasiyanın əsas əlamətlərinin, həmçinin onların xarakterik xüsusiyyətlərinin analizi onların hazırlığı və müəssisələrdə tətbiqi mexanizmində yaranan spesifik tələblərini müəyyən edir.

İqtisadi ədəbiyyatda yeniliklərlə əlaqəli proseslərin müxtəlif xarakterli tipologiyaları formalaşdırılmış və təqdim edilmişdir. Onlardan bir çoxu oxşar və yaxındırlar. Bu verilənlərdən daha həqiqətə uyğun olanlara innovasiya yeniliyinin dərəcəsi, onun rolu və mahiyyəti, həmçinin bazara çıxma xarakteri və vaxtı kimi əlamətləri aid etmək olar. Innovasiyanın hazırlığı və tətbiqi, eləcə də bu proseslərin tədqiqi zamanı yenilikləri ilk növbədə belə ayırmaq lazımdır: 1) bazis və yaxşılaşdıran;2) məhsul, texnoloji və qeyri-texnoloji; 3) strateji (preaktiv) və uyğunlaşdıran (reaktiv).

Bazisə mühüm elmi-texniki hazırlıq işlərini həyata keçirən və yerli və dünya təcrübəsində analoqu olmayan yeni nəsillə texnologiyalarının formalaşmasının əsası olan innovasiyalar aid edilir. Bazis innovasiyası bu nəsillə məhsul və texnologiya üçün prinsipə yeni deməkdir. Yaxşılaşdıran innovasiya hazırlanma texnologiyasını və/və ya artıq məşhur malın texniki xarakterini təkmilləşdirən xırda və orta ixtiralar həyata keçirir.

Bunlardan fərqli olaraq, psevdoinnovasiya köhnə nəsillə texnika və texnologiyanın qismən dəyişikliklərinə yönəlmişdir ki (daha çox dekorasiya xarakterli- forma, rəng), bu da öz növbəsində texniki inkişafı dayandırır.



**Şəkil 6. Müəssisələrin ümumi innovasiya strategiyalarının hazırlıq etapi**



Əsas məzmun və xarakterindən asılı olaraq yeniliklərin belə bölünməsi qəbul edilmişdir:

- məhsulda dəyişikliklərlə əlaqəli olaraq, məhsul;
- istehsal metodlarında geniş yayılmış texnoloji;
- təşkilat-idarə maliyyə-iqtisadi xarakterli faktorlara toxunan qeyri-texnoloji.

Məhsul innovasiyasının tətbiqi əsasən yeni növ mal və xidmətin mənimsənilməsinin effektiv vasitəsi, sərfəli qiymətlərin verilməsi, nəticədə satış həcmi yüksəlməsinə və müəssisələrin rəqabətli imtiyazlarının möhkəmlənməsinə imkan yaradan bazar payının öz xeyrinə dəyişiklikləri kimi çıxış edir. Texnoloji innovasiya da öz növbəsində istehsal xərclərinin qənaətinə, əmək məhsuldarlığının artmasına, zərərli itkilərin azalmasına bilavasitə təsir göstərir və gəlirlərin artmasını təmin edir.

Məhsul innovasiyası yeni növ xammal və materialların tətbiqi nəticəsində əmələ gəlir. Texnoloji yeniliklər istehsal təşkilinin yeni metod və texnologiyasını daha yüksək avtomatlaşdırma və kompyuterləşdirmə səviyyəsində həyata keçirir.

Bu zaman bazar təsərrüfatı şəraitində innovasiyanın əsas əlaməti kimi onun istehlak xüsusiyyətinin yeniliyi çıxış etməlidir. Texniki yenilik ikinci dərəcəli rol oynayır. İnnovasiyanın bazara çıxarılmasındakı böyük uğursuzluqları mütəxəssislər alıcılara yeni mal deyil, yeni mənfəətlər lazım olduğu vaxt onların tələbatın deyil, yeni biliklərin bazasında meydana çıxması ilə izah edir.

Bazara yeni məhsul gəldiyi zaman rəqiblər “ilk çıxanları” izləməyi və öz istehsallarında yeniliyi tətbiq etməyə tələsmirlər, belə ki, yeni məmulatların bazara çıxması ilə əlaqəli uğursuzluqların səviyyəsi 30%-60% arasında müxtəlif rəqəmlərlə dəyişir. Bu əlaqədə *liderin* və ya *davamçının strategiyasını* qeyd etmək qəbul olunmuşdur. Bu bölgünün arxasında iki növ innovasiya prosesi durur: “pioner” və “qaçıb yetişən”, və ya iki növ yenilik: strateji (preaktiv) və adaptasiya (reaktiv).

Adaptasiya innovasiyası- elə yenilikdir ki, təsərrüfat subyekti rəqibin ardınca artıq bazarda olan yeni məhsula cavab reaksiyası kimi tətbiq edir. Müəssisələr bazarda rəqabət qabiliyyətli vəziyyətdə çıxış edə bilməsi və sonralar mövcudluğunu

qorumaq və istehsalda texnoloji geriliyə yol verməmək üçün adaptasiya (reaktiv) innovasiyasını rəqiblərinin ardınca mənimsəməlidirlər.

*Strateji innovasiyaya, tətbiqi “ilk gedişdən” imtiyaz əldə etmək məqsədli qabaqlayıcı (preaktiv) xarakter daşıyan yenilikləri aid etmək olar ki, bunların da düzgün istifadəsi bazarda liderlik və yüksək gəlir gətirə bilər.*

İnnovasiyanın əlamətlər üzrə tipləşdirilməsi yeniliklərin mənimsənilməsinin forma və metodlarının seçimi üçün mühüm məna daşıyır. Səbəb bundadır ki, hazırlıq və tətbiq prosesləri, həyata keçirmə və daha sonra bazarda irəliləyiş şərtləri hər konkret, prinsipə yeni və ya yalnız yaxşılaşdıran innovasiya üçün eyni deyil. Buna innovasiya fəaliyyətini təşkil edən əsasların və innovasiya prosesinin mühüm etaplarının analizi əsasında baxacağıq, lakin daha öncə bu iqtisadi kateqoriyaların tərifini verək.

İnnovasiya strategiyalarının tərifini belə formalaşdırmaq olar:

*Müəssisələrin innovasiya strategiyası - tətbiqi “ilk gedişdən” imtiyaz əldə etmək məqsədi ilə qabaqlayıcı (preaktiv) xarakter daşıyan, düzgün istifadə olunduqda bazarda liderlik və yüksək gəlir gətirə bilən strateji məhsul, texnoloji və qeyri-texnoloji yeniliklərin həyata keçirilməsinə istiqamətlənmiş uzunmüddətli xarakterli qərarlardır.*

### **3.3. İnnovasiya sahibkarlığı əsasında innovativ məşğulluğun təmin edilməsinin əsas prioritetləri**

İnnovasiya tipli məşğulluğun formalaşmasında çıxış edən əsas tərəflərdən biri kimi innovasiya sahibkarlığı, müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatının modernləşdirilməsi və başqa ölkələrlə müqayisədə rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasında böyük rol oynayır. Planlı iqtisadiyyatda bütün təsərrüfat iştirakçılarının fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi sahələrarası proporsionallığı təmin etməklə bərabər, elmi texniki nailiyyətlərin tətbiqində səmərəliliyi təmin etməyə çalışırdı. Lakin, iqtisadiyyatda bazar təsərrüfat münasibətlərinin formalaşması, iqtisadiyyatın liberallaşması nəticəsində innovasiya tipli məşğulluğun formalaşması

əsas iqtisadi fəaliyyət iştirakçıları kimi sahibkarlardan çox asılıdır. Bu isə sahibkarlarda təşəbbüskarlığın, yenilikçiliyin artırılmasında dövlət dəstəyini tələb edir.

İnnovativ sahibkarlıq dedikdə, intellektual biznesin formalaşması, kreativ ideyaların, yeni fikirlərin realizəsi nəticəsində kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin fəaliyyətinin kəşiməsi nəzərdə tutulur. Ümumi şəkildə ifadə etsək, elmi- texnoloji yeniliklərin istehsalda tətbiq olunması prosesi innovasiya adlanır. Müəssisələrdə istehsal prosesinin təkmilləşməsi, müasir və səmərəli texnologiyaların istehsalda cəlb olunması, müəssisələrin modernləşməsi, eyni zamanda bazarda mövcud rəqabətə davam gətirə bilən məhsulların istehsalı innovasiya sahibkarlığından asılıdır.

Ümumiyyətlə, ölkədə biliklərə söykənən iqtisadiyyatın qurulmasında, iqtisadi inkişafda yeni texnologiyaların, innovasiyaların əsas faktora çevrilməsində innovasiya sahibkarlığının rolu böyükdür. Sahibkarlar tərəfindən istehsal prosesində innovasiyaların, texnoloji yeniliklərin tətbiq olunmasının bir sıra səbəbləri vardır. Bunlara aşağıdakılar aiddir.

- mövcud bazar segmentində rəqiblərin ortaya çıxması;- rəqib müəssisələrdə istehsal prosesinin daha da təkmilləşdirilməsi;- rəqib məhsullara marağın artması nəticəsində mövcud məhsula marağın azalması;- daxili çatışmazlıqlar və istehsalın genişləndirilməsi;- yenidən qurma, yeni məhsul istehsalının mənimsənilməsi və buraxılışı.

İnnovasiya tipli məşğulluğun təşəkkül tapmasının əsas subyektlərindən biri kimi innovativ sahibkarlığın vəziyyəti dövlətin iqtisadiyyata birbaşa və dolaylı təsir mexanizmlərindən birbaşa asılıdır. Burada dövlətin əsas təsir mexanizmləri pul-kredit(monetar) və büdcə-vergi(fiskal) siyasətidir. Fiskal mexanizm vasitəsilə dövlət büdcə xərclərindən istifadə etməklə sahibkarlara subsudiyalar ayırır, vergi güzəştləri etməklə onları stimullaşdırır. Pul-kredit aləti vasitəsilə sahibkarlara güzəştlı kreditlərin ayrılması, həmin kreditlərə aşağı faiz dərəcələrinin tətbiqi mexanizmlərindən istifadə edir. Bildiyimiz kimi, innovasiya sahibkarlığı iqtisadiyyatda yeni məşğulluq sahələrinin, innovativ iş yerlərinin yaranmasına şərait

yaradır. Bu xüsusiyyətlərinə görə innovasiya sahibkarlığı dövlət tərəfindən zəruri mühitlə təmin olunmalıdır ki, həmin mühit amillərini İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf təşkilatı aşağıdakı şəkildə tərtib etmişdir:

-Normativ hüquqi baza: bazara daxil olma ərafəsində mövcud inzibati öhdəlikləri, müəssisənin ləğv olunmasına dair inzibati vəzifələri, müəssisədə təhlükəsizlik, sağlamlıq və təbii mühit amillərinin, çeşidlərinin tənzimlənməsi, hüquqi mühit amillərinin nizamlanması, gəlir vergisinin, biznes və kapitala vergilərin tənzimlənməsi nəzərdə tutur;

- Bazar şərtləri: anti-inhisar qanunları, rəqabət səviyyəsinin, bazara daxil olma və çıxış imkanlarının təhlili, dövlət satınalmaları və s.;

- Maliyyə imkanları: biznes anğellər, vençur kapitalına çıxış imkanlarının olması, həmçinin borc maliyyələşməsi- lizinq, faktoring, istiqrazlar və bank kreditləri daxildir.;

- Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işləri: universitetlə sənaye parkları arasında əlaqlərin yaradılması, elmi-tədqiqat işlərinə investisiyaların edilməsini, müəssisələr arasında texnoloji əlaqələr;

-Sahibkarlıq qabiliyyəti: burada sahibkar şəxslərin idarəetmə qabiliyyətinin, təcrübələrinin artırılmasına istiqamətlənmiş təlimlər və kurslar, sahibkarlıq infrastrukturu, həmin şəxslərin təhsili məsələsi nəzərdə tutulur. Azərbaycanca kiçik sahibkarlığa kömək məqsədilə infrastrukturun yaradılmasını nəzərdə tutan ölkənin innovasiya inkişafı modeli işlənilib hazırlanmışdır. İnnovasiya sahibkarlığının inkişafı üçün təşkilati-iqtisadi mexanizm işlənilib hazırlanmışdır. Bu mexanizm innovasiya sahibkarlığının inkişafı üçün müəyyən metod, üsul və alətlərin məcmusununun tətbiqini özündə təşkil edir. Ölkə daxilində kiçik sahibkarlığın inkişafı, ilk növbədə, dövlətin həmin sahəyə maliyyə dəstəyindən asılıdır. Bu istiqamətdə dünyanın bir sıra ölkələrində olduğu kimi ölkəmizdə də 2012-ci ildə Azərbaycan Respublikası Rabitə və Yüksək texnologiyalar Nazirliyinin nəznində “Yüksək texnologiyalar parkı” yaradılmışdır. Beləki, bu park elmi tədqiqatlar və təcrübə-konstruktor işlərini həyata keçirərək nəticədə innovasiya məsulunun əldə olunmasına istiqamətlənir ki, bu da növbəti mərhələdə həmin maşın və avadnlıqların digər sahələrə sənaye, xidmət sahələrinə

tətbiqini özündə təşkil edir. Ümumiyyətlə, bu parkların fəaliyyətinin əsas səbəbi intellektual sahibkarlığın inkişafı, istehsal olunan məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması ilə dünya bazarında özünə yer tutması və s.dir. Texnoloji parklar elm və istehsalın vəhdətini özündə təşkil edir. Texnoparklar məhsul istehsalını qabaqcıl texnika əsasında həyata keçirmək üçün əlverişli mühitin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Texnoparkların mövcudluğu, həmçinin, regionlarda işsizliyin azalmasına və müxtəlif qabaqcıl istehsal sahələrinin digər ölkələrə axın etməsinin qarşısının alınmasına istiqamətlənmiş olur. Texnoparkların ərazicə elmi mərkəzlərə yaxın yerləşməsi daha məqsədə uyğundur, beləki, müəssisə tərəfindən ideyanın təklif olunması və onun reallaşdırılmasının maliyyələşdirilməsində iştirak hüquqları var və bəzi hallarda öz əməkdaşlarını firmaya təcrübə keçmək məqsədilə göndərirlər. Dünyanın bir çox ölkələrində universitetlərin, elmi- tədqiqat mərkəzlərinin sənaye sahələri ilə əlaqələrinin uyğunlaşması elm tutumlu kiçik firmaların yaranmasına səbəb olmuşdur.

ABŞ-da 30 il davam edən bu proqram iqtisadiyyatda öz müsbət nəticəsini versədə, artıq 80-ci illərdən sonra həmin sahədə firmaların sayı artmış yəni, bu sahə olduqca genişlənmiş və dövlət tərəfindən düzgün idarə oluna bilməyərək texnoloji parklarda böhranın yaranmasına səbəb olmuşdu. Artıq dövlət tərəfindən maliyyələşmə çətinliyi yaranmış, bu işə biznes inkubatorlarının yaranması ilə nəticələnmişdi. İnkubatorların üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar heç bir xərc sərf etmir. Firmalar öz gəlirlərindən istifadə edərək özlərini maliyyələşdirir və həmçinin, ali müəssisələrin tabeliyində yaradılaraq mütəxəssislərin fikirlərindən yararlanaraq eyni zamanda onların məşğulluğunu təmin etmiş olurlar. Biznes inkubatora nümunə olaraq, Texas universitetinin daxilində yerləşən Ostin Texnoloji inkubatoru startapları yəni, təzə fəaliyyətə başlayan müəssisələri yeni maşın və avadanlıqlarla təmin etmiş olur. Həmçinin, inkubatorlar həmin müəssisələrə maliyyələşmə mənbəyini düzgün seçməkdə və bazarda mövcud tələbatı müəyyənləşdirməklə firmanın fəaliyyətini bu istiqamətdə təşkil etməkdə tövsiyyə xarakterli məlumatlar vermiş olur. Bütün bunlar əhalinin müxtəlif keyfiyyətdə və kəmiyyətdə olan

tələbatlarının ödənilməsi, ölkə iqtisadiyyatının inkişafı ilə nəticələnir.

Kiçik innovasiya start-uplarına kömək infrastrukturlarından biri kimi biznes – inkubatorlar kiçik firmaların inkişafına nail olunmasında fəal rol oynayır. Biznes inkubatorların başlıca hədəfi ondan ibarətdir ki, maraqlı, perspektiv və innovativ ideyaların üzə çıxarılması və onun biznes layihəsinə çevrilməsinə yardım göstərmək, həmçinin bu ideyanın reallaşdırılaraq məhsul istehsalına imkan yaradaraq məhsulun bazara çıxışını təmin etməkdir. Biznes inkubatorlar bir qayda olaraq, innovasiya yönümlü kiçik və orta müəssisənin yaradılmasına köməklik göstərir. Biznes inkubatorlar sahibkar subyektlərin səmərəli fəaliyyətini təşkil etmək məqsədilə müxtəlif növlü xidmətlər göstərən, bu subyektlərin bir-birilə inteqrasiyasını təmin edən bir təşkilati modeldir. Kiçik inkubatorlar eyni zamanda, ölkə əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində, işlə təmin olunmasında, regionların iqtisadi inkişafına nail olunmasında, kiçik biznes subyektlərinin sayının və rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsində, bütövlükdə sahibkarlığın innovasiya yönümünün təmin edilməsində çox mühüm rol oynayan mexanizmdir. Deyilənlərdən aydın olur ki, biznes inkubatorlar kiçik sahibkarlığı dəstəkləməklə onlar üçün əlverişli mühit yaratmaq vəzifəsini həyata keçirirlər. Biznes inkubatorların kiçik sahibkarlığa dəstəyi aşağıdakı mərhələlərlə həyata keçirilir.

1. İdeyanın yaranması və qəbul olunması zamanı ilkin baza informasiyanın toplanmasını, müxtəlif təcrübi biliklərə əsaslanmaqla sahibkarlıq fəaliyyətinin öyrədilməsi, faydalı məsləhət xidmətinin verilməsi və s;
2. Müəssisənin meydana gəlməsi, sınaq nümunələrinin hazırlanması zamanı bazar haqqında informasiyanın toplanması, biznes planların yazılmasına və işlənməsinə köməklik göstərən ekspert rəyi, ilkin nümunələrinin müsair texnologiyalarla təchiz olunmuş laboratoriyalarda sınaqdan keçirilməsi və s. xidmətləri həyata keçirirlər;
3. İlkin hazır məhsulun istehsal olunaraq istehlakçılara təqdim olunması prosesində maliyyə mənbələrinin tapılmasında, lizinq, icarə və s. formada əsas fondlarla təmin olunmasında, həmçinin, mühasibat, biznes, hüquq, menecment və s. sahələrə aid mütəxəssislər tərəfindən məsləhətlərin verilməsi;

4. Kiçik biznes istehsalının inkişafı prosesində məhsulun çeşidlərinin genişləndirilməsində biznes inkubatorlar onlara əsas fondların və maliyyə mənbələrinin genişlənməsində, marketinq, reklam, həmçinin, müqavilə münasibətlərinin etibarlılığının təmin olunmasında, işçi heyətinin seçilməsi və öyrədilməsində və s. sahələrdə köməklik göstəirlər;

5. Müəssisənin bazardakı fəaliyyətinin yetkinlik mərhələsində daha geniş bazar segmentlərinə axın etməsinə biznes inkubatorlar tərəfindən təkliflərin verilməsi, maliyyələşmə mənbələrinin genişləndirilməsində, konsaltinq, informasiya, audit, marketinq, reklam sahəsində xidmətlərin göstərilməsi, mütəxəssislərin, kadrların hazırlanmasında və s məsələlərlə bağlı xidmətlər göstərilir.

Dünya ölkələrinin təcrübəsindən aydındır ki, biznes inkubatorlar innovativ sahibkarlığı inkişaf etdirməklə, bütövlükdə ölkədə, həmçinin, onun ayrı-ayrı regionlarında iqtisadi yüksəlişə nail olunmasını təmin edir. Regionların biznes inkubatorlar vasitəsilə inkişafı aşağıdakı istiqamətlərdə aparılır:

- yeni müəssisələrin təşkil olunması;- fəaliyyət göstərən müəssisələrin digər regionlara cəlb olunması;- iqtisadi baxımdan çətin vəziyyətdəki regionların yaxşılaşdırılması;- fəaliyyətdə olan innovativ müəssisələrin genişləndirilməsi.

Dünya ölkələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi istiqamətində reallaşdırılan təhlillər sahibkarlığın iki modelinin mövcudluğunu aşkar etmişdir:

Klassik və innovasiya

Klassik sahibkarlıq resursları müəssisəyə cəlb edərək nəticə etibarını ilə məqsədi maksimum mənfəət əldə etməkdən, eyni zamanda rentabelliyyəni yüksəltməsi üçün müəssisənin fəaliyyətinə təsir edən daxili və xarici amilləri müəyyən etməklə istehsal həcmələrin idarə olunmasını nəzərdə tutan sahibkarlıq fəaliyyətinin bir növüdür.

İnnovasiya sahibkarlığı isə novatorluqla bağlı olan sahibkarlıq fəaliyyətinin bir növüdür. Belə ki, müəssisənin fəaliyyət göstərməsi ilə əlaqədar olaraq müəssisəyə texnikanın cəlb edilməsi, əməyin təşkil olunması, texnologiya, müəssisənin idarəedilməsi sahəsində elmi nailiyyətlərə və təkmil təcrübələrə əsaslanan yeniliklərin tətbiqini nəzərdə tutur. Müəssisəyə yönəldilən kapital qoyuluşu yalnız

sahibkarın bazardakı tələbatı aşkar etdiyi, müəyyən riskə getdiyi və digər hallarda maksimal mənfəət gətirmiş olar. Başqa sözlə, innovasiya sahibkarlığı müxtəlif sahələrdə yeniliklərin yaradılması və kommersiya baxımından bu yeniliklərdən istifadəsi kimi prosesləri əhatə edir. Sahibkarlığın bu növündə ənənəvi istehsal amillərinin (əmək, torpaq, kapital) birgə kombinasiyası əsasında əvvəlcədən məlum olmayan yeni məhsulların yaradılması baş verir. Sahibkar daima elmi texniki tərəqqinin inkişafını izləyir, bu tərəqqinin vasitəsilə yeni məhsullar və ixtiralar yaradır.

Aparılmış təcrübələrdən belə qənaətə gəlmək olarki, kiçik müəssisələrə iri müəssisələrə nisbətən yeniliklərə daha çevik cavab verir, lakin iri müəssisələr yeniliyə gec adaptasiya olunur və həmin firmalar kiçik müəssisələr tərəfindən yaradılan yenilikdən yararlanırlar. Sahibkarlar yeni ixtiralardan istifadə etməklə, xammalın yeni mənbələrini aşkar etməklə köhnə məhsulların yeni istehsal üsulları ilə yaradılmasını yeni, yeni texnologiya əsasında istehsal olunmasını və bununlada yeni sənaye sahəsinin təşkil olunmasını nəzərdə tutur. İnnovasiya sahibkarları üçün ideyaların meydana gəlməsi və həyata keçirilməsi üçün sahibkarlıq mühitinin formalaşması vacib amildir.

Sahibkarlıq mühiti- istehsalın yenidən həyata keçirilməsi, qarşıya qoyulmuş məqsədə uyğun axtarışlar aparmaq, ixtiraların tətbiqinə şərait yaradan mühit hesab olunur.

İnnovasiya sahibkarlığının təşkilati-hüquqi formaları mövcuddur ki, inkişaf etmiş ölkələrdə buna uyğun olaraq vençur firmaları daha geniş yayılmışdır. Həmin firmalar öz fəaliyyətini böyük risk şəraitində reallaşdırırlar. Vençur firmalar yeni məhsul və xidmətlərin istehsalında ixtisaslaşaraq bu istiqamətdə aparılan araşdırmaların fəallığının artırılmasını nəzərdə tutur. Bu firmalar adətən, alim-tədqiqatçılar, ixtiraçılar, mühəndislər tərəfindən təşkil olunur. Vençur kapitalı isə istər kiçik, istərsə də, iri firmalar tərəfindən aparılan elmi-texniki tədqiqatların, kəşflərin, ixtiraların həyata keçirilməsinin maliyyələşmə və kreditləşmə mənbəyi nəzərdə tutulur. Başqa sözlə desək, vençur kapitalı surətlə sayı çoxalan firmalara məxsus səhmlər qiymətli kağızlar bazarında qeydiyyatla alındıqdan sonra yüksək



mənfəət əldə etmək məqsədilə şirkətlərin perspektivli fəaliyyətinə investisiya edilən risk kapitalıdır. Şirkətlər öz fəaliyyətlərində risk amilini nəzərə alaraq vençur kapitalistin maliyyə vəsaitlərinə ehtiyac duyurlar.

Adətən, vençur fondlar açıq satış dövrüyyəsində çıxış etməyən, eyni zamanda hüquqi və ya fiziki şəxs qismində çıxış edən səhmdarlar arasında səhmləri bölüşdürülmədiyi halda həmin səhmlərə investisiya qoyuluşunu üstün tuturlar. Vençur sərmayələşdirmə iki şəkildə həyata keçirilir: vəsaitlər ya səhmdar cəmiyyətlərinin səhmdar kapitalına yönəldilir, digər halda isə 3 ildən 7 ilə kimi müddəti əhatə edən kreditləşmə şəklində qoyulur.

İnnovasiya sahibkarlığının digər forması elmi texnoloji-parklar nəzərdə tutulur. Bu strukturların məqsədi istehsalın həyata keçirilməsi ilə əldə olunan innovasiya məhsulunun bazarda reallaşması üçün kiçik sahibkarlığın dəstəklənməsi və bunun üçün əlverişli mühitin mövcudluğunu təmin etməkdir.

Texnoparkların əsas məqsədi: əldə olunmuş kəşflərin və ixtiraların istehsal texnologiyalarına çevrilməsi; həmin texnologiyaların əsasında kommersiya məhsullarına nail olmaq; kiçik müəssisələrdə istehsal texnologiyalarının məhsulun kütləvi istehsalına yönəldilməsi; firmaların elmi tədqiqat institutları ilə əlaqəsinin təşkili və s. Biznes-inkubatoru - bu elə bir strukturdu ki, ideyaları hazırlamaqla onu həyata keçirmək, həmçinin, kiçik innovasiya müəssisələrinin səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün lazımı şəraiti formalaşdıraraq bu sahədə ixtisaslaşan müəssisədir. Həmçinin, firmalara konsultasiya xidmətləri göstərir, eyni zamanda firmaların güzəştli şərtlərlə maşın və avadanlıqlarla təmin olunması, fəaliyyətə yeni başlayan müəssisələrə və startaplara müvafiq informasiyaların verilməsi və s. kimi vəzifələri yerinə yetirir.

Ölkədə innovasiya sahibkarlığı fəaliyyətini həyata keçirən “Azərsun Holding” Şirkətlər qrupunun ölkənin müxtəlif ərazilərində 4 konserv emal zavodu fəaliyyət göstərir. Onun ilk emal zavodu Qafqaz Konserv zavodu 2003-cü ildə Xaçmaz şəhərində (ət, yarımfabrikat et məhsulları, kompot, turşu və tomat pastası istehsal edilir), 2010-cu ildə Biləsuvar Konserv zavodu (yaşıl noxud, patisson, kornişon, pomidor konservləri, ketçup, eyni zamanda nar şirəsi və narşərab istehsal

olunur), Lənkəran Konserv zavodu cənub bölgəsində fermerlərdən alınan meyvə və tərəvəzlərin emalını həyata keçirir, 2012-ci ildən fəaliyyət göstərən Qazax Konserv Zavodu isə meyvə və giləmeyvələrin dondurularaq qış mövsümündə də şirniyyat sahəsində geniş şəkildə onlardan istifadəni nəzərdə tutur. Holdingin, həmçinin, Kürdəmirdə süd kompleksi fəaliyyətdədir və bu kompleks yüksək emal gücünə malik GEA və UHT texnologiyaları ilə təmin olunmuşdur. Həmçinin, bu kompleks Almaniya və Fransadan əldə olunan yüksək məhsuldarlıqlı cins mal-qara bəslənilən heyvandarlıq fermasından və mal-qaranın yemə olan tələbatını təmin edən əkin ərazilərindən ibarətdir.

“Azərsun Holding”də qida istehsalı və kənd təsərrüfatı məhsulları ilə yanaşı, prioritet sahələrdən biri də, karton, kağız və tənəkə qutu istehsal bölməsidir. İlk dəfə 1997-ci ildə icraata açılan və illik istehsal potensialı 2 mln qutu olan kağız istehsal müəssisəsi, hazırda hər növ kağız dəsmalı, qutu və mətbəx dəsmalları, nəm salfetlər hazırlayır. Son dərəcə təkmil texnika və texnologiyalara malik olan bu müəssisənin istehsal etdiyi məhsullar bütün istehlakçı tələblərini özündə təşkil edir və ən yüksək standartlara cavab verir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı kompleksindən başqa, holdingin daxilində müasir texnika və texnologiyaya əsaslanan istixanalar da fəaliyyətdədir və demək olar ki, istehsala toxum atmaqdan başlayıb son anadək –istehlakçıya çatdırılma anınadək avtomatlaşdırılmış şəkildə, tam gigiyenik şəraitdə həyata keçirilir. Azərsun Holdingin innovasiya istiqaməti bu şirkətin daxilində Araşdırma və İnkişaf Departamenti (R&D) fəaliyyət göstərməsidir. Bununla da, şirkətlər qrupu laboratoriyalarla, çoxlu sayda mütəxəssislər qida mühəndisləri, texnoloq, kimyaçı, mikrobioloqlarla təmsil olunur ki, onlar da bazarda hansı məhsula tələbatın artmasını müəyyən edir. bu sahədə innovativ sığrayış əldə etmək üçün yeni məhsul üzrə tədqiqat aparılması, reseptlər, proses şərtləri üzərində yeniliklər edirlər. Dünyanın bir sıra elm mərkəzləri ilə təcrübə mübadiləsi edən “Azərsun Holding” qida sənayesində və kənd təsərrüfatında əldə etdiyi nou-haularla daim diqqət mərkəzindədir və holdingin orta və uzunmüddətli zamanı əhatə edən inkişafı və artımı məhz R&D texnologiyalarına investisiya qoyuluşundan asılı olmuşdur. Həmçinin, holding

yüksək texnika və texnologiyalarla təmin olunaraq, nəzəndə laboratoriyalar fəaliyyət göstərir ki, nəticədə, məhsul istehsalının müxtəlif mərhələlərində keyfiyyətə nəzarət sistemi inkişaf etdirilir. Bu nəzarət sistemini həyata keçirmək üçün şirkətlər qrupunda müasir maşın və avadanlıqlara malik elmi mərkəzlər açılmışdır və bununla da dünya bazarına rəqabətə davamlı məhsullarla çıxmaq imkanı əldə etmiş olmuşdur.

Ölkədə qeyri-neft sektorunun inkişafı baxımından bu sektorda fəaliyyət göstərən müəssisələrin yeni texnoloji əsaslarla, müasir texnika ilə təmin olunması üçün ölkə Prezidentinin 2006-cı il 30 mart tarixli Sərəncamına müvafiq olaraq Azərbaycan İnvestisiya Şirkətinin yaradılmışdır. Bu şirkətin əsas məqsədi qeyri-neft bölməsinin inkişafı ilə bağlı olaraq gəmiqayıma şirkətinin əsasının qoyulması, sement istehsalının inkişaf etdirilməsi, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı, logistika mərkəzlərində layihələrin reallaşdırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsidir. Bu Şirkətin qarşılıqlı əməkdaşlığı ilə aşağıdakı tədbirlər icra olunur: İnvestisiya şirkətlərinin portfel investisiya şəklində Azərbaycanda həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan layihələrin birgə maliyyələşdirilməsi; Azərbaycanda qeyri-neft sahələrində yeni texnika və texnologiyaların istifadəsi ilə əlaqədar müəssisələrin maliyyələşməsinə iri beynəlxalq qurumların cəlb edilməsi; Azərbaycan şirkətlərinin dünya bazarında iştirakının təmin edilməsi; Azərbaycan İnvestisiya Şirkətinə məxsus istiqrazları əldə etməyə marağı olan investorların investisiya qoyuluşlarının cəlb edilməsi; İri maliyyə təşkilatlarının birgə səyilə investisiya fondlarının yaradılması

Yuxarıdakı cədvəldə Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu tərəfindən maliyyələşdirilmiş kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı müəssisələrinin layihələri və yeni iş yerlərinin fəaliyyətə başlanması ilə əlaqədar cədvəl təsvir olunmuşdur. Aqrar sahədə yeni texnoloji üsulların tətbiqi məqsədilə 2011-ci il 3 may tarixində Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən “Azərbaycanda aqrar sahədə idarəçiliyin təkmilləşdirilməsi və aqrar elmin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı Xüsusi Komissiyanın yaradılması barədə” sərəncam və 16 aprel 2014-cü il tarixində isə Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin “Aqrar sahədə idarəetmənin

təkmilləşdirilməsi və institusional islahatların sürətləndirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” fərman imzalanmışdır.

## Cədvəl 6.

### SKMF tərəfindən müxtəlif regionlarda həyata keçirilən layihələr

Layihənin həyata keçirildiyi ünvan	Həcmi və yaistehsal gücü (illik)	Layihə üzrə yeni iş yerlərinin sayı	Layihənin məqsədi
<b>Biləsuvar rayonu</b>	13 min ton	100	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>İmişli rayonu</b>	2,6 min ton	88	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>Xaçmaz rayonu</b>	6 min ton	72	Alma şirəsi konsentratının istehsalı
<b>Lənkəran şəhəri</b>	12 min ton	30	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>Qazax şəhəri</b>	21,5 min ton	180	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>Quba şəhəri</b>	4,6 min ton	60	Konsentrat, mürəbbə, cəm
<b>Samux rayonu</b>	4,2 min ton	120	Mürəbbə, cəm, sirkə istehsalı
<b>Gədəbəy rayonu</b>	1,8 min ton	14	Kartof emalı
<b>Biləsuvar rayonu</b>	5,8 min ton	120	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>Xaçmaz rayonu</b>	5,8 min və 9,6 min ton	250	Tərəvəz və ət konservləri istehsalı
<b>Biləsuvar rayonu</b>	3,6 min ton	65	Nar emalı
<b>Lənkəran şəhəri</b>	9,3 min ton	95	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>Qazax şəhəri</b>	18 min ton	180	Konserv məhsullarının istehsalı
<b>Lənkəran şəhəri</b>	1000 ton	10	Meyvə emalı
<b>Bakı şəhəri</b>	147 ton	10	Konserv məhsulları istehsalı

*\*Mənbə: SKMF-un statistik materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur.*

## Nəticə

İnnovasiyalar üzrə strateji qərarların qəbulu prosesində müəssisələri yeni və ya yaxşılaşdıran yeniliklərin seçiminə düzgün istiqamətləndirmək vacibdir. Belə seçimlərin əsasında müəssisələrin bazis və ya yalnız təkmilləşən texnologiyaların tətbiqi üzrə elmi-tədqiqat təcrübəsi və iqtisadi imkanları, başqa sözlə desək onun yeniliklərin tətbiqində aktivliyi durmalıdır. Əgər müəssisələrin innovasiya layihələrinin, xüsusən də prinsipə yeni məhsulların yaradılmasının həyata keçirilməsi sahəsində müsbət təcrübələri varsa, bu zaman belə təsərrüfat subyektləri, bir qayda olaraq, radikal qabaqlama, tədqiqat liderliyi, qabaqlayıcı biliklərə əsaslanma, mərhələ keçidi strategiyalarını seçir. Əgər müəssisələrin yalnız təkmilləşən və istehlakçılara geniş yayılmış malın modifikasiya variantını təqdim edən yaxşılaşan texnologiyaların tətbiqi təcrübəsi üstünlük təşkil edirsə, modernləşdirmə strategiyasına daha həqiqətə uyğun olaraq, liderin gözlənilməsi, bazara nəzarət, texnoloji transfert, məhsul imitasiyası, texnoloji mövqeyin saxlanması, paralel hazırlıqlar və ya lisenziya strategiyalarını aid etmək olar.

İnnovasiyanın lider və ya davamçısı istiqamətində düzgün seçimi qarşıya qoyulan məqsədə çatmağın effektivliyini çox yaxşı müəyyən edir. Təcrübədə, ilkin iqtisadi imkanların yetərsiz qiymətləndirilməsinin ciddi sayda perspektiv innovasiya proqramlarının və innovasiya layihələrinin maliyyə-iqtisadi və tamamlayıcı kadr resurslarının çatışmazlığı səbəbilə nəticədə donmasına gətirib çıxarması hallarına tez-tez rast gəlinir. İnnovasiya strategiyalarının hazırlanması etpında müəssisələrdə baxılan alternativlər sırasından yeniliyin tətbiqinin ilkin zəif aktivliyi mövqeyindən “ əlçatmaz” olan layihələrin çıxarılması ilə belə hallardan qaçmaq olar. Beləliklə, yeniliyin tətbiqinin aktivliyinin iqtisadi kateqoriyalar kimi mənası ondan ibarətdir ki, yalnız bütünlüklə təsərrüfat subyekti üzrə yeni və ya yaxşılaşan texnologiyaların tətbiqi miqyası qiymətləndirilmir, həmçinin müəssisələrə bu və ya digər innovasiya istiqaməti seçimini həyata keçirməyə və bunun əsasında effektiv innovasiya siyasəti formalaşdırmağa şərait yaradılır.

Yeniliyin tətbiqi aktivliyinin qiymətləndirilməsinin və daha sonra innovasiya strategiyasının seçiminin həyata keçirilməsi müəssisələrin yeni və ya yalnız

yaxşılaşan texnologiyalara əsaslanan imkanları ilə xarakterik olan iqtisadi göstəricilər qrupunun hesab və analizi əsasında mümkündür. Daha sonra hesablar əsasında və müəssisələrin vacib resurslarla təmin olunmasının cari dərəcəsindən asılı olaraq, uyğun innovasiya strategiyasını həyata keçirməyi planlaşdırmaq olacaq. Belə yanaşma korporativ və rəqabət strategiyalarının hazırlanması və həyata keçirilməsinin mövcud metodlarını kompleks şəkildə tamamlaya bilər.

Yeniliklərin tətbiqi aktivliyinin qiymətləndirilməsini ETTKİ və onunla qarşılıqlı əlaqədə olan quruluş elementləri sferasında fəaliyyət vəziyyətinin analizində müəssisələrin daxili mühitinin analizinin element tərkibi kimi vermək olar. Cari texnologiya və istehsal-təsərrüfatı inkişafının dərəcəsindən asılı olaraq, ya liderin strategiyasını, və deməli, prinsipcə yeni məhsulun hazırlanmasını, ya da davamçının strategiyasını, yəni yaxşılaşan texnologiyanın tətbiqini seçirlər.

Hazırda strateji qərarlar və kompaniyanın yenilikləri (innovasiyaları) arasındakı əlaqə daha aydın nəzərə çarpır. Əgər innovasiyalar haqqında qərarlar məhsulun keyfiyyət dəyişikliyinə, onun buraxılma prosesinə, yeni satış bazarının yaranmasına, yeni xammal mənbəyinin istifadəsinə və təşkilatın özünün dəyişməsinə gətirib çıxarırsa, deməli bu qərarları innovativ (yenilikçi) qərarlar adlandırmaq olar. Menecment nəzəriyyəsinin klassikləri M.H.Meskon, M.Albert və F.Hedouri bildirirlər ki, “strateji qərarın elementi olduğu strateji planlaşdırmanın əsas vəzifəsi təşkilatda yenilikləri və dəyişiklikləri kifayət dərəcədə təmin etməkdir”.

Bazar münasibətlərinin inkişaf etdiyi dövrdə ETT-nin nailiyyətlərini müəssisəyə cəlb edərək istehsal xərclərinə qənaət etmək innovasiya sahibkarlığının əsas xüsusiyyətidir. Dünya ölkələrinin təcrübəsinə əsasən, insan potensialı inkişafının mütərəqqi texnikanın tələbinə uyğunlaşdırılması innovasiya sahibkarlığının və məşğulluğunun əsasını təşkil edir. Həmçinin, elmi-tədqiqat işlərinin nəticələrinin istehsal sahələrinə tətbiq etməklə təhsil müəssisələri və sənaye müəssisələri arasında birgə əlaqələrin qurulması innovasiya sahibkarlığının formalaşması istiqamətində atılan vacib addımlardandır. İnnovasiya sahibkarlığının özünəməxsus xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bu sahədə mövcud olan iştirakçılar ikili

xarakter daşıyaraq innovasiya məhsullarının istehsalı bazarında həm ETT məhsullarının istehsalçısı qismində, həm də istehlakçılar qismində çıxış edir. İnnovativ fəaliyyət göstərən subyektlər arasında baş verən rəqabət sonda istehsalın texniki səviyyəsinin və yerinə yetirilən xidmətlərin keyfiyyətinin artması ilə, iqtisadi səmərəliliyinin yüksəlməsi ilə nəticələnir.

Ölkədə innovasiya sahibkarlığına mane olan amillər içərisində ən başlıcaları maliyyə mexanizminin aşağı səviyyədə olması (vençur kapitalın), qanunvericilik bazasının zəif olması, həmçinin, elmi təşkilatlarla sənaye müəssisələri arasında əlaqələrin qənaətbəxş edən olmaması da ölkədə MİS-in zəif inkişafına səbəb olur. Dünya ölkələrinin təcrübəsində elmi tədqiqat işləri daha çox özəl müəssisələr tərəfindən maliyyələşdirildiyi halda, ölkəmizdə bu sahə özəl müəssisənin diqqətindən kənar qalır.

## İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikası Regionlarının 2009-2013-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (14 aprel 2009-cu il).
2. Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyası (2006-2015). Bakı şəhəri, 26 oktyabr 2005-ci il №1068
3. Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi. Bakı şəhəri, 11 iyul 2000-ci il 905-IQ.
4. Elm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri, 14 iyun 2016-cı il № 271-VQ.
5. Atakişiyev M.C .İnnovasiya menecmenti. Bakı: Təfəkkür, 2004, 135 s.
6. Abasova S.H. “Texnologiyalar və yeniliklərin idarə edilməsi”, Bakı, 2007
7. Hüseynova A.D. İnnovasiya sahibkarlığının inkişafı//Azərbaycanda innovasiya fəaliyyətinin inkişaf yolu// Bakı, 2015, 132-139 s.
8. İmanov.Ə.Ş. Kiçik sahibkarlıq. Bakı: Elm nəşri, 2009, 368 s.
9. İntestisiya fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1995.
10. İsgəndərov R.K., Mehbalıyev S. S. Əmək bazarı və əhalinin sosial müdafiəsi. Bakı: Elm, 2002, 544 s.
11. Qasimov F. H., Nəcəfov Z.M. İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri, Bakı: Elm, 2009, 416 s.
12. Meybullayev M.X. İqtisadi təlimlər tarixi. Bakı: Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, 2011, 538 s.
13. Məşğulluq haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər ƏLİYEV. Bakı şəhəri, 9 avqust 2001-ci il № 549.
14. Muradov R. Ş. İnnovasiyalı məşğulluq: onu şərtləndirən amillər və göstəricilər. «AMEA-nın xəbərləri» jurnalı, İqtisadiyyat seriyası, N-5, «Elm», Bakı, 2016



15. Novruzova T.V. Milli innovasiya sisteminin yaradılmasının zəruriliyi// Azərbaycan Respublikasının iqtisadi siyasəti: nailiyyətlər və perspektivlər. Bakı: Hüquq ədəbiyyatı, 2012, 304-307 s.
16. Patent haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1997.
17. Peter D.F. Innovation and Entrepreneurship. New York: Harper Collins, 2002, 293 s.
18. R. Dornbuş., S. Fişer., R. Stars. Makroiqtisadiyyat. Bakı: Şərq-Qərb, 2012, 636 s.
19. Süleymanova Ə.Q. İnnovasiya tipli məşğulluğun formalaşmasının zəruriliyi//Azərbaycanda innovasiya tipli məşğulluğun formalaşması aspektləri və onun maliyyələşdirilməsinin müasir mexanizmləri. Bakı: İqtisadiyyat Nazirliyi İqtisadi İslahatlar, Elmi tədqiqatlar İnstitutu, 2016, 170-172 s.
20. Şəkərəliyev A.S. Dövlətin İqtisadi Siyasəti: reallıqlar və perspektivlər. Bakı: Nasi, 2009, 430s.
21. С. Н. Яшин, Е. В. Кошелев, А. В. Купцов «Разработка и финансовое обеспечение инновационной стратегии предприятия» Нижний Новгород, 2012
22. Кувшинов М.С., Бажанова М.И. Сущность и структура механизма инновационного развития промышленной интегрированной структуры // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2012
23. Фундаментальные проблемы пространственного развития макрорегиона при переходе к инновационной экономике. На примере Северо-Запада России: монография / Окрепилов В.В., Андросенко Н.В., Ахобадзе Д.Т. и др.; науч. ред. В.В. Окрепилов. СПб., 2010.
24. Хомутский Д.Ю. Управленческая оценка и отбор инновационных проектов Менеджмент инноваций. – 2009.
25. <http://www.economy.gov.az/index.php?lang=en>
26. <http://press.princeton.edu/chapters/s9221.pdf>
27. <http://www.stat.gov.az/source/industry>
28. <http://www.e-qanun.az/>
29. <http://anfes.gov.az/az/>

## **Summary**

Business innovation is an organization's process for introducing new ideas, workflows, methodologies, services or products. Innovation which calls for using technology in new ways to create a more efficient organization, business innovation should enable the achievement of goals across the entire organization, with sights set on accomplishing core business aims and initiatives. Innovation often begins with idea generation, wherein ideas are narrowed down during brainstorming sessions after which leaders consider the business viability, feasibility and desirability of each idea. In article analyzed essence, features and structure efficiency economic systems and factors influencing it. Are described methodical approaches to an estimation of efficiency of activity of innovative structures, including ICT-technoparks.

## Резюме

**Инновационная деятельность** — это комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары с новыми качествами. Также инновационная деятельность может быть определена как деятельность по созданию, освоению, распространению и использованию инноваций. Вопросам управления инновационной деятельностью посвящено отдельное направление менеджмента — инновационный менеджмент. Инновационная деятельность — это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции, совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках, предполагающая целый комплекс научных, технических, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, которые в своей совокупности приводят к инновациям

## Referat