

MÜƏSSİSƏDƏ İNNOVASIYA PROSESLƏRİNİN TƏŞKİLİ

Dilarə Əmiraslanova

Sumqayıt Dövlət Universiteti, Sumqayıt, Azərbaycan
e-mail: dilare.amiraslanova@mail.ru

Xülasə. Məqalədə innovasiya prosesinin təşkilat quruluşunun başlıca xüsusiyyətləri verilmiş, onun mahiyyəti və təsnifatı açıqlanmışdır. Eyni zamanda innovasiya layihələrinin hazırlanması, ekspertizası və qiymətləndirilməsi məsələləri barədə məlumat verilmiş və tövsiyələr irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: innovasiya, layihə, müəssisə, strateji planlaşdırma.

ORGANIZATION OF INNOVATIVE PROCESSES IN ENTERPRISE

Dilara Amiraslanova

Sumgayit State University, Sumgayit, Azerbaijan

Abstract. The article describes the main features of the organizational structure of the innovation process, its essence and classification. At the same time, information on the development, examination and evaluation of the innovative projects is provided, recommendations were offered on this matter.

Keywords: innovation, project, enterprise, strategic planning.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРЕДПРИЯТИИ

Диляра Амирасланова

Сумгаитский Государственный Университет, Сумгаит, Азербайджан

Резюме. В статье описаны основные особенности организационной структуры инновационного процесса, его сущность и классификация. В то же время была представлена информация о разработке, экспертизе и оценке инновационных проектов, выдвинуты рекомендации по этому поводу.

Ключевые слова: инновация, проект, предприятие, стратегическое планирование.

1. Giriş

Bazar iqtisadiyyatı yolunu seçmiş müstəqil Azərbaycan Respublikası öz məqsədinə doğru inamla irəliləməkdədir. Artıq neçə illərdir ki, Azərbaycan öz müstəqil həyatını yaşayır və dünya iqtisadi inteqrasiya proseslərində öz layiqli yerini tutmağa cəhd göstərir. Hal-hazırda dünyanın 150-dən çox ölkəsi (və dövləti) ilə iqtisadi əlaqələr qurulmuşdur ki, bu da müntəzəm olaraq möhkəmləndirilir. Azərbaycanın xarici-iqtisadi siyasətində ən mühüm yer tutan amillərdən biri də dünya standartlarına cavab verə bilən yeniliklərin və yeni texnologiyaların Azərbaycan iqtisadiyyatına cəlb edilməsi və onlardan tam sərbəst istifadə olunmasının təmin edilməsidir. Məhz bu baxımdan global iqtisadi problemlərin həllində müstəsna yeri və rolu olan kiçik və orta biznesin təşkili, yeniliklərin yaradılması və tətbiqi, özəl sektorun gücləndirilməsi və bu proseslərin aparıcı qüvvəsi olan sahibkarlığın genişləndirilməsi diqqət mərkəzindədir.

Məlumdur ki, keçmiş Sovet dövründə sahibkarlıq fəaliyyəti qadağan edilmişdi və bu sahədə hər hansı bir təşəbbüslə çıxış etmək belə yolverilməz hesab olunurdu. Məhz bu səbəbdən də, dünya təsərrüfatçılığında və beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya proseslərində baş

vermiş və XX əsr boyunca tətbiq edilmiş bir sıra elmi-texniki, iqtisadi-texnoloji yeniliklər bizim mütəxəssislərə çatdırılmamışlar. Qeyd edək ki, mövcud texnikanın konkret növlərinin rəqabət qabiliyyətinə görə vahid dünya səviyyəsi, lisenziyalaşdırma, sertifikatlaşdırma, innovasiya və onlarca bu kimi anlayışlar nəinki işlənmirdi, eləcə də, dövlət inhisarında «xidməti istifadə üçün» şifri altında xəlvəti saxlanılırdı. Məlumdur ki, müasir innovasiya prosesləri kifayət qədər mürəkkəb və çoxcəhətlidir. İnnovasiya prosesi dövrü xarakterli olduğu üçün onun hər bir mərhələsi, hər bir diffuziyası ayrılıqda təhlil edilməli və kompleks araşdırmalarla əlaqələndirilərək qiymətləndirilməlidir.

Bidiyimiz kimi müəssisələrin və firmaların sərbəst fəaliyyət göstərməsi və zəruri rəqabət aparması mühüm şərt hesab olunur. Hər bir firma öz fəaliyyətini davam etdirmək üçün məcburi olaraq rəqabətə dözümlü məhsullar istehsal etməli və bazarı öz əlində saxlamağı bacarmalıdır. Məhz bu səbəbdən də, əmtələri təzələmək, yeni-yeni məhsul növləri yaratmaq, mövsümə və dəbə uyğun mallarla bazara çıxmaq kimi tələbatlar hər bir firmaya müstəqil innovasiya siyasəti hazırlamaq və həyata keçirməyi zəruri edir.

2. İnnovasiya prosesinin mahiyyəti və innovasiyanın təsnifatı

İqtisadi ədəbiyyatda, innovasiya anlayışı elmi-texniki tərəqqi potensialının real məhsula və ya texnologiyaya çevrilməsi kimi başa düşülür. Lakin, bu anlayış birtərəflidir. İnnovasiya anlayışının iqtisadiyyatla bağlı xüsusiyyətləri qeyd olunmaqla bir sıra fəaliyyət sahələrini əhatə edir. İnnovasiya elə bir prosesdir ki, burada hər-hansı bir ideya və ya ixtira iqtisadi məzmun kəsb edir. Bəzi alimlərin fikrincə innovasiya texniki istehsalat və kommersiya tədbirlərinin məcmusudur. Bu isə o deməkdir ki, texniki istehsalat və kommersiya fəaliyyəti nəticəsində bazarda yeni məhsul və ya daha səmərəli avadanlıq və texnologiya peyda olur. Digər alimlərin fikrincə innovasiya ictimai, texniki, iqtisadi prosesdir. Bu halda isə innovasiya əlavə gəlir götürmək məqsədilə ictimaiyyətə yeni məhsulların, avadanlığın və texnologiyanın cəmiyyətə təqdim olunması kimi başa düşülür. İnnovasiyanın digər xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla demək olar ki, innovasiya yeniliyə doğru dəyişilmə funksiyasıdır. Avstriya alimi İ. Şumpeter innovasiya barədə aşağıdakı xüsusiyyətləri göstərmişdir. İnnovasiya dəyişiklikləri əsasən beş cür olur [1]:

1. Yeni texnika, yeni texnoloji proseslərin istifadə olunması və ya istehsalın yeni bazar təminatı ilə uzlaşması;
2. Məhsulun yeni keyfiyyətlə tətbiqi;
3. Yeni xammalın istifadə olunması;
4. İstehsalın təşkilində və onun maddi-texniki təminatında dəyişiklik aparılması;
5. Yeni satış bazarının tapılması.

İnnovasiya prosesi və onun həyata keçirilməsi həm vaxta görə, həm də icraya görə mərhələlərə bölünür. İnnovasiya prosesi bazar iqtisadiyyatı şəraitində qlobal miqyasda həyata keçirildiyi üçün o, beynəlxalq standartlar əsasında sistemli şəkildə tətbiq edilməlidir. Beynəlxalq standartlara görə innovasiya, innovasiya prosesinin son nəticəsi hesab olunur.

Bu isə o deməkdir ki, innovasiya prosesi nəticəsində yeni və ya təkmilləşmiş məhsul, yeni texnologiya əldə edilmiş və praktiki tətbiq üçün təklif olunmuşdur (yaxud bazara çıxarılır). İnnovasiya prosesi dedikdə, yeni məhsulun yaranması, mənimsənilməsi və paylanması (realizə olunması) başa düşülür.

İnnovasiyanın ən vacib amili hər hansı bir məhsulun, yaxud texnikanın elmi-texniki yenilik adı alması və istehsal üçün layiqli olmasıdır. İnnovasiya üçün ən zəruri amillər aşağıdakılardır [2]:

1. Elmi texniki yenilik olması;
2. İstehsal üçün qəbul olunma imkanlarının olması;
3. Satıla bilməsi.

Təbii olaraq elmi-texniki innovasiya aşağıdakı tələbatları ödəməlidir:

1. Yenilik və üstünlük keyfiyyətinə malik olmaq;
2. Bazar tələbatını təmin etmək;
3. İstehsalatda gəliri təmin etmək.

İnnovasiya prosesinin iki formasını ayırmaq lazımdır: təşkilatdaxili (natural) forma və əhatəli forma.

İnnovasiya prosesinin daha 2 iki xüsusiyyətini qeyd edək:

1. Yeniliyin yaradılması və tətbiqi;
2. Yeniliyin diffuziyası.

İnnovasiya prosesinin subyektlərini aşağıdakı qruplara bölmək olar: yenilikçilər; erkən respientlər; erkən çoxluq və digərləri.

Yenilikçilər – elmi-texniki biliklərin generatorları olan ixtiraçılar, səmərələşdiricilər və tədqiqat təşkilatlarıdır;

Erkən respientlər – yeniliyi ilkin mənimsəyən işgüzar adamlardır.

Erkən çoxluqlar o firmalardır ki, onlar yenilikləri daha geniş miqyasda tətbiq edir və gəlir götürürlər.

İnnovasiya prosesi həmişə dövrü xarakter daşıyır. İnnovasiya prosesi dövrünə aşağıdakılar daxildir: nəzəri tədqiqatlar (fundamental tədbirlər); tətbiqi tədqiqatlar; işlənmə; layihələşdirmə; tikinti; mənimsəmə; sənaye istehsalı; marketinq və satış (təchizat).

İnnovasiya proseslərinin və innovasiya fəaliyyətinin idarə olunması üçün innovasiya prinsiplərinin, metodlarının və formalarının tətbiq olunması labüddür.

3. İnnovasiya layihələrinin ekspertizadan keçirilməsi və qiymətləndirilməsi

İnnovasiya strategiyasının seçilməsi innovasiya fəaliyyətinin ən zəruri cəhətidir. İnnovasiya strategiyası məqsədə çatmaq üçün firmanın hərtərəfli ölçüb-biçilmiş kompleks tədbirlər planıdır.

İnnovasiya strategiyasının tutulmasının əsas məqsədi mövcud olan rəqabəti qiymətləndirmək və qarşıdakı bütün mümkün dəyişiklikləri nəzərə almaqla, firmanın gəlirlə işlənməsini təmin etməkdir. İnnovasiya strategiyasında 2 əsas faktor nəzərə alınmalıdır [3]:

1) Planlaşdırma mərhələsində istifadə olan resursların səmərəli bölüşdürülməsi; 2) kapitalın, texnologiyanın, kadrların işinin mümkün qədər sərfəli bölüşdürülməsi.

Eyni zamanda, yeni istehsal sahələrinə çıxmaq və ya köhnəlmiş sahələri bərpa etmək strateji planda ifadə olunmalıdır. 2-ci amil isə mühitə uyğunlaşmaq və xarici təsirləri nəzərə almaqdır. Bu halda xarici iqtisadi dəyişikliklər, siyasi amillər və demoqrafik situasiya nəzərə alınmalıdır.

Strateji planlaşdırma ilk növbədə ən vacib göstəricilərin araşdırılmasına və həmçinin, ilkin tədqiqatlara əsaslanmalıdır. Strateji planlar elə hazırlanmalıdır ki, yeri gəldikdə və tələbata uyğun olaraq onda müəyyən dəyişiklik imkanı olsun. Strategiyanın hazırlanması təşkilatın ümumi məqsədinin qarşıya qoyulmasından başlayır.

Məqsəd qarşıya qoyularkən firmanın xarici mühitlə əlaqələri, bazarın və tələbatçıların mövcud istəkləri nəzərə alınmalıdır. Bu məqsədlə hər bir firma aşağıdakıları nəzərə almalıdır:

1. Firmanın əsas fəaliyyət istiqaməti;
2. Xarici mühitlə işçi əlaqələr və münasibətlər qurulması;
3. Firmanın öz mədəniyyəti, ənənəsi və psixoloji mühiti.

Məqsəd seçilərkən iki əsas xüsusiyyət – firmanın müştəriləri kimlərdir və firma onların tələbatını necə ödəyə bilər – aydınlaşdırılmasıdır. Məqsəd qarşıya qoyulduqdan sonra strateji planın daha dəqiq, konkret məqsədləri müəyyən edilməlidir.

Ümumi şəkildə bu məqsədlər aşağıdakılar ola bilər [4]:

1. Müəssisənin gəlirinin müəyyən olunması;
2. Bazarın və həmin bazarda firmanın payının müəyyən olunması;
3. Məhsuldarlığın konkretləşdirilməsi;
4. Əmtənin ümumi həcmi (eləcə də əmtənin dəyişdirilməsi);
5. Maliyyə ehtiyatları (kapitalın ümumi həcmi, borc alınan kapital və dövriyyədə olan kapital) müəyyən edilməlidir;
6. İstehsal gücləri, eləcə də binalar və qurğular müəyyən edilməlidir;
7. Elmi-tədqiqat və konstruktor işləri və yeni texnologiyanın tətbiqi;
8. Struktur dəyişiklikləri, o cümlədən yeni firmaların açılması, yeni regionlara çıxış və ya təşkilatı idarə etmə strukturunun dəyişdirilməsi;
9. İşçi qüvvəsi ehtiyatlarının təşkili;
10. Sosial məsuliyyət (təhsil, sağlamlıq, idman və s. tədbirlərinin nəzərə alınması).

Qarşıya qoyulan məqsədlər prinsipcə imkan daxilində olmalıdır və biri-birini inkar etməməlidir.

Strateji planlaşdırma əsasən 3 mərhələdən ibarət olur:

1. Strategiyanın formalaşdırılması, yəni məqsədin qoyulması;

2. Strateji məqsədlərin icrası;
3. Qiymətləndirmə və nəzarətin yerinə yetirilməsi.

İnnovasiya layihələrinin tərtib olunması innovasiya prosesi və innovasiya fəaliyyətinin elmi tədqiqatlarla və elmi layihələrlə daha sıx bağlıdır. Elmi tədqiqatlar və layihə işləri adətən yeniliyin (həm elmi, həm praktiki) yaradılması yolu ilə ictimai, sosial, mədəni mühitə, cəmiyyətə və təsərrüfata təkan verir [4, s.58].

Tərtib olunmuş layihələr aşağıdakı göstəricilərlə sənədləşir:

1. Layihənin dəqiq adı;
2. Qısa annotasiya;
3. İcraçıların adı;
4. İcra müddəti;
5. Hər il üçün maliyyə ayırmalarının həcmi;
6. Layihəni hazırlayan təşkilatın adı;
7. Layihənin rəhbəri haqqında informasiya;
8. Layihədə ünvan göstəriciləri;
9. Bankdakı hesablaşma hesabı.

Bütün hazırlanan layihələr biznes-planda müşayiət olunmalıdır.

Yuxarıda qeyd olunan xüsusiyyətlər, ümumiyyətlə götürüldükdə innovasiya layihələrinin hazırlanması, təşkili və tətbiq edilməsi proseslərinin zəruri amilləri kimi nəzərə alınmalı və müəssisə rəhbərləri tərəfindən daim diqqət mərkəzində saxlanmalıdırlar. Yalnız belə halda istənilən müəssisədə hər hansı bir yeniliyin yaradılması və yaxud tətbiq olunması imkanı əldə edilə bilər ki, bu da diqqətdən yayınmamalıdır.

4. İnnovasiya layihələrinin seçilməsi

Yeni məhsul istehsalı üçün layihə hazırlanması və bu prosesin idarə olunması spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. Layihənin hazırlanması üçün ilk növbədə işçi qrupu və onun rəhbərliyi müəyyən edilməlidir. İşçi qrupun tərkibi qarşıya qoyulan məqsədin mürəkkəbliyindən və bu məsələnin həlli metodikasından xeyli asılıdır. Əgər tamamilə yeni bir məhsul istehsalı başlayırsa, burada həm elmi rəhbər, həm texniki rəhbər, həm də təşkilatçı rəhbər təyin olunmalıdır. Belə hallarda rəhbərləri əlaqələndirmə qrupu təşkil edilir ki, bu qrup aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

1. Layihənin məqsədinin müəyyən olunması;
2. İşçi qrupları və onların rəhbərlərinin təyin olunması;
3. İşçi qrupların təyin olunması;
4. İşçi qruplara tapşırıqların verilməsi;
5. Layihənin icrasına nəzarət edilməsi (işin keyfiyyəti mərhələlər üzrə yerinə yetirilməsi, vəsait və əmək sərfi çəkilən xərclər);
6. Qərar qəbul edilməsi (işin genişləndirilməsi və ya dayandırılması).

Yaradılmış işçi qruplar öz gördükləri işlər barədə əlaqələndirmə qrupunda hesabat verirlər və bundan sonra, layihənin ayrı-ayrı hissələri üzrə belə hesabatlar toplanaraq ümumi layihənin icrası təsdiqlənir.

Təşkil edilən qruplara işçilərin seçilməsi zamanı aşağıdakı meyarlar əsas götürülür: işçinin təcrübəsinin və səriştəsinin olması; həll edilən problemə aid xüsusi biliyin olması; işə cəlb edilmə imkanının olması; avtoritetin olması; münaqişəli situasiyalarda vəziyyətdən çıxmağı bacarması; özünün işə münasibəti; şəxsi marağı və motivləri (işinin qiymətləndirilməsinə maraq).

Adətən yeni təşkil edilən belə qruplar mövcud kollektivin tərkibində olduqları üçün onlarla sıx ünsiyyətdə olurlar. Ona görə də, layihə üzrə görülən işlər kollektivin funksional vəzifələri ilə ziddiyyət təşkil etməməlidir [5].

Qrupların idarə olunması kollektivin idarə olunması ilə uzlaşmalıdır. Burada spesifik xüsusiyyət yeni məhsul istehsalı üçün layihənin və tapşırığın yeni olmasıdır.

Layihənin hazırlanması və icrası üçün aşağıdakı mərhələlər zəruridir:

1. Problem barədə informasiya toplanması və həlli;
2. Lazımi sxemlərin, çertyojların, standartların hazırlanması;
3. Görüləcək işlərin planlaşdırılması və bölüşdürülməsi;
4. Sınaq istehsalının təşkili (nümunəvi hazırlanması);
5. İşlərin əlaqələndirilməsi və yaradılması, yeni məhsulun sınaqdan keçirilməsi;
6. Qərar hazırlanması (nümunənin bəyənilməsi, düzəlişlər aparılması, nümunənin bəyənilməməsi və istehsalın dayandırılması).

Bu mərhələlər üzrə işlər tamamlandıqdan sonra, hazırlanmış innovasiya layihələri ayrı-ayrı variantlar üzrə müqayisəli şəkildə tutuşdurulur və alternativlərin ən səmərəli variantı seçilərək tətbiq edilmək üçün qəbul olunur. Belə seçim etmə həm də iqtisadi və maliyyə baxımından da qiymətləndirilməli və təqdir edilməlidir.

Nəticə. Müasir dövrdə iqtisadi islahatlar aparmaq və bazar münasibətlərinin sərbəst formalaşmasına şərait yaratmaq dövlətin ən vacib vəzifələrindən biridir. Müasir dünyamızda iqtisadi inteqrasiya proseslərinin günbəgün genişlənməsi və böyük vüsətlə yayılması Azərbaycan iqtisadiyyatının nəinki gücləndirilməsini, eyni zamanda dünya standartları səviyyəsinə çatdırılmasını zəruri edir.

Hal-hazırda yüksək inkişaf mərhələsində olan qabaqcıl dövlətlərdə və onların təmsilçiləri olan iri korporasiyalarda, transmilli şirkətlərdə ən müasir texnika və texnologiyalar yaradılır və istehsalata tətbiq edilir. Bu yenilikləri və yeni texnologiyaları almaq, onları mənimsəmək dünya standartlarına cavab verə biləcək məhsullar hazırlanması deməkdir və bu baxımdan da dövlət səviyyəsində innovasiya proqramlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi zəruri hal kimi ortaya çıxır.

Doğrudan da, hər bir kiçik və ya orta səviyyəli müəssisə dünya standartlarına cavab verə bilən məhsul istehsalı üçün maliyyə imkanlarına malik olmadığı üçün, bilavasitə innovasiya siyasəti yeritməkdə nisbətən acizdir və onun dövlət yardımına ehtiyacı vardır.

Ümumiyyətlə yuxarıdakıları nəzərə alaraq deyə bilərik ki, müəssisədə innovasiya prosesinin təşkili üçün aşağıdakıların həyata keçirilməsi məqsədəuyğun olardı:

1. Qabaqcıl ölkələrin və transmilli korporasiyaların innovasiya siyasətləri hərtərəfli öyrənilməli, onların təcrübləri mənimsənilməli və yerli şəraitə uyğunlaşdırılaraq müəssisə və təsərrüfatlarda tətbiq edilməlidir.

2. Müəssisələrin innovasiya strategiyaları formalaşdırılarkən ümumdövlət mənafeyi nəzərə alınmalı və onların hər biri ümumi strategiyanın tərkib hissəsinə çevrilməlidir.

3. İnnovasiya proseslərinin gücləndirilməsi üçün müştərək müəssisələrin təşkilindən istifadə olunması məqsədəuyğundur. Belə olduqda, xarici avadanlıqların və texnologiyaların cəlb edilməsilə yanaşı, xarici idarəetmə təcrübəsi də yenilik kimi mənimsənilə bilər.

Ədəbiyyat

1. Süleymanov Q.S. (2009), İnnovasiya menecmenti, Bakı, 2009.
2. Водачек Л., Водачкова О., (1989), Стратегия управления инновациями на предприятии, Москва, Экономика.
3. Герчигова И.Н., (1994), Менеджмент. Учебник. Москва.
4. Кирина Л.В., Кузнецова С.А., (1995), Стратегия инновационной деятельности предприятия. Под.ред. В.В.Титова и В.Д. Марковой, Новосибирск.
5. Санто Б., (1990), Инновация как средство экономического развития. Пер.с венгер-Москва, Прогрес.