

DOI: <https://www.doi.org/10.36719/2663-4619/79/122-126>

Fərid Müşfiq oğlu Qafurlu
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
magistrant
f.gafurlu@unec.edu.az

QARABAĞDA SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN İNNOVATİV FƏALİYYƏTİ

Xülasə

Vətən müharibəsində ölkəmizin qazandığı qələbədən sonra işğaldan azad etdiyimiz ərazilərin iqtisadiyyatının dirçəldilməsinə ehtiyac yaranmışdır. Bu ərazilərin dirçəldilməsində ənənəvi üsullardan istifadə etmək məqsədəuyğun hesab olunmamalıdır, çünki həmin sahələrdə mövcud olan infrastruktur köhnəlib və əksər rayonlarda sıradan çıxmışdır. Odur ki, ərazinin iqtisadiyyatının dirçəldilməsi müasir üsullarla və innovasiyaların tətbiqi ilə həyata keçirilməlidir. Bu baxımdan hansı innovasiyalardan istifadə olunması aktual hesab olunur və bu tədqiqatda bu məsələlərin araşdırılması vacib məsələlərdəndir.

Məqalədə işğaldan azad olunmuş ərazilərdə sənayenin inkişafı prosesində həyata keçirilməli innovativ strategiyalar və bu ərazilərin bərpası prosesləri araşdırılmışdır. Cəmiyyətin maddi sferasında onun qəbulu, təkrar istehsalı və həyata keçirilməsi ilə bağlı olan innovasiyadan istifadə prosesi innovasiya prosesidir. İnnovativ proseslər elmin ayrı-ayrı sahələrində yaranır və istehsal sferasında başa çatır, onda mütərəqqi, keyfiyyətə yeni dəyişikliklərə səbəb olur.

Açar sözlər: *II Qarabağ müharibəsi, işğaldan azad edilmiş ərazilər, innovasiya, strategiya, tikinti-sənaye potensialı*

Farid Mushfiq Gafurlu

Innovative activity of industrial enterprises in the liberated areas

Abstract

After the power gained in the war, there was a need to revive the economy of the liberated territories. It should not be considered expedient to use methods to revitalize these areas. Because the infrastructure used is outdated and out of order in the regions, therefore the revival of the economy of the area must be carried out by modern methods and the application of innovations. From this point of view, what innovations are considered relevant and it is important to study these issues in this study.

The article examines innovative strategies to be implemented in the process of industrial development in the liberated territories and the restoration of these territories. The process of using innovation in the material sphere of society, which is associated with its adoption, reproduction and repair, is an innovation process. Innovation arises in different fields of science and ends in the sphere of production, then it leads to progressive, qualitatively new changes.

Key words: *II Karabakh war, liberated territories, innovation, strategy, constructional-industrial potential*

Giriş

Məhsulların (malların, xidmətlərin) çeşidini genişləndirmək və yeniləmək, keyfiyyətini artırmaq, onların istehsal texnologiyasını daha yenisini tətbiq etməklə daxili və xarici bazarlarda lismərəli istifadəsi üçün elmi tədqiqat və təcrübələrin nəticələrindən istifadə və kommersiyalaşdırılmasına yönəlmiş fəaliyyət innovasiya fəaliyyəti adlanır.

Təşkilatın innovasiya strategiyası şirkətin məhsullarının rəqabətqabiliyyətli statusunu artırmalı və yaxud saxlamalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, istər bütövlükdə milli iqtisadiyyatın, istərsə də ayrı-ayrı müəssisələrin hazırkı inkişaf mərhələsinin mahiyyəti son illərdə yerli və xarici ədəbiyyatda geniş işıqlandırılan “innovativ inkişaf” kimi kateqoriyanı əks etdirir. Eyni zamanda, müəssisənin innovativ inkişafı təkcə əsas innovativ proses deyil, həm də onun həyata keçirilməsi üçün zəruri olan amillər və şərtlər sisteminin, yəni innovativ potensialın inkişafıdır. Buna görə də deyə bilərik ki, müəssisənin

innovativ strategiyası müəssisənin innovativ inkişafı prosesinin məzmununu və əsas istiqamətlərini əks etdirməlidir. İnnovasiya fəaliyyətinə ayrılan vəsaitin müəssisənin fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsinin ümumi həcmində xüsusi çəkisi onun rəhbərliyi tərəfindən fərdi qaydada müəyyən edilir və bir sıra amillərdən asılıdır, bunlardan müəssisənin sənaye mənsubiyyəti, müəssisənin əsas strategiyası və müəssisənin maliyyə resurslarının həcmi göstərmək olar.

Sənaye Müəssisələrində İnnovasiya Strategiyası

Müəssisənin innovativ strategiyası (innovativ fəaliyyət strategiyası) müəyyən məntiqi konstruksiya kimi xarakterizə edilə bilər ki, bunun əsasında müəssisə innovativ fəaliyyət sahəsində qarşısında duran əsas vəzifələri həll edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, həm hər bir fərdi yenilik, həm də istehsal olunan hər bir məhsul (xidmət) üçün ciddi şəkildə fərdi strategiya və taktikalar mövcuddur. Eyni zamanda, müəssisənin innovativ fəaliyyətinin hərtərəfli baxışı həm spesifik strategiyaları, həm də innovasiyanın istehsalı və həyata keçirilməsinin müxtəlif aspektlərini əhatə edir. Bundan əlavə, müəssisədə innovativ fəaliyyətin həyata keçirilməsindən əldə edilən məsrəflərə və nəticələrə real qiymət vermək lazımdır (11).

Müəssisənin müdafiə və hücum innovasiya strategiyalarını ayırmaq adətdir. Müəssisənin qoruyucu innovasiya strategiyası bazar mövqelərini qorumağa və istehsal olunan məhsulların həyat dövrünü saxlamağa yönəldilmişdir. Öz növbəsində, bu strategiya çərçivəsində iki strateji alternativini ayırd etmək lazımdır: istehsal olunan məhsulların həyat dövrünü dəstəkləmək üçün texnoloji həllər; uzunmüddətli və qısamüddətli rəqabət üçün tədbirlər sisteminin əsaslandırılması və işlənilib hazırlanması. Qeyd olunan alternativlər həm bir-birini istisna edir, həm də bir-birini tamamlayır, çünki onlar müəssisədə istehsal prosesinin davamlılığına və sabitliyinə kömək edir. Hücumedici innovasiya strategiyası, bazara daxil olmaq və ya diversifikasiya şəklinə böyümə strategiyasını həyata keçirmək üçün yeni texnoloji həllər hazırlamaq məqsədi daşıyır. Əlbəttə ki, iqtisadiyyatın qabaqcıl sektorlarında hücumçu innovasiya strategiyası müdafiə xarakterli hesab edilə bilər, çünki məhsulların tez və vaxtında dəyişdirilməsi şirkətə bazardakı mövqeyini qoruyub saxlamağa imkan verir. Bundan əlavə, iri müəssisələr tərəfindən istifadə olunan müdafiə-hücum innovasiya strategiyası adlanan iki növ innovasiya strategiyasını birləşdirmək mümkündür (Tretyak, 2016: 5).

Müəssisələrin innovativ strategiyası prinsipə yeni məhsulun (texnologiyanın) həyata keçirilməsi üçün tamamilə yeni bazarın yaradılmasına, rəqabət aparan təşkilatlardan mütəxəssislərin cəlb edilməsinə və digər təşkilatlarla birləşməyə (bəzən birləşərək, əldə etməyə) yönəldilə bilər. yüksək elmi-texniki potensiala və innovativ ruha malikdir. Praktiki innovasiyada bu tip strategiyaların kombinasiyası mövcuddur, ona görə də bu strategiyalar arasında resursların bölüşdürülməsi əsasında proporsiyaların müəyyən edilməsi vacibdir (Aqarkov, 2011: 73).

Əgər şirkətin strateji məqsədləri keyfiyyət xarakterli ola bilirsə, onda taktiki (cari) məqsəd və vəzifələr konkretir və şirkətin funksional xidmətləri qarşısında qoyulan kəmiyyət vəzifələrini müəyyən edir. Ən vacib funksional strategiyalardan biri tədqiqat və inkişaf sahəsində strategiyadır (innovasiya strategiyası). Mikro və makromühtin şəraitindən asılı olaraq firma iki əsas innovasiya strategiyasından birini seçə bilər:

- passiv (adaptiv, müdafiə), bazardakı mövqelərini qorumağa və saxlamağa yönəlmiş;
- aktiv (yaradıcı, hücumçu), innovativ fəaliyyətin inkişafına və onun bazarda mövcudluğunun genişləndirilməsinə yönəlmiş (12).

Ümumiyyətlə, passiv strategiyanın mahiyyəti təşkilatda artıq qurulmuş strukturlar və fəaliyyət tendensiyaları (psevdo-innovasiyalar) çərçivəsində əvvəllər mənimsənilmiş məhsulları, texnoloji prosesləri və bazarları təkmilləşdirməyə imkan verən qismən əsas olmayan dəyişikliklərin həyata keçirilməsinə qədər azalır. Passiv strategiya növləri fərqləndirilir: qoruyucu, yenilikçi imitasiya, gözləmək, istehlakçı müraciətlərinə cavab vermək. Müdafiə strategiyası rəqiblərə qarşı mübarizə aparmağa imkan verən və ya bazarda rəqiblər üçün qəbul edilməz olan şərait yaratmağa və onların mübarizəni davam etdirməkdən imtina etməsinə töhfə verməyə, ya da öz istehsalını rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsalına yönəltməyə yönəlmiş tədbirlər kompleksidir. əvvəllər qazanılmış mövqeləri saxlamaq və ya minimuma endirmək. Zaman müdafiə strategiyasının uğurunun əsas amili hesab olunur. Bütün təklif olunan fəaliyyətlər adətən kifayət qədər qısa müddətdə həyata keçirilir, ona görə də gözlənilən nəticəni əldə etmək üçün təşkilat müəyyən elmi-texniki ehtiyata və sabit mövqeyə malik

olmalıdır. İnnovativ imitasiya strategiyası bazardan (istehlakçılardan) tanınmış rəqiblərin yeniliklərini kopyalamaq istəyinə yönəlmişdir. Strategiya lazımi istehsal və resurs bazasına malik olan firmalar üçün effektivdir ki, bu da təqlid olunmuş məhsulların kütləvi istehsalına və onların əsas tərtibatçı tərəfindən hələ mənimsənilməmiş bazarlarda həyata keçirilməsinə imkan verir. Bu strategiyayı seçən firmalar daha az inkişaf və tədqiqat xərclərinə məruz qalır və daha az risk alırlar. Eyni zamanda, yüksək mənfəət əldə etmək ehtimalı da azalır, çünki bu cür məhsulların istehsal xərcləri istehsalçının xərcləri ilə müqayisədə daha yüksəkdir, bazar payı nisbətən kiçikdir və təqlid olunan məhsulların istehlakçıları ona tamamilə təbii inamsızlıq yaşayır, brend ticarət adları ilə zəmanət verilmiş yüksək keyfiyyət xüsusiyyətlərinə malik məhsul almaq reputatlı istehsalçıların brendləri. İnnovativ imitasiya strategiyası istehsalçıya azad bazar segmentində möhkəmlənməyə imkan verən aqressiv marketing üsullarından istifadəni nəzərdə tutur. Gözləmə strategiyası xarici mühitdə yüksək qeyri-müəyyənlik və istehlakçıların innovasiya tələbi şəraitində risk səviyyəsinin minimuma endirilməsinə yönəlib. Strategiya müxtəlif ölçülü firmalar tərəfindən istifadə olunur. Beləliklə, böyük istehsalçılar kiçik bir innovator firmanın təklif etdiyi yeniliyin bazara çıxarılmasının nəticələrini gözləyirlər ki, bu firma uğur qazanarsa, kənara çəkilsin. Kiçik firmalar da kifayət qədər təchizat bazasına malik olsalar da, tədqiqat və inkişaf problemləri varsa, bu strategiyayı seçə bilərlər. Buna görə də onlar gözləməyi maraqlandıqları bazara daxil olmaq üçün ən real fürsət hesab edirlər. İstehlakçıya cavab strategiyası adətən sənaye avadanlıqlarının istehsalı sahəsində istifadə olunur. Bu strategiya iri şirkətlərin fərdi sifarişlərini yerinə yetirən kiçik ölçülü innovativ firmalar üçün xarakterikdir. Bu cür sifarişlərin (layihələrin) özəlliyi ondan ibarətdir ki, layihənin icrası ilə bağlı işlər əsasən sənaye inkişafı və innovasiyaların marketingi mərhələlərini əhatə edir və ETİ-nin bütün əhatə dairəsi innovativ şirkət tərəfindən həyata keçirilir. Bu strategiyayı həyata keçirən firmaların xüsusi risk altında olduğu təsdiqlənmişdir, çünki xərclərin əsas hissəsi firmanın birbaşa iştirak etmədiyi innovasiya dövrünün son mərhələlərinə düşür. Oxşar strategiyayı müəyyən iqtisadi müstəqilliyə malik, konkret istehsal ehtiyaclarına tez cavab verən və təklif olunan korporativ sifarişlərin (daxili müəssisə) məzmununa uyğun olaraq elmi-texniki fəaliyyətlərini tez uyğunlaşdırma bilən iri korporasiyaların tədqiqat şöbələri də izləyə bilər (5).

Sənaye Müəssisələrinin İnnovativ Fəaliyyəti

Əsasən, təşkilatın innovativ fəaliyyəti məhsulların (xidmətlərin) rəqabət mövqeyini gücləndirməyə yönəldilmişdir. İnnovativ strategiyalar layihə, firma və korporativ idarəetmə üçün xüsusilə çətin şərait yaradır.

İnnovativ fəaliyyətdə fəal iştirak edən sənaye müəssisələri regionun innovativ inkişafının özəyini təşkil edir, çünki onlar tək-cə tədqiqat və inkişafa deyil, həm də hər hansı məhsul, xidmət və ya işdə innovasiyaların real tətbiqinə imkan verirlər. Onlar innovasiyaların kommersionlaşdırılması və yayılmasında, innovasiya infrastrukturunun inkişafında böyük rol oynayırlar. Bundan əlavə, onlar innovasiya üçün normativ bazanın dəyişdirilməsi istiqamətlərini müəyyən edirlər. Sənaye müəssisələrinin səmərəliliyinin meyarları hazır innovasiyaların sayı, innovasiyadan əldə edilən məsrəflərin və gəlirlərin səviyyəsi, innovasiya fəallığının artmasıdır (14).

Kiçik innovativ müəssisələr çox vaxt innovativ inkişaf siyasətini müəyyən edirlər, çünki onlar innovativ məhsullar bazarında tələb və təklifin dəyişməsinə çevik reaksiya vermək, innovativ ideyaları izləmək və həyata keçirmək və innovasiyalar uğurla həyata keçirildiyi təqdirdə yüksək effektivliyə nail olmaq iqtidarındadırlar (9).

Tədqiqat institutları (Rİ) bir qayda olaraq, innovasiya fəaliyyətinin ilkin mərhələsində işləyirlər, çünki onlar fundamental və tətbiqi tədqiqatları, eksperimental inkişafı, layihə və layihə sənədlərinin hazırlanmasını həyata keçirirlər. Eyni zamanda, innovasiya prosesinin bu mərhələlərinin səmərəliliyi əsasən onun istehsalda istifadəsinin və hazır innovativ məhsulların istehlakçıya çatdırılmasının mümkünliyünü və effektivliyini müəyyən edir (10).

İnnovasiya prosesində texnoparklar xüsusi rol oynayır. Sənaye parkları torpaq, ofis sahəsi, avadanlıq, texniki vasitələr və bəzi biznes xidmətlərindən birgə istifadəyə əsaslanan firmaların birliyi (4).

Sənaye şirkətləri milli innovasiya sisteminin əsas elementidir. Onların tədqiqat və inkişaf (R&D), innovativ layihələrə sərmayələrinin həcmi müvafiq sənaye sahələrinin texnoloji inkişafına həlledici təsir göstərmək üçün kifayət qədər əhəmiyyətlidir. Bu cür təsir mexanizmləri texnologiyaların ötürülməsi və

öz inkişaflarının kommersiyalaşdırılması, elmi-tədqiqat və innovativ məhsullar (işlər, xidmətlər) üçün sifariş, şirkətin fəaliyyət göstərdiyi bazarlarda rəqabət mühitinin yaradılması, digər müəssisələrin oxşar fəaliyyətə sövq edilməsi ola bilər. Sənaye şirkətlərinin texnoloji strategiyaları işlənib hazırlanarkən, resursların cəmləşməyi prioritet texnoloji sahələrin müəyyən edilməsində innovativ inkişafın hərəkətvericiləri kimi rolunu nəzərə alınmalıdır (7).

Sənaye şirkətlərinin innovativ fəaliyyətini düzgün qiymətləndirmək lazımdır (8). Şirkətlərin innovativ fəaliyyətinin ölçülməsinə həsr olunmuş bir çox tədqiqatlar mövcuddur. Bununla belə, innovativ fəaliyyət səviyyəsinin ən tam qiymətləndirilməsinə imkan verən qiymətləndirmənin başa düşülməsi üçün vahid yanaşma hazırlanmamışdır. Ədəbiyyatda çox vaxt göstəricilərə əsaslanan yanaşmalar mövcuddur: Araşdırma və inkişaf xərcləri, patentlərin sayı, patent sitatları, bazara çıxarılan yeni məhsulların sayı və s. Bu tədqiqatın məqsədi sənaye şirkətlərinin innovativ fəaliyyətinin göstəricilərinin daha dərinədən öyrənilməsi və sənaye müəssisələrinin innovativ fəaliyyətinin çoxölçülü məcmu qiymətləndirilməsinin formalaşdırılmasıdır. Belə bir göstəricinin formalaşdırılması şirkətlərin innovativ fəaliyyətinin daha informativ qiymətləndirilməsinə və onun innovativ davranışının transformasiyasına imkan verəcək (13).

İ. Pallister öz işində innovasiyanın ölçülməsi üçün ölçüləri də müəyyən edir və onları innovasiya prosesini xarakterizə edən göstəricilərə və şirkətin innovativ fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərə bölür. Bununla yanaşı, Pallister qeyd edir ki, müxtəlif ölçmə mexanizmləri, giriş göstəriciləri və performans göstəriciləri şirkətin fəaliyyət göstərdiyi sənayedən asılı olaraq fərqlənəcək. Həqiqətən də, müxtəlif indikatorların istifadə olunduğu müxtəlif sənaye sahələrində şirkətlərin innovativ fəaliyyətlərinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi ilə bağlı çoxlu araşdırmalar mövcuddur. Məsələn, Hansen və başqalarının araşdırması meşə təsərrüfatı sənayesinin menecerləri ilə müsahibə aparmış və innovasiyaların göstəriciləri və sürücülərini müəyyən etmişdir. İvanovanın tədqiqatı həm də meşə biotexnologiyası müəssisələrinin innovativ fəaliyyətinin performans göstəricilərinin müəyyənləşdirilməsinə həsr edilmişdir. Müəllif göstəriciləri özündə birləşdirən sistem təklif edir: innovasiyalar yaratmaq üçün istehsal imkanlarının mövcudluğu; hazırlıq proseslərinin vəziyyəti; maddi-texniki ehtiyatlarla təmin edilməsi; kadr potensialı.

Bu tədqiqatlar Pallisterin müxtəlif sənayelərdəki şirkətlərdə innovasiyaların və onların effektivliyinin ölçülməsi üçün müxtəlif mexanizmlərdən istifadə edilməsinin zəruriliyi haqqında irəli sürdüyü tezisə doğruluğunu təsdiq edir. Eyni nəticəyə B. Qlassman gəlir ki, o, innovativ səmərəliliyin qiymətləndirilməsi üçün vahid məlumat toplusunu müəyyənləşdirir və ondan müxtəlif sənayelərdəki bütün şirkətlər üçün istifadə edilə bilməyəcəyi qənaətinə gəlir. Buna görə də, Qlassman konkret sənaye sahələrində şirkətlərin innovasiya prosesinin xüsusiyyətlərini xarakterizə edən subyektiv ölçülərdən istifadə etməyi təklif edir və şirkətlərin ehtiyaclarına uyğun olaraq metriklərin seçilməsinə dair tövsiyələr verir (Yüzbaşeva, 2014: 257).

Nəticə

Nəticə etibarlı ilə müxtəlif sənaye sahələrində olan müəssisələrdə innovasiyaları stimullaşdırmaq, innovasiyalar üçün ən əlverişli mühit yaratmaq üçün dövlət ilk növbədə motivasiya tədbirləri hazırlamalıdır ki, bunlar:

- ölkənin inkişafının innovativ yoluna keçid, gələcək inkişaf yoluna müəssisələrin innovativ fəaliyyətini formalaşdırma;
- innovasiya fəaliyyətinin birbaşa və ya dolayısı ilə maliyyə stimullaşdırılmasının prioritetləri, formaları və həcmi təyin olunmalı (birbaşa investisiyaların, kreditlərin, vergilərin, amortizasiyaların və digər güzəştlərin köməyi ilə);
- onlar innovasiya proseslərində iştirak etməli, hüquqi, inzibati, texnoloji, lisenziyalaşdırma və marketinq məlumatlarının məlumat banklarını yaratmalı və bununla bağlı xidmətlər göstərməlidir.

Ədəbiyyat

1. Eskindarov, M. (2016), Operativ idarəetmənin innovativ texnologiyaları, Bakı: Elm.
2. Tretyak, L. (2016), Müəssisədə İnnovativ Fəaliyyətlər.
3. Aqarkov, S., Kuznetsova E., Qryaznova M. (2011) İnnovasiyaların idarə edilməsi və dövlət innovasiya siyasəti, Bakı: Elm
4. https://studref.com/604074/menedzhment/formy_organizatsii_innovatsionnoy_deyatelnosti
5. <https://mebelsotis.ru/formy-organizacii-innovacionnoi-deyatelnosti-innovacionnaya-deyatelnost-ee-vidy-formy-i-vidy-innov/>
6. Yüzbaşeva, G.Z. (2014), Azərbaycan Sənayesinin Yenidən Qurulması, Bakı: Elm.
7. <http://unec.edu.az/application/uploads/2018/12/Abdullayeva-Fatim-.pdf>
8. <http://unec.edu.az/application/uploads/2019/10/N-sibli-Emin-brahim-o-lu.pdf>
9. https://copat.gov.az/docs/Nesrler/AZE/Innovasiya/Eqli_Mulkiyyet_innovativ_inkisaf_konteksti_nde.PDF?t=1597825888
10. <https://www.btx.az/media/files/32/file229.pdf>
11. <http://www.geostrategiya.az/news.php?id=97>
12. https://hrclub.az/files/file/documents/document_hrclubaz_196.pdf
13. [http://www.anl.az/down/meqale/adiu_elmixeb/2019/yanvar-mart/734965\(meqale\).pdf](http://www.anl.az/down/meqale/adiu_elmixeb/2019/yanvar-mart/734965(meqale).pdf)
14. http://www.untagsmd.ac.id/files/perpustakaan_digital_1/entrepreneurship%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF

Rəyçi: i.ü.f.d. Əli Hacıyev

Göndərilib: 04.04.2022

Qəbul edilib: 25.05.2022