
RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİ İNNOVASIYA STRATEGİYASININ REALLAŞDIRILMASININ İDARƏETMƏ MEXANİZMLƏRİ

Niftəliyeva Ülvyyə Vahid qızı

ADİU-nun dissertantı

Xülasə

Məqalədə müasir iqtisadi şəraitdə innovasiya strategiyasının formalaşması xüsusiyyətləri tədqiq edilmiş, innovasiya resurslarının formalaşmasının strategiyasının əsas mərhələləri nəzərdən keçirilmişdir. Məqalədə həmçinin innovasiya strategiyasının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi meyarları müəyyən olunmuş, Azərbaycan müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinə təsir edən amilləri təhlil edilmiş, rəqabət üstünlüklərinə əsaslanan strategiyanın seçilməsinin alternativ variantı təklif edilmişdir.

Açar sözlər: rəqabətqabiliyyətlilik, innovasiya layihəsi, innovasiya strategiyası, innovasiya strategiyasının səmərəliliyi

Механизм управления реализацией конкурентоспособной инновационной стратегий

Нифталиева Ульвия Вахид гызы

Диссертант АГЭУ

Резюме

В данной статье исследованы особенности формирования инновационный стратегий в современных экономических условиях, рассмотрены основные этапы стратегий формирования инновационных ресурсов. В статье также определены критерий оценки эффективности инновационный стратегий, даны анализ факторов влияющих на конкурентоспособность отечественных предприятий, предложен альтернативный вариант отбора стратегий на основе преимуществ конкуренций.

Ключевые слова: конкурентоспособность, инновационная стратегия, инновационный проект, эффективность инновационных стратегий.

Giriş

Ölkədə rəqabətqabiliyyətli firmaların mövcud olması düzgün və səmərəli innovasiya qərarlarının verilməsi və ölkənin iqtisadi potensialından səmərəli istifadə edilməsi baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir. Innovasiya potensialının formalaşması və ondan istifadə edilməsi firmaların maddi-texniki bazalarından, onların iqtisadi potensialından asılıdır. Innovasiya ideyalarının əsas hissəsi firmalarda formalaşır, onlar tərəfindən investisiya qoyuluşlarının həyata keçirilməsi üçün təhlillər aparılır və investisiya həyata keçirilir. Bu baxımdan, mikroiqtisadi səviyyədə iqtisadi subyektlərin innovasiya layihələrini hazırlamaq və həyata keçirmək imkanları ölkədə iqtisadi fəallığı müəyyən edən əsas amildir.

1. Yeni iqtisadi şəraitdə innovasiya strategiyasının formalaşması xüsusiyyətləri

Amerika iqtisadçısı M.Porter qeyd edir ki, siyasi, hüquqi və sosial və digər makroiqtisadi amillər milli inkişaf üçün potensial imkanlar yaradır. Lakin sərvət faktiki olaraq mikroiqtisadi səviyyədə yaradılır, bu, firmaların səmərəli metolardan istifadə edərək faydalı məhsul və xidmətlər yaratmaq qabiliyyətindən asılıdır [1, s. 31]. Bu baxımdan, amerika iqtisadçıları K.R.Makkonel və S.L.Bryu qeyd edirlər ki, istənilən vaxt firmalarda baxılma mərhələsində olan çoxlu sayda innovasiya layihələri mövcud olur. Yüksək faiz dərəcəsində yalnız o layihələr həyata keçiriləcək ki, onlar ən yüksək gözlənilən xalis mənfəət normasını təmin edəcəklər. Bu baxımdan, real faiz dərəcəsi yüksək olduqda investisiya qoyuluşunun da həcmi az olacaq. Real faiz dərəcəsi aşağı düşdükcə, gözlənilən xalis mənfəət norması bundan yüksək olan layihələr iqtisadi cəhətdən faydalı olacaq və bununla da investisiyanın ümumi səviyyəsi artacaqdır [2, s.195]. Göründüyü kimi, investisiya qoyuluşlarını həyata keçirə bilən firmaların mövcudluğu ölkədə innovasiya potensialını artıran, məcmu qənaətin investisiyaya çevrilməsini təmin edən zəruri şərtidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin əksəriyyətində strateji idarəetmə tətbiq edilmir. Belə hal onların inkişaf imkanlarını müəyyən etməyə və perspektiv investisiya qoyuluşlarını planlaşdırmağa mane olur. Ölkədə təsərrüfat subyektləri özünün innovasiya üzrə inkişaf strategiyasına malik olmadan arzu edilən nəticələrin əldə edilməsi üçün əsaslandırılmış fəaliyyət proqramını tərtib edə bilməz. Biznesdə müvəffəqiyyət qazanmaq üçün əsaslandırılmış innovasiya strategiyasına və bu strategiyayı uğurla reallaşdırmaq üçün səmərəli mexanizmə malik olmaq lazımdır.

İqtisadi ədəbiyyatda innovasiya davranışının artımlı üslubuna strateji perspektivdə mühafizəkar, lakin eyni zamanda sahibkarlıq üslubu kimi, daha doğrusu, sürətləndirilmiş artıma yönəldilmiş mütərəqqi üslub kimi baxılır. Bu zaman iqtisadçıların əksəriyyəti belə nəticə çıxarırlar ki, innovasiya davranışının sahibkarlıq üslubu daha çox dərəcədə yeni idarəetmədə paradigmasına – strateji idarəetməyə uyğun gəlir [3, s.63].

Strateji idarəetmə konsepsiyası nəzərdə tutur ki, işlənib hazırlanmış innovasiya strategiyası konkret ifadəsini innovasiya proqramlarının (innovasiya portfelinin) formalaşdırılması yolu ilə innovasiya fəaliyyətinin cari idarəetmə prosesində tapsın. İnnovasiya strategiyasından fərqli olaraq innovasiya proqramının formalaşması strateji qərarlar və cari innovasiya imkanları çərçivəsində həyata keçirilən orta müddətli idarəetmə prosesi sayılır. İnnovasiya fəaliyyətinin cari idarəetmə prosesi öz növbəsində real innovasiya layihələrinin həyata keçirilməsinin və innovasiya portfelinin restrukturizasiyasının operativ idarəedilməsində daha müfəssəl sonluğunu tapır.

İnnovasiya proqramının (innovasiya portfelinin) formalaşması innovasiya strategiyası məqsədlərinə yönəlməklə və ortamüddətli dövrün strateji vəzifələrini reallaşdırmaqla əsas real innovasiya layihələrinin innovasiya proqramı tərkibindən və ya əsas maliyyə alətləri qrupunun innovasiya portfeli tərkibindən seçməyin əsasında durur. Eyni zamanda, konkret qısamüddətli dövrlər baxımından innovasiya strategiyası məqsədlərin həyata keçirilməsinə yönəldilən ayrı-ayrı real innovasiya layihələrinin reallaşma müddətləri və həcmələri müəyyən edilir. Real innovasiya layihələrinin həyata keçirilməsinin və maliyyə alətlərindən ibarət innovasiya portfelinin restrukturizasiyasının operativ idarə edilməsi müəssisənin formalaşdırdığı innovasiya proqramına və innovasiya portfelinə yönəldilir və onun qısamüddətli dövrdə idarəedilməsi vəzifələri innovasiyanın ayrı-ayrı real obyektləri və maliyyə alətləri üzrə operativ innovasiya qərarlarının işlənib hazırlanmasını, zəruri hallarda isə müəssisənin investisiya proqramının (portfelinin) restrukturizasiyası haqqında qərarın hazırlanmasını nəzərdə tutur [4].

İnnovasiya strategiyasının həyata keçirilməsini hazırlıqlı mütəxəssislər-investisiya menecerləri təmin etməlidirlər. Bu menecerlər strateji idarəetmənin əsas prinsipləri ilə, real innovasiya layihələrinin və maliyyə investisiya portfelinin idarəetmə mexanizmi ilə tanış olmalı, strateji investisiya nəzarəti metodlarına sahib olmalıdır.

2. İnnovasiya resurslarının formalaşmasının strategiyasının əsas mərhələləri

Innovasiya resurslarının formalaşmasının strateji istiqamətlərinin müəyyən edilməsi mərhələsində real və maliyyə investisiyalaşmasının strateji istiqamət və formalarının həyata keçirilməsini təmin edən zəruri innovasiya resurslarının ümumi həcmi proqnozlaşdırılır, strateji dövrün ayrı-ayrı mərhələləri üzrə innovasiya resurslarına olan tələbat differensiallaşdırılır, inkişaf prosesində maliyyə tarazlığını təmin edən innovasiya resurslarının formalaşması mənbələrinin strukturu optimallaşdırılır. Innovasiya resurslarının formalaşması strategiyası firmanın yalnız investisiya deyil, həm də maliyyə strategiyasının ən mühüm tərkib elementlərindən sayılır. Belə strategiyanın işlənilib hazırlanması nəzərdə tutulan həcmə fasiləsiz innovasiya fəaliyyətini təmin etməyə, bu məqsədlərə yönəldilən xüsusi maliyyə vəsaitlərini daha səmərəli istifadə etməyə, eləcə də uzunmüddətli perspektivdə firmanın maliyyə sabitliyini qoruyub saxlamağa xidmət etməlidir. Firmanın innovasiya resurslarının formalaşması strategiyasının işlənilib hazırlanması aşağıdakı mərhələlər üzrə həyata keçirilir [4, s.123]:

- innovasiya resurslarına tələbatın proqnozlaşdırılması (o cümlədən, yeni tikintiyə, maddi və qeyri-maddi aktivlərin əldə edilməsi);
- müxtəlif mənbələr hesabına innovasiya resurslarının formalaşması imkanlarının öyrənilməsi;
- ayrı-ayrı innovasiya proqramları və layihələrinin maliyyələşmə metodlarının müəyyən edilməsi (tam özünümaliyyələşdirmə, səhmləşdirmə, kredit maliyyələşdirilməsi, lizinq və s.);
- innovasiya resurslarının formalaşması mənbələrinin strukturunun optimal-laşdırılması (kapitalın qiymətinin, maliyyə dayanıqlığının, gözlənilən mənfəətin və rentabelliğin).

Innovasiya fəaliyyətinin əsas aspektləri üzrə innovasiya siyasətinin formalaşması mərhələsi nəzərdən keçirilən perspektivdə innovasiya fəaliyyətinin məqsəd və vəzifələrini onların əsas reallaşma mexanizmləri ilə birləşdirilməsini təmin etməyə imkan verir.

3. Innovasiya strategiyasının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi meyarları

İşlənilib hazırlanmış innovasiya strategiyasının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi mərhələsində innovasiya strategiyasının işlənilib hazırlanması prosesi yekunlaşır. Belə qiymətləndirmə xüsusi iqtisadi və qeyri-iqtisadi meyarlar

sistemi üzrə aparılır. Bu meyarlar aşağıdakılardan ibarətdir [4, s.124]:

1. Innovasiya strategiyasını baza strategiyası ilə uyğunlaşdırmaq. Bu zaman strategiyaların məqsədləri, istiqamətləri və reallaşdırma mərhələləri üzrə uyğunlaşma tədqiq olunur.

2. İnnovasiya strategiyasının daxili tarazlığı. Belə qiymətləndirmə prosesində müəyyən edilir ki, ayrı-ayrı strateji məqsədlər və innovasiya fəaliyyətinin istiqamətləri, eləcə də onların yerinə yetirilməsi ardıcılığı öz aralarında nə dərəcədə uyğunlaşdırılır.

3. İnnovasiya strategiyasının xarici mühitlə razılaşdırılması. Bu zaman işlənib hazırlanmış innovasiya strategiyasının ölkənin investisiya mühitinin və iqtisadi inkişafının proqnozlaşdırılan dəyişməsinə nə dərəcədə uyğunluğu, eləcə də innovasiya bazarının konyunkturu qiymətləndirilir.

4. Mövcud resurs potensialı nəzərə alınmaqla innovasiya strategiyasının həyata keçirilməsi mümkünlüyü. Belə qiymətləndirmə prosesində, ilk növbədə, öz vəsaitləri hesabına maliyyə resurslarının formalaşmasında potensial imkanlar nəzərdən keçirilir. Bundan başqa, innovasiya strategiyasının reallaşmasına tələb olunan maliyyə, texnoloji, xammal, enerji və digər resursların cəlb edilməsi imkanına da baxılır.

5. İnnovasiya strategiyasının reallaşması ilə bağlı risk səviyyəsinin qəbul edilməsi mümkünlüyü. Belə qiymətləndirmə prosesində əsas innovasiya layihəsi risklərinin səviyyəsi və firma üçün onların mümkün maliyyə nəticələri nəzərdən keçirilir.

6. İnnovasiya strategiyasının səmərəliliyi. İnnovasiya proqramlarının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, hər şeydən əvvəl, onların reallaşdırılmasının iqtisadi səmərəliliyinin müəyyən edilməsinə əsaslanır. Bununla yanaşı, həm də innovasiya strategiyasının reallaşdırılması prosesində əldə edilən qeyri-iqtisadi nəticələr də qiymətləndirilir.

Beləliklə, firma və müəssisə səviyyəsində investisiya qoyuluşlarını həyata keçirilməsi müəyyən strategiyaya əsaslanmalı, bu strategiya isə xarici mühitin şərtlərini və müəssisənin iqtisadi potensialını nəzərə almaqla hazırlanmalıdır.

Beynəlxalq təcrübə sübut edir ki, şirkətin ümumi məsrəflərinin orta sahə üzrə müəyyənlanmış məsrəflərdən yuxarı olmaması onun rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəldir. Daha yüksək strateji proqramla işləyən şirkət orta sahə göstəriciləri ilə deyil, ən yüksək rəqabətqabiliyyətli şirkət göstəriciləri ilə müqayisə edərək öz xərclərinin törəmə mənbələrini aşkarlayır və öz strategiyalarında lazımi dəyişikliklər aparırlar. Prof. M.Ə.Axundovun fikrincə, şirkət o vaxt rəqabətqabiliyyətli hesab edilir ki, o rəqib şirkətlərin təsiretmə gücündən mühafizə oluna bilsin və istehlakçıları özünə cəlb etmə imkanına malik olsun [5, s.123]. İqtisadçı alim mütəxəssislər tərəfindən rəqabətqabiliyyətli strategiyanın aşağıdakı kimi beş sinfə bölünməsinə təqdir edir:

1. Daha az məsrəflər hesabına liderlik strategiyası.

-
2. Xüsusiyyətlərinə görə fərqləndirmək strategiyası.
 3. Ən əlverişli qiymət strategiyası.
 4. Fəaliyyətin az xərcli sahələrə yönəldərək bazarın ucuz mallar segmentinə yiyələnməyə həsr etmək.
 5. Fəaliyyətini daha fərdi məhsul istehsal etməklə bazarın fərdi segmentinin tutulmasına həsr etmə strategiyası.

4. Azərbaycan müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyinə təsir edən amillərin təhlili

Maşınqayırma müəssisəsinin rəqabət qabiliyyətliliyini aşağıdakı amillərlə müəyyən etmək olar:

- məhsulun və xidmətin keyfiyyəti;
- marketing və satışın effektiv strategiyası olması;
- heyətin və menecmentin ixtisas səviyyə;
- istehsalın texnoloji səviyyəsi;
- müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi vergi mühiti;
- maliyyələşdirmə mənbələrinin mümkünlüyü.

Azərbaycan əmtəələrinin ənənəvi olaraq aşağı keyfiyyətliliyi heç də keyfiyyətli məhsul yaratmaq və istehsal etmək qabiliyyətsizliyinin nəticəsi deyildir. Bazarın tələblərinə cavab verən əhəmiyyətli dərəcədə yeni məhsulu yaratmamaq və ya təkmilləşdirməmək üçün heç bir ciddi səbəblər yoxdur. Əgər müəssisənin mühəndis-layihə xidmətinin inkişaf səviyyəsi öz qüvəsilə rəqabət qabiliyyətlili məhsul yaratmağa imkan vermirsə, onda lisenziyanın əldə edilməsi haqda, bazarda liderlik edən müəssisələrə müraciət etməyə heç nə mane olmur. Belə təcrübə Çin, Cənubi Koreya və bir çox başqa ölkələrin müəssisələri tərəfindən müvəffəqiyyətlə tətbiq edildi. Həm də bu ölkələrin müəssisələri tarixən texnoloji səviyyəyə və mühəndis-layihə əməllərinə görə Azərbaycan müəssisələrindən xeyli geri qalırdı. Azərbaycan müəssisələrinin yüksək keyfiyyətli və rəqabətə davamlı məhsulu istehsal etmək qabiliyyətinin olmaması köhnəmiş texnoloji avadanlıqların olmasıdır. Bəs müasir avadanlıqların əldə edilməsi üçün imkanların olduğu və sərhədlərin açıq olduğu vaxtda ən yeni avadanlıqların əldə edilməsinə mane olur? Digər tərəfdən, müəssisə bu gün tələb olan texnoloji avadanlıqlara malik olmayan müəssisələr zəruri avadanlıqlara malik olan digər müəssisələrdən zəruri detal və hissələri sifariş verə bilər.

Məhsulun istehsalının bütün mərhələlərində onun keyfiyyətinə nəzarətin təmin edilməsi həmçinin texniki problemdən çox, təşkilati-idarəedici problemdir. MDB bazarında, müəssisələtin hazırlığı üçün və ISO9000 standartlarına müvafiq olan keyfiyyətin idarə edilmə sistemlərinin tətbiqi üzrə müvəffəqiyyətlə xidmət göstərən məsləhətçi şirkətlər iştirak edirlər.

Azərbaycanda sənaye üçün yeni məhsulların və ideyaların mənbəyi kimi çıxış edə bilən tələb olunmamış iri miqyasda innovasiya potensialı mövcuddur. İşləmələrin müəllifləri yeni ixtiralara əsaslanan orijinal və rəqabətə davamlı məhsulun istehsalını və satışını təşkil etmək imkanı tapmağa cəhd edirlər. İxtiraçının yalnız yeni məhsul ideyası əsasında kapitalı cəlb etmək şansları təcrübəyə, istehsal imkanına və ixtisaslı heyyyətinə malik olan, yeni məhsulun istehsalını mənimcəməyi planlaşdıraran sənaye müəssisələrinin imkanından əhəmiyyətli dərəcədə aşağıdır. Buna baxmayaraq alimlərin və sənayeçilərin effektiv əməkdaşlıqlarının nümunələri faktiki olaraq mövcud deyildir. Səbəb odur ki, bizim ölkədə iş vençur maliyyələşdirməsi mexanizmləri kifayət dərəcədə inkişaf etməmişdir. Məsələn, Tayvanda qanunvericiliklə müəyyən edilib ki, ixtiranın müəllifi onun kəşfinin əsasında məhsulun istehsalına və satışına hüquqların verildiyi korporasiyadan müəssisənin texniki səhmlərinin 15 %-ə qədərini ala bilər.

Beləliklə, Azərbaycan müəssisələri yeni rəqabətə davamlı məhsulun yaradılması və onun istehsalının yüksək keyfiyyətin təmin edilməsi məsələlərinin həlli üçün bütün şəraitə və imkanlara malikdir. Həm də bu problem müstəsna olaraq təşkilati-idarə etmə tədbirləri vasitəsi ilə müəssisənin inzibati tələfəndən həll edilə bilər.

Azad bazarda müəssisənin fəaliyyətini ədalətli olaraq cəbhədə ordunun fəaliyyətilə müqayisə edirlər. Həqiqətən də, azad bazarın şərtlərində müəssisənin işi, nəticəsinin ya müəssisənin sağ qalması və inkişafı, ya da ki, onun müflüsləşməsi ola biləcəyi sətir müharibədə iştirakından başqa bir şey deyildir. Əgər ordunun başçıları öz əsgərlərini vəziyyətin ilkin kəşfiyyatı aparılmadan, müəyyən strategiyasız və dəqiq plansız rəqibin üzərinə hücum atırsa, onda istənilən ordu məğlubiyyətə məhkumdur. Korporativ strategiyaya və inkişaf planlarına malik olan Azərbaycan müəssisələrin sayı çoxdurmur? Əgər direktorda plan yaranırsa, onda onun icrasına da ehtiyac yaranır. Plan var - hərəkətlər ölçülüb biçiləcəkdir, əgər yox reflektiv tələş olacaq. Digər tərəfdən, plan meyarları müəyyən etməyə və menecerin işinin effektivliyinə imkan verir. Sözsüz, əvvəlcədən düşünülmüş, dəqiqlikdə yerinə yetiriləcək ideal planlar mövcud olmur. Planlar strategiya və taktikaların müəyyənedilmələri üçün işlənilir hazırlanır, həyat isə öz təşhihlərini daxil edir. Buna baxmayaraq başa düşmək lazımdır ki, müəssisənin rəhbəri üçün planlaşdırma prosesi özü-özlüyündə vacibdir. O, tamamilə müəyyən olunmuş məqsədlərə nail olmaq üçün zəruri resurslar səfərbər etmək üçün və idarəetmə-inzibati qərarların qəbul

olunması prosesinin xotikdən yaxşı təşkil edilmiş, ardıcıl və məntiqi prosesə çevrilməsinə imkan verir. Beləliklə, planlaşdırma – geriye addım deyildir və bazar şəraitində müəssisənin inkişafı və rəqabətə davamlılığının təmin edilməsi üçün zəruri olan gələcəyə baxışdır.

Strategiyaya və konkret hərəkət planına malik olmayan heç bir səhmdar cəmiyyət və onun heç bir bala müəssisəsi biznes nöqteyi-nəzərindən, gələcək gəlirlərin proqnozunun nəzərə alınması baxımından investorlar tərəfindən qiymətləndirilə bilməzlər. Belə müəssisə ağırlaşdırılmış öhdəçilikli aktivlərin sadəcə bir yığımını verir. Başqa sözlə, korporativ strategiyanın olması müəssisənin bazar dəyərinin formalaşmasını təmin edir.

İnkişaf strategiyasının seçimi müəssisə restrukturlaşdırmasında əsas dəyərə malikdir. Dəqiq strategiyaya malik olmadan fəaliyyətdə hansısa bir əhəmiyyətli müvəffəqiyyətlərə nail olmaq qeyri-mümkündür, belə ki, strategiyanın uyğunluğu cari fəaliyyətin qarşıya qoyulmuş məqsədə uyğunluq səviyyəsinin qiymətləndirilməsində vacib ölçü meyardır.

Nəticə

Hər bir təsərrüfat subyekti üçün qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmağa səmtlənmiş və sərəncamlarında olan resurslardan maksimal dərəcədə effektiv istifadə edən məntiqi və iqtisadi düşünülmüş strategiya tələb olunur. Strategiyanın reallaşdırılmasının hər bir mərhələsi sonrakı mərhələlərin müvəffəqiyyətlə reallaşdırılması üçün əsas yaratmalıdır. Fəaliyyətin, inkişafın imkanlarını və onun təhdidlərini, həmçinin zəif tərəfləri və rəqabət üstünlüklərini müəyyən etməyə imkan verən ətraflı təhlil aparmaq vacibdir ki, bunun əsasında da iqtisadi strategiya qurula bilər. Təhlilin nəticələri əsasında məqsədlər qurula, iqtisadi strategiyanın reallaşdırması üzrə kompleks tədbirlər işlənilib hazırlana, hərəkətlərin və prioritetlərin ardıcılıqları müəyyən edilə bilər.

İstifadə olunan ədəbiyyat

1. Porter, M.E. Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index. Harvard Business School, Boston, 2003, 154 p.
2. Макконелл К.Р., Брю С.Л., Экономикс: принципы, проблемы и политика. Том 1. М.: ИНФРА-М, 2003, 533 с. с.195.
3. Ефимов Т.Е. Стратегическое планирование на предприятиях в системе инвестиционной модели. Сб. научных трудов РГТМУ, 2005, с.61-67.

4. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. -Спб. Литер, 2004, 464 с.

5. Axundov M.Ə. Strateji idarəetmə. Bakı, “Ağrıdağ”, 2001