

DOI: <https://www.doi.org/10.36719/2663-4619/73/64-69>

Jalə İlham qızı Əzizova
Bakı, Azərbaycan
ms.gulnar_babayeva@mail.ru

BİZNES STRATEGİYASINDA İNNOVASIYALARIN İDARƏ EDİLMƏSİ

Xülasə

İnnovasiya strategiyasında “fərqliləşmə” təmin edəcək addımlar müəyyən edilməli və bu addımları atmaq üçün lazım olan tədbirlər də strategiyayı açıq şəkildə dəstəkləməlidir. Məqalədə qeyd olunur ki, müəssisənin bütün vahidləri isə innovasiya strategiyasının həyata keçirilməsində məsul olmalıdır. Bu səbəblə, strategiyanın əlaqədar vahidlər arasında qarşılıqlı təsir yaratmağı hədəfləyərək hazırlanması böyük əhəmiyyət daşıyır. İnnovasiyanın xüsusilə sisteməlik ekoloji analizdən sonra gələcəyə yönəlmiş dəyişmələri, istehlakçı davranışlarını və texnoloji inkişafı izləyərək strategiya inkişaf etdirən, yeni xarici mərkəzli prosesi izləyən müəssisələrdə daha ön plana çıxdığı görünür.

Açar sözlər: *biznes, innovasiya, idarəçilik, müəssisə, rəqabət, məhsul*

Management of innovations in business strategy

Summary

The innovation strategy should identify steps that will ensure “differentiation” and the measures needed to take these steps should clearly support the strategy. The article notes that all units of the enterprise should be responsible for the implementation of the innovation strategy. For this reason, it is important to develop a strategy aimed at creating interactions between the relevant units. Innovation seems to come to the fore, especially in enterprises that develop strategies by tracking future changes, consumer behavior, and technological developments after a systematic environmental analysis.

Key words: *business, innovation, management, enterprise, competition, product*

Giriş

İqtisadiyyatın inkişafının, səmərəliliyinin yüksəldilməsinin və rəqabətlik qabiliyyətinin artmasının əsas amili innovasiya fəaliyyətidir, bazis və yaxşılaşdırıcı innovasiyaların mənimsənilməsi və yayılmasıdır. O, sosial-iqtisadi və texnoloji inkişafın proqramlaşdırılmasının, stratejiyə indikativ planlaşdırılmasının, proqnozlaşdırılmasının vacib obyektidir.

İnnovasiya fəaliyyəti məhsulların rəqabətlik fəaliyyətini yüksəltmək üçün elmi-texniki nailiyyətlərdən istifadədir, gəlirlərin artırılması və ya digər səmərəli effektlərin alınmasıdır.

İnnovasiyalar bütün sosial-iqtisadi inkişaf sferalarında həyata keçirilir, onlar yenilik, yayılma sferası və alman nəticələrin, səviyyələri ilə seçilir.

Makroiqtisadiyyatın strateji planlaşdırılması və proqnozlaşdırılmasının əsas predmeti texnika və texnologiyanın yeni nəslinin, radikal ekoloji, təşkilati - idarəetmə və sosial innovasiyaların mənimsənilməsi və yayılması üçün texnoloji bazis innovasiyalarıdır. Yeni texnika modellərinin, texnoloji modifikasiyalarının, istehsalatın təşkilinin və idarə edilməsinin əsasında artıq mənimsənilmiş bazar pıxtılaşdırmanın genişləndirilməsinə istiqamətləndirilmiş bu sferalardakı yaxşılaşdırıcı, təkmilləşdirici innovasiyalar mikrosəviyyədə korporativ strateji planlaşdırmanın və proqnozlaşdırmanın predmetidir (1, s.67).

İnnovasiyaların mənimsənilməsi qeyri-bərabər həyata keçirilir, müxtəlif davamətmə müddətli tsikllərə müvafiq olaraq bu proses tətbiq edilir. İnnovasiyaların sürətli inkişafı depressiyanın sonundakı fazada alınır və iqtisadiyyatın canlanmasını, əsas kapitalın innovasiyalı yeniləşməsinə, əsasən iqtisadi tsiklin bu fazadakı innovasiya süni canlanmasının məzmununu ifadə edir, əsasını təşkil edir.

İnnovasiya həyata keçirməyən sahibkarlar rəqabətlik qabiliyyətini itirirlər və iflasa uğrayırlar. Səmərəli innovasiyalar həyata keçirən sahibkarlar isə müəyyən müddət ərzində (yeni texnologiyalar və ya məhsullar tam yayılana qədər) əlavə innovasiya gəlirləri, texnoloji üstünlük əldə edir.

Əsas hissə

Son zamanlar qabaqcıl şirkətlərdə məqsədyönlü şəkildə strateji istiqamətləndirmə izlənilir. Bu ilk növbədə, üstün texnologiyadan, elmi-texniki son uğurların operativ istifadə edilməsinin yüksəldilməsi, bazarda hissəsinin axtarılması və planlarının işlənilməsi sferalarında rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsilə bağlıdır. Nəticə etibarilə yenilik prosesinin idarə olunmasının müasir metod və yaxınlaşmalarına olan tələbat çoxalmışdır (4, s.17).

Dövrümüzdə inovasiya əməliyyatlarının idarə olunması sahəsində ən effektiv metod program-məqsədli yanaşma metodu hesab olunur. Belə ki, innovasiyanın tətbiq edilməsinin praktiki nəticələri ancaq o vaxt yüksək ola bilər ki, idarəetmə niyyətli sistemə əsaslandırılınsın. Bu cür sistem məlum ierarxiyanı bir-biriylə uyğunlaşdırır. Bundan əlavə, idarə edilməyə program məqsədli yanaşma konkret özünüidarəetmə funksiyalarını özündə daşıyan dinamik təşkilatı quruluşun formalaşmasına imkan verir. Hazırlanmış ierarxik model imkan verir ki, bütün ehtiyatlar qarşıya qoyulan məqsədlərin yerinə yetirilməsinə doğru yönəlsin. Bir çox səviyyə zənciri kompleks xarakter daşdığı üçün innovasiya prosesinin inkişafı və idarə edilməsi məsələlərin tam şəkildə həll edilməsinə təbə olur. Program-məqsədli yanaşmanın başlıca prinsipləri aşağıdakılardan ibarətdir;

- programın sonuncu məqsədi dəqiq şəkildə müəyyən olunsun, onun nəticəsi və həmçinin ona nail olmağın qaydaları formalaşdırıla bilsin;
- idarə olunan prosesin planlaşdırılması, son programa münasibətdə kompleks sürətdə aparılması, yəni işin xarakterindən və icraçıların müəssisənin ayrı-ayrı bölmələrinə mənsub olmasına baxmayaraq, məqsədin reallaşdırılması üçün mühüm olan, planda nəzərdə tutulan bütün işlər reallaşdırılmalıdır;
- istənilən məsələnin və programın müəyyən bir hissəsinin icra olunmasında şəxsi cavabdehlik müəyyən edilir (12, s.98).

Beləliklə, İstənilən iqtisadi subyektin fəaliyyətinin idarə olunmasına onun məqsədinin müəyyən olunmasından başlanılır. Məsələn, təşkilat özü qarşısına məlum miqdar mənfəət qazanmaq, satış bazarında bir yaxud da bir neçə segmenti “zəbt” etmək, ödənilmiş dividəndin məlum ölçüsünə nail olmaq kimi qarşısına məqsədlər qoya bilər. Qarşıya qoyulmuş məqsəd bir tərəfdən müəssisənin sahədə real vəziyyəti, ölçüsü (iri, orta, kiçik), inkişafı (intensiv, ekstensiv), bazar davranışı (bazarın fərqli sektorlarına differensiasiya edilmiş yanaşma olmaması; ayrı-ayrı bazar sahələrinə çıxmaq imkanı), təşkilatı quruluşu və bu kimi faktorlarla uzlaşdırılmalıdır. Başqa tərəfdən, qeyd olunan faktorlar məqsədin reallaşdırılması dövründə dəyişə bilər.

Çox vaxt, müəssisə öz məqsədlərini müəyyənləşdirdikdən sonra, ona nail olmaq strategiyasını ərsəyə gətirir. İdarəetmə sistemində 3 tip strategiya müəyyən olunur: funksional strategiya; korporativ strategiya; ayrı-ayrı təsərrüfat vahidlərinin strategiyası. Korporativ strategiya - ümumilikdə müəssisənin perspektiv şəkildə inkişafını müəyyənləşdirir. O, müəssisənin missiyasının tamamlanmasına istiqamətlənir və müəssisənin fəaliyyətinin başlıca məqsədi olan - maksimum mənfəət qazanmasına xidmət edir. Korporativ strategiya səviyyəsində təsərrüfat fəaliyyəti növünün seçilməsi, müəssisənin uzunmüddətli rəqabət üstünlüyünün saxlanması; resursların ayrı-ayrı stratejik zonalar üzrə paylaşdırılması kimi vacib məsələlər üstün səviyyəli menecerlər tərəfindən icra edilir [8, s.98].

Müəssisədə funksional strategiya hazırlanarkən hər bir fəaliyyət istiqamətləri üzrə, ən başlıca funksional hissələri tərəfindən formalaşdırılır. Həmin strategiya aşağıdakı istiqamətlərdə işlənilə bilər: marketing, istehsal, maliyyə, heyət, innovasiya və investisiya.

Müəssisənin funksional olan strategiyası - onun korporativ strategiyasının daha da dərinlən tədqiq edilməsində (müəssisənin başlıca məqsədinin reallaşdırılmasına) və ayrı-ayrı təsərrüfat vahidlərini resurs təminatına yönəlir.

Əsas funksional bölmələrin strategiyalarının işlənilməsi ilə funksional bölmənin menecerləri məşğul olur.

Təsərrüfat vahidlərinin strategiyası - (biznes-strategiyası çox vaxt iki məqsədin – dəqiq növ məhsulun rəqabət üstünlüyünü təmin etmək və onun mənfəətliliyinin yüksəldilməsinə xidmət göstərir.

Belə səviyyədə qəbul olunan strateji həllər başlıca olaraq yeni məhsul növünün yaradılması, əmtəəlik məhsul istehsalının genişləndirilməsi, və ya azaldılması, müasir texnologiyaların investisiyalasdırılması, müəssisələrin yeni regionda işləmələri ilə və s. ilə bağlı olur. Bu səviyyədə strategiyaların işlənilməsilə,

korporativ strategiyasının işlənməsilə məşğul olan menecerlərin məsləhəti və köməyi ilə biznes-vahidlərin rəhbərləri və menecerləri məşğul olurlar. Müəssisənin fərqli növ strategiyaları birlikdə müəssisənin strateji yığımı olaraq adlanır (7, s.23).

Müəssisənin effektiv inkişafının təmin olunmasında innovasiya strategiyasının işlənməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu rol aşağıdakılarla xarakterizə olunur:

- hazırlanmış innovasiya strategiyası - müəssisənin uzunmüddətli innovasiya strategiyasının sosial və iqtisadi inkişafının reallaşdırılması mexanizmini təmin edir;

- o, xarici şəraitdə baş verən dəyişkən, dinamik proseslərin yeni perspektiv innovasiya imkanlarının istifadə olunmasını təmin edir;

- innovasiya strategiyasının işlənməsi müəssisə tərəfindən nəzərə alma bilinməyən xarici mühit faktorlarının dəyişməsinə müvafiq strategiya variantlarının öncədən müəyyən olunmasını təmin edir və bununla müəssisə fəaliyyətinə mənfi təsiri minimuma salır;

- o özündə rəqabətdə olanla müqayisədə müəssisənin innovasiya fəaliyyətinin üstünlüyünü göstərir;

- müəssisənin innovasiya strategiyasının olması, perspektiv cari və operativ idarə etmə arasında dəqiq olaraq qarşılıqlı əlaqəni təmin edir;

- innovasiya strategiyası sistemində mühüm meyarlar əsasında innovasiyanın idarə olunması üzrə qərarlar qəbul olunur (9, s.76).

Bayaq qeyd edilən kimi, ən əsas funksional strategiyadan biri - məhz innovasiya strategiyasıdır. Həmin strategiyanın əsasında müəssisələrinin innovasiya siyasəti formalaşdırılır.

Müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında mühüm şərtlərdən biri müəssisələrdə davamlı şəkildə istehsalın texnologiyasının təkmilləşdirilməsidir. Bu da müəssisədə aparılan innovasiya siyasətinin vacib tərkib hissələrindən hesab olunur.

Aparılmış təhlil nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, uzunmüddətli planlarda yeni texnikanın və texnologiyaya kapitalın qoyulması iqtisadi artım və istehsalın effektivliyinin yüksəldilməsində həlledici amildir. Ancaq, bir amili nəzərə almaq lazımdı ki, əgər idarəetmə kifayət qədər səviyyədə olmasa müasir texnika və texnologiya istehsalın effektivliyinin artırılmasını təmin etməyəcək və nəticədə müəssisənin effektivliyi öz əvvəlki səviyəsindən də aşağı enəcəkdir. Sadəcə bunu demək olar ki, yeni texnologiya və texnikanın istehsala tətbiq edilməsi istehsalın effektivliyinin çoxaldılmasına zəmanət verməyəcəkdir.

Demək, təzə texnika və texnologiyanın tətbiq edilməsi öz sırasında istehsalın idarə olunmasını çətinləşdirir və nəticə olaraq daha dəqiq və daha sürətli idarəetməni tələb edir. Dünyada bir sıra öncül firmaların təcrübəsindən məlumdur ki, əgər istehsalın idarə olunması lazımi səviyyədə qurulmasa müəssisə bazarda öz əvvəlki mövqesini də itirə bilər və bununlada effektivliyi aşağı enə bilər (10, s.82)

İstehsalın ən yüksək effektivliyinə nail olmaq məqsədilə istehsalın təşkil edilməsinin təkmilləşdirilməsində yeni investisiyalaşdırma bir çox tərkib hissələrə ayrılır. Göstərmək lazımdır ki, onların heç biri özünün əhəmiyyətinə görə məmulatın lahiyələndirilməsi, konstruksiyalaşdırılması və işlənməsilə müqayisə oluna bilməz.

Sənayedə bir sıra sektorların real vəziyyətinin təhlil edilməsi qeyd olunan fikrin doğruluğunu təsdiq etmişdir. Məhsulun layihələndirilməsi müəssisədə əmək məhsuldarlığı ilə və işin keyfiyyəti ilə bilavasitə bağlıdır. Məhsulun layihələndirilməsinin düzgün təşkil edilməsi hesabına istehsalın effektivliyinin və işin keyfiyyətinin artırılması layihələndirilmədə iki yanaşmaya əsaslanır:

1. Məmulatın asanlaşdırılması və onun tərkib hissələrinin azaldılması,

2. Məmulatın layihələndirilməsi onun texnologiyasının layihələndirilməsi və işlənməsi ilə daha da sıx integrasiyasıdır.

Məmulatın konstruksiya çətinliyi onu təşkil edən komponentlərinin funksiyalarının çoxaldılmasına səbəb olur. Bu isə öz növbəsində texnologiya xidmətinin qurulmasında onun daha çox elementlərinin mövcud olmasını tələb edir.

Deməli mürəkkəblik-istehsalın stabilliyinin və ahəngdarlığının pozulmasının başlıca səbəblərindəndir.

Texnoloji proseslərin stabilliyi istehsalın yüksək səmərəliliyinə nail olmağın başlıca şərtidir.

Mürəkkəblik məhsuldarlığı bir daha ona görə aşağı salır ki, keyfiyyətə nəzarət üçün əlavə problemlər yaradır. Bu isə əlavə resurs xərcləri və vaxt tələb edir.

Deməli məhsulun konstruksiya mürəkkəbliyinin aşağı salınması eyni zamanda əmək məhsuldarlığının və məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə səbəb olur. Əgər bu məsələ ilə ciddi məşğul olunmazsa yeni məhsulun yaradılması istehsalın mürəkkəbliyini artırma bilər. ABŞ-ın qabaqcıl müəssisələrinin təcrübəsi əsasında müəyyən edilmişdir ki, məmulatın mürəkkəbliyinin aşağı salınması, onun komponentlərinin sayının azaldılması məqsədilə konstruksiya işlərinin əlavə olaraq aparılması eyni zamanda məhsulun keyfiyyətinin və məhsuldarlığının yüksəldilməsini təmin edir (11, s.76).

Müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında yeni idarəetmə strategiyasının formalaşması ayrıca yer tutur. Yeni idarə etmə strategiyası müəssisədə investisiyanın strukturunun dəyişməsi ilə istehsalda innovasiya prosesinin təşkil edilməsi ilə, istehsalda təzə texnika və texnologiyanın tətbiq edilməsi ilə birbaşa əlaqədardır. Onu da göstərək ki, müəssisədə strategiyanın dəyişməsi ümumi xərclərin səviyyəsinin azaldılması həddində olmalıdır. Bu isə müəssisədə mütəmadi şəkildə istehsal xərclərinin azaldılmasını, istehsalın texniki səviyyəsinin modernləşdirilməsini tələb edir.

İstehsalın təkmilləşdirilməsində ənənəvi şəkildə yanaşma aşağıdakılarla bağlıdır: (5, s.14)

- istehsalın texnologiyasında və məhsulda dəyişikliklərin həyata keçirilməsi marketinq tələbləri və ya mühəndis işləmələrinin nəticəsi ilə əlaqədar olur. İstehsalın cəldliyi mahiyyət etibarilə bu şərtlərə sürətlə reaksiya verməkdir.

- istehsalın şərtlərinin azaldılması müxtəlif şəxslərin əmək məhsuldarlığının artırılması, məhsul çıxımının artırılması olduğu bir çox rəhbərlər tərəfindən qəbul olunur.

- istehsal prosesinin şaquli halda inteqrasiya olunması əməyin dərin texnolojik bölgüsünə əsaslanır. Nəticə olaraq, bir çox sahələrdə yerinə yetirilmiş ayrı-ayrı texnoloji əməliyyatlar istehsal balanslılığını, istehsalın avadanlıqlarının sazlanmasını, hazır detalların və hissələrin bir yerdən başqa bir yerə daşınmasının balanslılığını pozur.

- Müəssisənin təsərrüfatçılığının aşağı səviyyədə olduğu dövrdə işçilərin bir qisminin işdən çıxarılmasının, yüksəltdiyi dövrdə əlavə işçi qüvvələrinin işə cəlb edilməsini qəbul edirlər. Bu da düzgün deyildir.

- öz aralarında rəqabətdə olan mal göndərənlər, ən aşağı qiymətə mal satanlardan xammal və material almağa cəhd edir (3, s.89).

Yeni idarəetmə təfəkkürünə malik olanlar isə buraxılan məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinin istehsalın texnika və texnologiyasının dəyişdirilməsinin təkcə xarici mühit təsiri ilə deyil daxili mühit amillərilə əlaqədar olduğunu mütəmadi olaraq nəzərə alırlar.

Yeni investisiyanın səmərəliliyinin yüksəldilməsi və ən çox artıma nail olmaq məqsədilə istehsalın təkmilləşdirilməsini bir neçə tərkib hissələrə ayırlır. Burada layihələndirmə, konstruksiyalaşdırma və yeni məhsulun işlənməsi xüsusilə əhəmiyyətlidir. Yeni məhsulun layihələndirilməsi müəssisədə əmək məhsuldarlığının yaxşılaşdırılması ilə bir-başa əlaqədardır.

Məmulatın konstruksiya mürəkkəbliyi məmulatı təşkil edən komponentlərin funksiyası ilə bağlıdır, nəticədə məlum məmulat istehsalını mənimsəmək üçün yuxarıda qeyd edilən tələbləri ödəyən texnoloji xətlərin qurulmasını tələb edir. Məmulatın və texnologiyanın mürəkkəbliyi istehsalın dayanıqlığının və ahəngdarlığının düşmənidir. Texnoloji prosesin stabilliyi istehsalın yüksək səmərəliliyinə nail olmağın başlıca şərtidir. İstehsalın mürəkkəbliyi bir daha onunla əlaqədardır ki, məhsulun keyfiyyətinə nəzarət üçün əlavə problemlər yaradır, bu isə əlavə resurs xərcləri və vaxt tələb edir.

İstehsalın modernləşdirilməsində ən əsas yerlərdən birini yeni texnologiyanın və texnikanın tətbiq edilməsi tutur.

Rəqabət mübarizəsindən qalib gəlmənin ən vacib şərtlərindən biri də firmanın müasir yeni avadanlıqlarla təchiz etməklə yeni üstün məhsulların istehsal prosesinin mənimsənməsidir. Bu halda uzun dövr ərzində bu üstünlüyü əldə saxlamaq vacib şərtidir. Yeni məhsulların işlənməsinin və hazırlanmasının başlıca məqsədi bazarda pay uğrunda mübarizədir, bu zaman istehsalçıların və istehlakçıların marağı da mütləq nəzərə alınmalıdır.

Yeni texnologiyalar məhsulun istehsal xərclərinin azaldılmasını, məhsulun keyfiyyət və etibarlılığının yüksəldilməsini istehsalın çevikliyinin artırılması hesabına firmanın rəqabət qabiliyyətinin artmasını təmin edir.

Yeni məhsulun işlənilməsi və yeni texnologiyanın yaradılmasının ümumi səmərəliliyini artırır.

Nəticə

Aparılmış təhlil nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, müəssisənin yeni məhsul istehsal etmək qabiliyyəti gələcək müvəffəqiyyətin əsas amilidir. Lakin bu qabiliyyət sadəcə olaraq müəssisənin tədqiqat xidmətlərinə diqqətin artırılması deyildir. Bu müəssisənin idarəetmə aparatının bütün bölmələrinin bacanlıq inteqrasiyasıdır. Yeni məhsulun yaradılması layihələrinə ənənəvi yanaşma ondan ibarətdir ki, idarəetmə aparatının hər bir xidmət bölməsi özlərinin məhdud rolunu yerinə yetirirlər: mühəndislər yeni məmulatı işləyib hazırlayırlar; istehsalçılar onun həyata keçirilməsi ilə məşğul olurlar; marketing və təhçizat işçiləri isə məhsulun reallaşması ilə məşğul olurlar (2, s.98)

Hər bir belə xidmət sahələrinin işinin səmərəliliyinin müəyyən edilməsi üçün məhdud meyarlardan istifadə edilir. Mühəndis layihəçi üçün yeni məmulatın yaxşı işlənilmiş konstruksiyası əsas göstərici hesab olunur.

Bu konstruksiya elə olmalıdır ki, mövcud analogi məhsulların konstruksiyalarından üstün olsun. Lakin müasir rəqabət şəraitində yeni məhsulun xarakteristikaları tamamilə başqa meyarlar əsasında ölçülür.

Ən başlıcası həmin məhsulun daha qiymətli olması, istehlakçılar üçün daha çox lazım olmasıdır. Bu zaman həmin məhsulun mövcud dünya standartlarına uyğun gəlib gəlməməsi bir o qədər vacib deyildir. Bu o deməkdir ki, istehlakçı aşağı qiymətə daha yüksək keyfiyyətli məhsul ala bilsin. Məhz dünya səviyyəli istehsalın mahiyyəti bununla səciyyələnir. Buna nail olmaq üçün yeni məhsulu layihələndirənlər, onu hazırlayanlar, reallaşdırənlər birgə işləməlidirlər və bir yekun məqsədə xidmət etməlidirlər.

Çox təəssüf ki, hal-hazırda əksər iri yüksək texnologiyalı və kiçik müəssisələr qiymət və qeyri-qiymət rəqabətinə əsaslanaraq yeni məhsulların işlənilməsinə köhnə qaydada yanaşırlar.

Yeni məmulatların eyni zamanda onun istehsalı texnologiyalarının işlənilməsi çox böyük hazırlıq işlərinin aparılmasını və bu məqsədə kifayət qədər resursların ayrılmasını tələb edir.

Odur ki, müəssisənin bütün xidmət sahələrini əhatə edən dəqiq strategiya tələb edilir.

Bu strategiya yeni məhsulu layihələndirənlərdən başlayaraq məhsulu reallaşdırənlərədək olan bütün işçilərin səyini özündə birləşdirir.

Sürətli inkişaf istiqamətinə nail olmağa çalışılan ölkəmizdə bir sıra yeni istehsallar yaradılacaq və mövcud istehsalların müasir tələblərə uyğunlaşdırılması məqsədilə geniş təkmilləşdirmə işləri aparılacaqdır. Bu baxımdan istehsalın təşkilinin mütərəqqi formalarının öyrənilməsi və istehsala tətbiqi xüsusilə əhəmiyyətli olacaqdır.

References

1. BHOT, Bhaskar, BOWENDER, Bş Creativity and Inovation Management, Volume: 10, March. 2001
2. BIRKINSHAW, Julian, BESANT, John, DELBRIDGE, Rick. "Finding, Forming and Performing: Creating Networks for Discontinuous Innovation," California Management Review, 49, No. 3, 67-84. 2007
3. BOSSINK, B.A., Get (2002); "The Strategic Function Of Quality In The Management Of Innovation", Volume: 13, No: 2, Total Quality Management..
4. CHATMAN, Jennifer, A., JEHN, Karen.A., (1994); "Assessing the Relationship Between Industry Characteristics and Organizational Culture: How Different Can You Be?", Academy of Management Journal, 37, No. 3, 522-53.
5. CORMICAN, Kathryn, O'SULLIVAN, David (2004); Auditing Best Practice for Effective Product Innovation Management, Technovation.

6. DOBNI, C.Broke (2010); Achieving Synergy Between Strategy and Innovation: The Key to Value Creation, International Journal of Business Science And Applied Management, Volume 5, Issue 1, 49-58.
7. DRUCKER, Peter F. (1985); Innovation and Entrepreneurship, N.Y, Harper&Row Pub.
8. DRUCKER, Peter F. (1999); 21.Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları, Çeviren; İrfan Bahçivangıl-Gülenay Gorbun, İstanbul: Epsilon Yayınevi.
9. DRUCKER, Peter F. (2003); Yenilikçilik İçerisinde Yenilikçilik Disiplini, Çeviren: Ahmet Kardam, İstanbul: MESS Yayınları.
10. ECEVİT Satı, Z. (2010); “Yenilik Yönetimi”, Teknoloji Yönetimi, Editör:Feray Odman Çelikçapa, Sait Kaygusuz, Bursa: Dora Yayıncılık.
11. FREEMAN, Christopher, SOETE, Luc. (2003); “The Economics Of Industria Innovation” “Yenilik İktisadi” Çev: Ergun Türkcan, 3 Basım, Ankara:Tübitak 2003, s.VIII
12. GOVINDARAJAN, Vijay, TRIMBLE Chris; (2004); "Strategic Innovation and the Science of Learning.", Volume: 45, No: 2, MIT Sloan Management Review.
13. HAMEL, Gary (interview by Tony Jackson) (1997); “The Dirty Little Secret of Strategy”, April 24 Financial Times.
14. HIGGINS, J. M., (1996); “Innovate or Evaporate: Creative Techniques for Strategist”, Long Range Planning, Vol: 29, No: 3.

Rəyçi: dos. N.Axundova

Göndərilib: 01.12.2021

Qəbul edilib: 19.12.2021