

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Açıq innovasiyanın, ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafına təsiri və onun makro
və mikro səviyyədə tətbiqi məsələləri” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

VƏLİYEVƏ FƏRİDƏ PAŞA

BAKI – 2019

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh

“ ___ ” _____ 2019-cu il

**“Açıq innovasiyanın, ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafına təsiri və onun makro
və mikro səviyyədə tətbiqi məsələləri” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401 Dünya İqtisadiyyatı

İxtisaslaşma: Beynəlxalq maliyyə və valyuta-kredit münasibətləri

Qrup: 870

Magistrant

Vəliyeva Fəridə Paşa

Elmi rəhbər

i.ü.f.d. Vəliyev Cəbrayıl Xəlil

Proqram rəhbəri

b.m, i.ü.f.d. Nəcəfova Kəmalə Akif

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi

BAKI – 2019

The impact of open innovation on socio-economic development of countries and its applications at macro and micro level

Abstract

Research topicality: Open innovation is a widely used concept in academia, business, and policy-making processes.

Objectives of the research: This dissertation discusses critical trends, challenges and potential solutions in the context of open innovation and innovation policies. The aim of the study is understanding the effects of open innovation activities on the economic growth of the countries, developments in the public sector and companies.

Research methods: In the research of the study, the focus put on the theoretical part. The used sources include different books, research papers, and open innovation resources of the European Commission (EC). However, the practical part contains information from research works of the researchers, reports of the EC, analysis of the statistical data from Tesla Motors and Nesta. Moreover, a survey conducted on the open innovation ecosystem in Azerbaijan.

Information base of the research: Books and research works of foreign researchers, web resources of the EC, Tesla Motors and Nesta.

Research limitations: Since many governments, including the Azerbaijani government, have either no or limited experience in open innovations, there were limited existing data to collect and analyze.

Results of the research: It's concluded that open innovation has an important role both on the public and private sector. Thus, the activities on the open innovation are increasing gradually, which will be helpful for companies and public sectors of countries.

Importance of the research: This dissertation is worth to be contributed among the university students to teach the open innovation discipline theoretically and apply acquired knowledge to the activities practically.

Keywords: innovation, open innovation, open innovation impact

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AB	Avropa Birliyi
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
AR	Azərbaycan Respublikası
CEO	Center of Excellence
EİT	Elektronik İnformasiya Texnologiyaları
İKT	İnformasiya və Kommunikasiya Texnologiyaları
İP	İntellectual Property
KOM	Kiçik və Orta Müəssisələr
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
TEB	Türkiye Ekonomi Bankası
TTO	Texnoloji Transfer Ofisi
USAID	The United States Agency for International Development
USPTO	United States Patent and Trademark Office
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul

MÜNDƏRİCAT

	GİRİŞ.....	4
I	İNNOVASIYA ANLAYIŞI VƏ İNNOVASIYA İQTİSADİYYATI, AÇIQ İNNOVASIYA MODELİNİN NƏZƏRİ ƏSASLARI.....	7
FƏSİL.		
1.1.	İnnovasiya anlayışı və İnnovasiya iqtisadiyyatının yaranmasının nəzəri əsasları.....	7
1.2.	İnnovasiya ilə əlaqədar əsas konseptlər və iqtisadi inkişafda yeri.....	11
1.3.	Qapalı və Açıq İnnovasiya modelləri və əsas fərqləri.....	15
II	AÇIQ İNNOVASIYA FƏALİYYƏTLƏRİ VƏ ÖLKƏLƏRİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFINA TƏSİRİ.....	23
FƏSİL.		
2.1.	Açıq İnnovasiya fəaliyyətləri və tətbiqi yolları.....	23
2.2.	Açıq İnnovasiya fəaliyyətlərinin makro və mikro səviyyədə tətbiqi, ölkə və şirkət nümunələri.....	27
2.3.	Açıq innovasiyanın mənfi və müsbət tərəfləri və gələcək perspektivləri.....	38
2.4.	Açıq İnnovasiya fəaliyyətlərinin ölkələrin sosial iqtisadi inkişafında rolu.....	45
III	AZƏRBAYCANDA AÇIQ İNNOVASIYA FƏALİYYƏTLƏRİ VƏ ÖLKƏNİN İQTİSADI İNKİŞAFINDAKI ROLU..	53
FƏSİL.		
3.1.	Azərbaycanda mövcud innovasiya mühiti.....	53
3.2.	Azərbaycanda Açıq İnnovasiya tətbiqlərinin mövcud vəziyyəti, ekosistemlə bağlı problemlər və həll yolları.....	64
3.3.	Azərbaycanda açıq innovasiya haqqında fikirlərin öyrənilməsi məqsədilə keçirilmiş sorğunun nəticələri.....	70
	NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	75
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....	78
	Əlavələr.....	82
	Cədvəllərin siyahısı.....	87
	Şəkillərin siyahısı.....	87
	Qrafiklərin siyahısı.....	88

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. 21-ci əsrin əvvəllərindən başlayaraq iqtisadiyyatda aktual mövzu olan innovasiya anlayışı, ölkələr və şirkətlər tərəfindən rəqabət dünyasında öz mövqeyini saxlamaq üçün əsas anlayışlardan biri hesab olunmuş, eləcə də bu yöndə aparılan araşdırmaların sayı günbəgün artmışdır. Lakin son illərdə şirkətlərin innovasiya siyasətini dəyişərək yeni siyasət izləməsi ilə açıq innovasiya aktual mövzulardan biri kimi insanların diqqətini çəkmişdir. Açıq innovasiya anlayışı məqsədli biliklərin cəlb olunması və ötürülməsi ilə daxili innovasiyanın sürətləndirilməsi və xarici istifadə üçün innovasiya bazarının genişləndirilməsi kimi şərh edilir. Qapalı innovasiya ilə müqayisədə Açıq innovasiya həm daxili, həm də xarici bilikləri cəlb etməklə vaxt, dəyər kimi əhəmiyyətli amillərin azaldılması, innovasiya bazarının genişləndirilməsi ilə məhsul və xidmət müxtəlifliyinin artırılması və yeni gəlir axınlarının əldə edilməsinə yönəlmişdir. Son illərdə aparılan araşdırmalara əsasən açıq innovasiya yanaşmasından istifadə edilməsi ilə həm özəl, həm də dövlət sektorlarında əhəmiyyətli yeniliklər əldə edilmişdir.

Hal-hazırda inkişaf etmiş və inkişafda olan ölkələr, o cümlədən transmilli şirkətlər tərəfindən bu mövzunun tədqiqatı üçün aparılan araşdırmalar, yeni innovasiya laboratoriyalarının yaradılması açıq innovasiyanın innovasiya iqtisadiyyatına və ölkənin sosial iqtisadi inkişafına olan mühüm təsirlərinin olduğunu göstərir. Artıq bir çox ölkələr tərəfindən (Amerika, Almaniya, Norveç, Çin) açıq innovasiya strategiyaları hazırlanır və həyata keçirilir. Bizim ölkəmizdə isə bu strategiyaların hazırlanması ilkin mərhələdədir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi. Dissertasiya işinin birinci fəslində İnnovasiya və İnnovasiya iqtisadiyyatının yaranma şəraiti, innovasiya modelləri, açıq və qapalı innovasiya modelləri arasındakı təməl fərqlər, o cümlədən açıq innovasiyanın iqtisadi inkişafa təsir edə biləcək müsbət və mənfi təsirlərinin araşdırılmasına yer verilmişdir. Tədqiqat işinin ikinci fəslində Açıq İnnovasiya fəaliyyətlərinin ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafına göstərdiyi təsirləri və makro və mikro səviyyədə tətbiq sahələri qeyd olunmuşdur. Dissertasiya işinin sonuncu fəslində isə Azərbaycanda açıq innovasiya tətbiqlərinin mövcud vəziyyəti,

stimullaşdırılması, habelə açıq innovasiya ekosisteminin mövcud problemləri və onların həll yolları araşdırılmışdır.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Dissertasiya işinin əsas məqsədi günümüzdə, habelə yaxın və orta gələcəkdə aktual mövzu olan və innovasiya iqtisadiyyatının inkişafında əsas yerlərdən birini tutan tətbiq platformalarından biri kimi açıq innovasiya anlayışının nəzəri və praktik tərəflərini izah etməkdir.

Yerli ədəbiyyatlarda innovasiyalarla bağlı bir çox tədqiqatların olmasına baxmayaraq, açıq innovasiya konsepsiyası ilə bağlı kifayət qədər araşdırma işlərinin olmaması bu tədqiqatın həyata keçirilməsinin əsas səbəbidir. Həmçinin müxtəlif ölkələrdə makro və mikro səviyyədə tətbiq nümunələrini, sosial-iqtisadi inkişafda təsirlərini araşdıraraq ölkəmizdə makro və mikro səviyyədə açıq innovasiya tətbiqlərinin potensial imkanlarını və istifadə ediləcəyi təqdirdə yaradacağı sosial-iqtisadi effektlərini incələmək və bu istiqamətdə təkliflər verməkdən ibarət olacaqdır.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqatın predmetini açıq innovasiya yanaşmasının yaranma zəruriyyəti, açıq innovasiya fəaliyyətlərinin dövlət və özəl sektorlar üzrə mövcud təsirlərinin araşdırılması təşkil edir. Tədqiqat işinin obyektini isə açıq innovasiya tətbiqlərinin Azərbaycanda mövcud innovasiya prosesinin sürətləndirilməsində nə kimi önəmli rolunun olduğunu göstərmək təşkil edir.

Tədqiqat metodları. Dissertasiya işinin tədqiqatı həm praktiki, həm də teorik cəhətdən yəni nəzəri təhlil, müqayisə, statistik məlumatların araşdırılmışdır. Teorik cəhətdən, yəni nəzəri hissədə əsas olaraq (Chesbrough, Gassmann, Oliver & Enkel) kimi xarici tədqiqatçılar tərəfindən hazırlanmış tədqiqatlar, praktiki hissədə isə ölkə vətəndaşları arasında Açıq İnnovasiya haqqında sorğu keçirilərək əsas statistik məlumatlar toplanmış, habelə mövcud xarici ədəbiyyatlardan, qlobal iqtisadi konfrans və forumların, beynəlxalq araşdırma şirkətlərinin, əsasən də xarici tədqiqatçıların bu sahə üzrə 2003-2018-ci illər ərzində hazırladığı hesabatlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası. Tədqiqatın nəzəri hissəsinin yazılmasında xarici ədəbiyyatlar və akademik məqalələrdən istifadə olunmuşdur. Praktiki hissədə

isə sorğu keçirilmiş və xarici ədəbiyyatlar, akademik məqalələr, internet resursları olmaqla bir sıra statistik göstəricilərdən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri. Dissertasiya işində əsas məhdudiyyətlərdən biri mövzunun ölkəmiz üçün yeni olması səbəbilə, mövzunun bütününi əhatə edən teorik və tətbiqi qaynaqların dilimizdə çox az olması olmuşdur. Eyni zamanda Azərbaycan da daxil olmaqla bir sıra ölkələr açıq innovasiyalar sahəsində məhdud təcrübəyə malik olduqları üçün tədqiqat mövcud məlumatların toplanılması və təhlili ilə məhdudlaşdırılmışdır. Yeni bir tədqiqat sahəsi olduğuna görə, açıq innovasiya sahəsi hələ də, inkişaf və konsolidasiya mərhələsindədir və akademik, eləcə də, idarəetmə və biznes sahəsində daha yüksək səviyyədə qəbul edilməsi üçün, hələ də, daha geniş və dərin bir analiz tələb edir.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. Dissertasiya işində Açıq innovasiya konsepsiyası geniş şəkildə araşdırılmış, o cümlədən açıq innovasiya fəaliyyətlərinin özəl və dövlət sektorlarında geniş istifadə edildiyi bəhs edilmişdir. Əlavə olaraq, bu fəaliyyətlərin atırılması yönündə təşviq edici faktorlar və potensial maneələr qeyd edilmişdir. Mövzu ilə əlaqədar müxtəlif ölkə nümunələri araşdırılmış və fərqli yanaşmalar ələ alınmışdır ki, gələcəkdə makro və mikro səviyyədə tətbiqi zamanı “benchmarking” edilərək istifadə edilə bilər. Araşdırmada Azərbaycanda açıq innovasiya fəaliyyətlərinin mövcud vəziyyəti, eyni zamanda açıq innovasiya ekosisteminin mövcud və potensial problemləri, onların həll yolları qeyd olunmuşdur. Tədqiqat işindən konsepsiyanın geniş yayılmasının təmin edilməsi məqsədilə müxtəlif seminarlarda, məruzələrdə ədəbiyyat mənbəyi kimi istifadə edilə bilər.

Dissertasiya işinin strukturu. Dissertasiya işi struktur baxımından giriş, üç fəsil, nəticə və təklif, istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı, əlavələr, qrafik, cədvəl və şəkil siyahısı da daxil olmaqla 88 səhifədən ibarətdir.

I FƏSİL. İNNOVASIYA ANLAYIŞI VƏ İNNOVASIYA İQTİSADİYYATI, AÇIQ İNNOVASIYA MODELİNİN NƏZƏRİ ƏSASLARI

1.1. İnnovasiya anlayışı və İnnovasiya iqtisadiyyatının yaranmasının nəzəri əsasları

Qloballaşma nəticəsində ortaya çıxan yeni iqtisadi quruluş mövcud rəqabətin intensivliyinin artmasına təkan verdi. Yeni yaranmış iqtisadi strukturda müəssisələrin mövcud bazarda öz varlığını qoruması üçün rəqabət qabiliyyətini artırması başlıca şərtə çevrilmişdi. Məhsulların və ya xidmətlərin gedərək bir-birinə bənzədiyi, integrasiyanın daha da gücləndiyi bir dövrdə müəssisələrin əsas istifadə etməyə başladığı strategiya - xərcləri azaltmaqla birgə mövcud bazara yenilik gətirmək oldu. Buna nail olmaq üçün isə mövcud biliklərin iqtisadi və sosial dəyərlərə çevrilməsi ilə daim yenilik həyata keçirmək vacib şərtə çevrildi.

İnnovasiya konsepti XVIII əsrin ortalarında İngiltərədə başlamış və daha sonra Avropa və Şimali Amerikaya yayılmış Sənaye İnkılabı ilə “yenilik” və “dəyişikliklər” də daxil olmaqla yeni konsepsiyaların müsbət qəbul olunması ilə öz inkişafını davam etdirmişdir. Bu dövrdə "ixtira" anlayışı, xüsusilə də "texnoloji ixtira" geniş yayılmışdı. XIX əsrin klassik iqtisadçıları kimi tanınan Smit, Rikardo və Marks texnoloji inkişafı ("technological progress") və yenilikçilik anlayışları prioritetləşdirməklərinə baxmayaraq, "innovasiya" konsepsiyasının müsbət məzmunlu qəbul edilməsində Schumpeter mühüm rol oynamışdır. Joseph Schumpeter yenilikçilik və ya innovasiya anlayışını ilk dəfə istifadə edən iqtisadçı və siyasətçi olmuşdur. Onun fikirlərinə əsasən innovasiya inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsidir. Schumpeter 1911-ci ildə nəşr etdiyi kitabında yenilikləri istehlakçıların bilmədiyi, yeni bazarda yeni bir məhsul və ya var olan məhsulun müxtəlif üsulla bazara çıxarılması, yeni bazarların açılması, xammal təchizatı üçün yeni qaynaqların tapılması və sənayenin yeni bir şirkətə sahib olması kimi təsvir etmişdir.

Schumpeter 1911 və 1934-cü illərdə Almaniyada nəşr olunan “İqtisadi İnkişaf Nəzəriyyəsi” (“Theory of Economic Development”) kitabında innovasiyanın iqtisadi inkişafın mühərriki olduğunu qeyd etmişdir. Lakin Schumpeter kitabında

"innovation" termini əvəzinə "new combinations", yəni "yeni birləşmələr" ifadəsindən istifadə etmiş və beş "yeni birləşmə"nin vacib olduğunu bildirmişdir (Schumpeter, 1934). Bunlar aşağıdakılardır:

- yeni məhsulların istehsalı
- yeni istehsal üsullarının tətbiqi
- yeni təşkilati formalar (monopolist şirkətlərin formalaşması və ya çökməsi)
- yeni bazarların açılması
- yeni xammal mənbələri

Sonradan 1942-ci ildə nəşr olunan Schumpeterin "Kapitalizm, Sosializm və Demokratiya" ("Capitalism, Socialism and Democracy") kitabı əvvəlki araşdırma işindən daha çox marağa səbəb olmuşdur. O, bu kitabında yeniliklərin vacibliyini vurğulamaqla yanaşı yenilik prosesinin daha böyük oliqopolist şirkətlər tərəfindən həyata keçiriləcəyini, təkrarlanan bir fəaliyyətə çevriləcəyini və kapitalizmin özü özlüyündə sosializmə çevriləcəyini bildirmişdir. Əgər tarixə nəzər salsaq görərik ki, innovasiya konsepti II Dünya müharibəsindən sonra daha geniş yayılmağa başlamışdır. Lakin 1950-1960-ci illərdə aparılmış araşdırmalar göstərir ki, həmin dövr üçün innovasiya yalnız texnologiya sahəsində olan yeniliklərlə əlaqədar idi. Həmin illərdə aparılan araşdırmalara əsasən texnoloji dəyişikliklər müəyyən zaman periodu üzrə dəyərləndirilmiş elmi fəaliyyət nəticəsində ixtiraların əldə ediləcəyi və bunun əsasında da şirkətlərin yeni məhsul ərsəyə gətirəcəyi, o cümlədən digər şirkətlərin bu məhsulları mənimsəyəcəyi və beləliklə bütün iqtisadiyyata yayılacağı fikrini irəli sürülmüşdür.

Yenilikçi olmaq üçün "köhnə"ni (fikir, ideya, məhsul və ya xidmətlər) bilmək və anlamaq vacibdir. Yəni "köhnə"ni bilməyən, yenisini istehsal və ya inkişaf etdirə bilməz. Buna misal olaraq Koreya müharibəsində Şimali Koreya Hava Qüvvələri üçün gizli şəkildə istifadə olunan Rusiyanın döyüş raketlərindən birinin necə inkişaf etdirildiyini göstərə bilərik. Belə ki, hücum zamanı ABŞ-ın döyüş təyyarəsi tərəfindən atılan raket partlayışa uğramamış və bu döyüş sursatı ruslar tərəfindən götürülərək araşdırılmışdır. Beləcə onlar öz döyüş raketlərini inkişaf etdirə bilmişlər.(Arslan A., 2012: s.39)

İnnovasiyanın termin kimi açıqlanmasında müxtəlif yanaşmalar vardır. Əsas olaraq innovasiya yeni bir fikir, ideya, qurğu və ya hər hansı bir şeyin əldə edilməsi üçün ərsəyə gətirilmiş yeni həllər toplusudur. Bu da öz növbəsində şirkətlərin ölçülə bilən dəyər (measurable value) və ya müxtəliflilik (differentiation) əldə etməsi üçün əhəmiyyət kəsb edir. Digər yanaşmalara əsasən isə innovasiya anlayışı ölkələr və şirkətlər tərəfindən rəqabət dünyasında öz mövqeyini saxlamaq, o cümlədən yüksək mənfəət qazanmaq üçün yeni gəlir axını tapmaq və öz varlığını mövcud bazarda genişləndirmək üçün istifadə edilən strateji yol kimi dəyərləndirilir.

Beynəlxalq səviyyədə qəbul edilən innovasiya tərfi OECD ilə Eurostatın birlikdə nəşr etdiyi Oslo Manual təlimatı kitabçasında öz əksini tapmışdır (OECD Manual 2005: 46). Belə ki bu təlimat kitabçasına əsasən innovasiya "yeni və ya əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etdirilmiş məhsulun (xidmət) və ya prosesin, yeni marketinq üsulunun və ya yeni təşkilati üsulun şirkət daxili tətbiqlərində, iş yeri təşkilatında və ya xarici münasibətlərdə tətbiq olunması" şəklində ifadə olunur. Avropa Birliyinin tərifinə əsasən, innovasiya "iqtisadi və sosial mühitlərdə yeniliyin uğurlu şəkildə istehsalı, assimilyasiyası və istismarı"dır. (Baykal B., 2017: s.23)

Son illərdə innovasiya elm, texnologiya və iş dünyasında ən aktual sözlərdən biri kimi rastımıza çıxmaqdadır. "İnnovasiya" sözünün mənşəyinə nəzər salsaq, görürük ki, ilk dəfə 1548-ci ildə ortaya çıxan innovasiya sözü "yenilənmək, dəyişdirmək və ya fərqli bir şey etmək" mənalarını verən latın mənşəli innovare felindən əmələ gəlmişdir. (Adair 2008: s.105). Sosial, mədəni və inzibati sahələrdə yeni üsulların istifadəsi mənasına gələn ingilis dilindəki innovation sözünün qarşılığı Azərbaycan dilində yenilik və ya yenilənmə anlayışları kimi ifadə olunmaqdadır. Əfsuslar olsun ki, innovasiya sözünün Azərbaycan dilində tam qarşılığı olmadığına görə çox zaman "yenilik" sözü istifadə olunur. Bəzən bu ifadə innovasiya haqqında yanlış anlaşılma səbəb olur. Bunun əsas səbəbi Azərbaycan dilində yenilik olaraq adlandırılan innovasiya anlayışının dəyişikliklərin və ya yeniliklərin sosial və iqtisadi faydaya çevrilməsi mahiyyətini özündə əks etdirə bilməməsidir. Belə ki, bəzən insanlar innovasiyanı yalnız yeni məhsul və ya xidmət ərsəyə gətirməklə əldə edə biləcəklərini düşünürlər. Halbuki modern innovasiya anlayışı bu ifadədən çox

uzaqda qalmaqdadır. Daha dəqiq izah etsək, innovasiya yenilik deyil, əksinə yenilənmə nəticəsində ortaya çıxan məhsul və ya xidmət kimi şərh edilir. Bununla yanaşı, innovasiyada elm və texnologiyadan istifadə etməklə iqtisadi və sosial cəhətdən bəşəriyyətə fayda qatmaq məqsədi xüsusilə vurğulanır. Bu baxımdan innovasiya mədəni, sosial və inzibati əməliyyatlarda və proseslərdə yeni və müxtəlif üsulların istifadə edilməsidir. Bununla da, həyata keçirilmiş yeniliklər nəticəsində əldə edilən dəyişikliklər və ya fərqliliklər iqtisadi və sosial cəhətdən inkişafa öz töhfəsini verməlidir.

XX əsrin ortalarından başlayaraq böyük və güclü iqtisadiyyata sahib olan ölkələrin iqtisadiyyatı texnologiya, qloballaşma və sahibkarlıq qüvvələri tərəfindən dəyişməyə başladı. Meydana gələn bu dəyişim iqtisadçılar üçün həmin dövrü, modellər və nəzəriyyələri ilə izah olunmasında çətinliyə səbəb olurdu. Belə ki, iqtisadi nəzəriyyə olmadan iqtisadçılar üçün ölkə iqtisadiyyatının böyüməyinə təşviq edəcək addımların irəli sürülməsi daha çətin olacaqdı. Lakin növbəti illərdə innovasiyaya əsaslanan iqtisadi inkişafı şərh edən yeni bir nəzəriyyəsi ortaya çıxdı. Bu nəzəriyyəyə əsasən bu dəyişim "yeni inkişaf iqtisadiyyatı", "təkamül iqtisadiyyatı", "neo-şumpertariya iqtisadiyyatı" və ya yalnız "yenilik iqtisadiyyatı" başlığı altında bir neçə termin ilə izah edilirdi. İndiyə kimi innovasiya iqtisadiyyatı və siyasəti, bir çox iqtisadi məsləhətçilər tərəfindən yüksək qiymətləndirilməmişdir. Buna əsas səbəb isə əksər iqtisadi məsləhətçilərin yenilik və texnologiyanın iqtisadi artımda olan rolunu göz ardı etməsi və bunun yerinə, fərdlərə vergi güzəştləri, büdcə profisiti və ya sosial xərclər kimi makroiqtisadi göstəricilərin iqtisadi inkişafda əsas rolu olduğu düşüncəsinə fokuslanmalarıdır. Əksinə olaraq, "innovasiya iqtisadiyyatı" qlobal biliyə əsaslanan iqtisadiyyat kimi – kapital yığıcı, büdcə profisiti və ya sosial xərclərin azaldılmasına yönəlik milli iqtisadiyyatların inkişafı üçün yeni yanaşmaların – innovasiya və özəl sektorların inkişafının vacibliyini meydana çıxarmışdır. İnnovasiya iqtisadiyyatı lazımlı informasiya, sahibkarlıq bacarığı və yeniliklərdən istifadə etməklə iqtisadi inkişafın əldə edilməsinə lazım olan yeni model kimi şərh edilir. Buna görə də innovasiya iqtisadiyyatı uzun müddətli iqtisadi artım üçün köhnə modelə nəzərən daha önəmli hesab olunur.

1.2. İnnovasiya ilə əlaqədar əsas konseptlər və iqtisadi inkişafda yeri

İnnovasiya xüsusilə tətbiqetmədə onunla bağlı olan digər anlayışları da özü ilə birlikdə gətirməkdədir. Halbuki bu konseptlər də terminin özü kimi yanlış anlaşılmaya yol açmağa bilər. Bu səbəbdən dolayı innovasiya ilə əlaqəli olan bəzi anlayışları izah etmək faydalıdır. İcad, Texnologiya, Tədqiqat və İnkişaf (Research and Development) və təşəbbüskarlıqdan ibarət olan bu kimi əsas anlayışlar müəssisələrdə və iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində yenilikçi işlərin yaradılması, dəstəklənməsi və nəhayət innovativ işlərin həyata keçirilməsi prosesində nəzərə alınmalıdır. Bu baxımdan aşağıda qeyd edilən innovasiya konseptlərinin iqtisadi inkişafa təsiri və yaradacağı faydaları makro və mikro səviyyədə diqqətə alınmalıdır.

İcad: İcad çox vaxt bu söz innovasiya ilə eyni mənada işlədilir. Lakin innovasiya sözü yeni bir kəşfdən daha çox, həmin kəşfin yeni bir şəkildə tətbiq olunması mənasına gəlməkdədir. Bu səbəbdən hər innovasiya üçün yeni bir icada ehtiyac yoxdur. Bunun yanında innovasiyanın mahiyyəti onun kommersionlaşdırılması ilə birbaşa əlaqəlidir. Məsələn, əgər bir məhsulu icad edən şəxs o məhsulu ticariləşdirə bilmirsə və ya çoxluğun istifadəsinə təqdim edə bilmirsə, burada innovasiyadan bəhs etmək belə mümkün deyil. Bu mənada bir çox ixtira, onları icad edənlər tərəfindən deyil, insanların istifadəsinə təqdim edə bilməkdə müvəffəqiyyətli olanlar tərəfindən daha aktiv surətdə istifadə edilməyə başlamışdır. Buna misal olaraq elektrikle işləyən süpürgənin icadını göstərmək olar. J.Murray Spengler tərəfindən icad edilən elektrikle işləyən süpürgə ixtiraçının öz ixtirasını kommersionlaşdırma bacarığının zəif olmasına görə uzun müddət heç bir individualın faydalı istifadəsinə yararlı olmamışdır. Lakin daha sonra bu əşya W.H.Hoover adlı bir dəri istehsalçısı sayəsində dünyada ən çox bilinən bir ev alətinə çevrilmişdir.

Yaradıcılıq: İnsan ağıl yaradıcı düşünmə qabiliyyəti ilə daha əvvəllər sadəcə xəyal kimi görünən layihə, fikir və ideyaları reallığa çevirə bilmə xüsusiyyətinə malikdir. Hsiao yaradıcılığı "var olan məlumatlar arasında əlaqə qura bilmə ilə yanaşı yeni əlaqələr meydana gətirə bilmə, yeni təcrübələr, yeni fikirlər və yeni məhsullar ortaya qoya bilmə bacarığı" şəklində ifadə etmişdir (Hsiao, 2004). Yaradıcı

düşüncənin gətirdiyi analitik düşünmə və sintez edə bilmə xüsusiyyəti müəssisələrin rəqabət mühitində ən əhəmiyyətli silahlarından biridir. İnnovasiya davamlı olmalıdır və bu davamlılığın təmin edilməsi innovativ xüsusiyyətlərin davamlı olaraq kəşf edilməsini tələb edir. Bu tələbin yaranmasına əsas səbəb, innovasiyanın rəqabət mühitində tez bir zamanda təqlid edilə bilinməsidir. Bu səbəbdən yeniliyin davamlılıq xüsusiyyətinin təmin edilməsi üçün yaradıcı təşkilat və fərdlərə ehtiyac vardır. İnnovasiya və yaradıcılıq bir-birini tamamlayan anlayışlar olaraq vurğulansa da, onlar arasındakı əhəmiyyətli fərqlər aşağıdakı kimi verilə bilər:

- Yaradıcılıq bir çox fikrin istifadə edilərək həyata keçirilməsi, istifadə olunmasa belə başqa fikirlərə yol göstərməsidir, innovasiya isə yalnız istifadə ediləcək bir neçə fikrin kommersiyalaşdırılmasıdır.
- Yaradıcılıq müəssisənin sahib olduğu bir xüsusiyyətdir, innovasiya isə müəssisənin istehsal etdiyi məhsulların və ya xidmətlərin sahib olduğu xüsusiyyətdir.

Texnologiya: İnnovasiya ilə əlaqəli olan digər konsepsiya isə texnologiyadır. Texnologiya bir işin necə ediləcəyini göstərən texniki məlumat, təcrübə, bacarıq və “nou-hou”(know-how)dan ibarət bir anlayışdır. Texnologiya yalnız fiziki təchizatların səmərəli istifadə edilməsi ilə stratejik bir rəqabət vasitəsi deyil. Eyni zamanda fiziki avadanlıq müəssisələrin əqli strukturları ilə birləşdirilməsidir. Texnoloji inkişafın iqtisadi baxımdan bir məna ifadə edə bilməsi üçün müəssisənin məxsus olduğu texnoloji inkişafı innovasiyaya çevirməsi şərtidir (Kibritçioğlu, 1998: s.4). Xüsusilə, 1980-ci illərdən etibarən informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının geniş şəkildə istifadə edilməsi dünyada məsafə konsepsiyasının köhnə mənasını aradan qaldırmağa səbəb oldu. Qloballaşan dünyada daha da önəm qazanmış informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı beynəlxalq ticarətin və inkişafın dirçəldilməsində, habelə maliyyə bazarlarında da hiss edilmişdir.

Texnologiya beynəlxalq platformada rəqabət üstünlüyü yaratmaq üçün ən vacib amillərdən biri kimi göstərilir. Bu baxımdan onun beynəlxalq ticarət sahəsinə aid edilməsi, yəni texnologiya transferinin reallaşması, xarici şirkət ilə lisenziya

müqaviləsi imzalanması və ya patent satın alınması yolu ilə həyata keçirilir. Dünyada baş verən dəyişikliklərin artan ölçüləri kompüter infrastrukturuna aid olan sistem və informasiya texnologiyalarının sürətli və geniş yayılmış inkişafı bürokratik tənzimləmələrin aradan qaldırılaraq məhsul istehsalı proseslərini asanlaşdırması və yüksək texnologiyanın yayılması kimi özünü göstərmişdir.

Tədqiqat və İnkişaf: İnnovativ müəssisələr yüksək rəqabətlik mühitində həm məhsul və xidmətlərin istehsalı, həm də istehsal prosesinin təkmilləşdirilməsində Tədqiqat və İnkişaf fəaliyyətlərindən yararlanmaqla rəqabət üstünlüyü əldə edirlər. Araşdırma bililməyənləri öyrənmək və yeni məhsul və ya xidmətlər istehsal etmək üçün müxtəlif elmi fəaliyyətlər və tədqiqatlar aparılmasından ibarət fəaliyyətdir. Araşdırma fəaliyyəti ilə müəyyən səviyyəyə gətirilən işlər inkişaf fəaliyyətləri ilə davam etdirilir. İnkişaf isə yeni elmi araşdırmalar aparmaqla mövcud məlumat və ya texnologiyaları daha da inkişaf etdirmək üçün edilən fəaliyyətlər toplusudur (Sarman, 1998: s.348).

Yenilikçi müəssisələr davamlı olaraq dəyişən daxili və xarici mühiti izləmək və onların tələblərinə uyğun olaraq dəyişiklikləri və yenilikləri istifadə etmək məqsədilə Tədqiqat və İnkişaf fəaliyyətlərinin inkişafına və davam etdirilməsinə əhəmiyyət verir. Buna görə də Tədqiqat və İnkişafa ayrılan xərclər, həyata keçirilən yeniliklərin əsas qaynağı baxımından əhəmiyyətli bir investisiya olaraq görülür. Burada da icad da olduğu kimi, əgər aparılan Tədqiqat və İnkişaf fəaliyyətlərinin kommersiya məqsədli istifadəsi mümkün deyilsə, iqtisadi və sosial fayda əldə edilməsi ehtimalı azalır. Bu baxımdan Tədqiqat və İnkişaf, cəmiyyətin bilik və mədəniyyət səviyyəsini artırmaq üçün davamlı olaraq həyata keçirilən yenilikçi və yaradıcı işlərin aparılması kimi göstərilə bilər (Baykara, 2014: s.16-17).

Təşəbbüskar / Liderlik / Sahibkarlıq: Təşəbbüskar yenilikçilik ideyasına sahib olan və onu iqtisadi dəyərə çevirmək arzu və cəsarətinə sahib olan şəxsdir. Başqa sözlə desək, sahibkar bazara yad olan yeni bir məhsul, proses və ya tətbiq ilə daxil olaraq müştəri kütləsi yığmaqla özünəməxsus rəqabət sahəsini yaratmaq istəyir. Yeni təşkilati məzmununda innovasiya həyata keçirmək və ya onu davam etdirə bilmək üçün təşəbbüskar yönümlü qabiliyyətin olması son dərəcə əsas rol oynayır. Bununla

yanaşı, uğurlu sahibkarlığın həyata keçirilməsi baxımından innovativ fəaliyyətlərin tətbiq edilməsi vacib şərtidir. Schumpeter sahibkarlığı xarakterizə edərkən yenilik fikrini xüsusilə qeyd etmişdir. Onun fikrinə görə, yenilik fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslər sahibkar adlandırıla bilər. Həqiqətən də son dövrlərdə sahibkarlar bazara daha çox yeni məhsullar, proseslər və ya tətbiqlər təqdim etməklə ön planda olduqlarını sübut edirlər. Xüsusilə günümüzün “Apple”, “Samsung” və “Amazon” kimi hegamon şirkətləri öz gətirdikləri yeniliklərlə bazardakı rəqabəti üstələməkdə olduqca uğurludurlar. İnnovasiya konseptlərinin xarakterik xüsusiyyətlərindən də görüldüyü kimi bütün innovasiya konseptləri və fəaliyyətləri makro və mikro səviyyədə iqtisadi inkişafda mühüm rol oynamaqdadır.

Sosial İnnovasiya: Sosial innovasiya sosial ehtiyacların (mövcud həllərdən daha effektiv) qarşılınması yönündə yeni sosial əməkdaşlıqların qurulması, eyni zamanda mövcud aktiv və resursların daha yaxşı istifadə olunmasını təmin etmək üçün yeni məhsul, xidmət, modellər, bazar, proses kimi üsulların həyata keçirilməsidir. Bundan əlavə, sosial innovasiyalar kommersiya məqsədi güdmədən cəmiyyətin bütün təbəqələrinin faydalana biləcəyi yeniliklər, dəyişikliklər və təkmilləşdirmə fəaliyyətlərinin inkişaf etdirilməsi və tətbiq edilməsi mahiyyətini daşıyır. Başqa sözlə, sosial innovasiya həm cəmiyyətin inkişafı, həm də sosial və iqtisadi rifahın artırılması məqsədi ilə həyata keçirilir. Aşağıdakı cədvəldə müxtəlif sosial innovasiya nümunələri ilə tanış ola bilərsiniz.

Cədvəl 1. Sosial innovasiyaların tipologiyası

Sosial innovasiyanın növləri	Nümunələr
Yeni məhsullar	Məhdud qabiliyyətli insanlar üçün inkişaf etdirilən yardım texnologiyaları (səs sintezatorları)
Yeni xidmətlər	Mobil bankçılıq (Kenya MPesa)
Yeni proseslər	Peer-to-peer əməkdaşlığı və kütləvi qaynaq (crowdsourcing)
Yeni bazarlar	Ədalətli ticarət və ya vaxt bankçılıq
Yeni platformalar	Yeni hüquqi və ya tənzimləyici çərçivələr və ya qayğı platformaları
Yeni təşkilati formalar	İctimai marağı güdən şirkətlər
Yeni iş modelləri	Sosial franşayzing, və ya sosial çağırışlara tətbiq edilən vaxt modelləri

Mənbə: <https://youngfoundation.org/wpcontent/uploads/2012/12/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part-1-defining-social-innovation.pdf>

Sosial innovasiya insan, cəmiyyət və planet üçün davamlı bir həyat təmin etmək adına mövcud olan ictimai, mədəni, iqtisadi və ekoloji problemlərə innovativ həllər hazırlanması və onların həyata keçirilməsidir. Bu növ innovasiya, bu işdə maraqlı olan fərdi ictimai sahibkarlar, özəl və dövlət sektorları, ortaq hədəfi olan ictimai birliklər və ya müxtəlif təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilə bilər. Sosial innovasiya layihələri keçirən qurumlar yalnız dövlət təşkilatları, fondlar, assosiasiyalar və qeyri-kommersiya şirkətlərindən ibarət deyil.

Hal-hazırda günümüzdə gəlir əldə etmək məqsədi olan və yaşadıqları cəmiyyətə fayda qatmaqda maraqlı olan bəzi şirkətlər də sosial yenilik üçün layihələr həyata keçirirlər. Sosial innovasiyaların digər innovasiya növündən fərqləndirən təməl fərqi innovasiya prosesinin əsas məqsədi kimi mənfəət qazanmaq deyil, cəmiyyətin faydalana biləcəyi yenilikləri həyata keçirməkdir.

1.3. Qapalı və Açıq İnnovasiya modelləri və əsas fərqləri

Günümüzün kəskin rəqabət mühiti qarşısında tab gətirmək və daxili həmçinin dünya bazarında öz mövqeyini qoruyub saxlamaq üçün daima yeniliklərə açıq olmaq lazımdır. Demək olar ki, şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən yeniliklər bir müddət sonra gündəlik həyatın bir hissəsinə çevrilir və öz cazibəsini itirirlər. Bu səbəbdən şirkətlər tək bir yeniliklə kifayətlənməməli, yeni addımlar ataraq innovasiya sərhədlərini genişləndirməlidirlər. Əks təqdirdə digər şirkətlər onların etmək istədiyi yeniliyi təqib edərək, daha güclü rəqib kimi qarşısına çıxmağa bilər. Xüsusilə, günümüzdə uğurlu yeniliklər təqlid edilir və bir müddətdən sonra standartlaşırlar. Belə bir tələyə düşməmək üçün şirkət səviyyəsində innovasiya idarəetməsinə diqqət yetirmək lazımdır.

Hal-hazırda şirkətlər bir neçə innovasiya modellərindən daha geniş istifadə edirlər. Bunlar iş modeli, interaktiv model, inteqrasiya modeli, bilgi və öyrənməyə yönəlik model, qapalı və açıq innovasiya modelləridir. Ən geniş yayılmış modellərdən ikisi açıq və qapalı innovasiya modelləridir ki, bu modellər və onlar arasındakı əsas fərqlərin nələrəndən ibarət olduğu haqqında bu bölmədə məlumat veriləcəkdir.

Qapalı İnnovasiya anlayışı

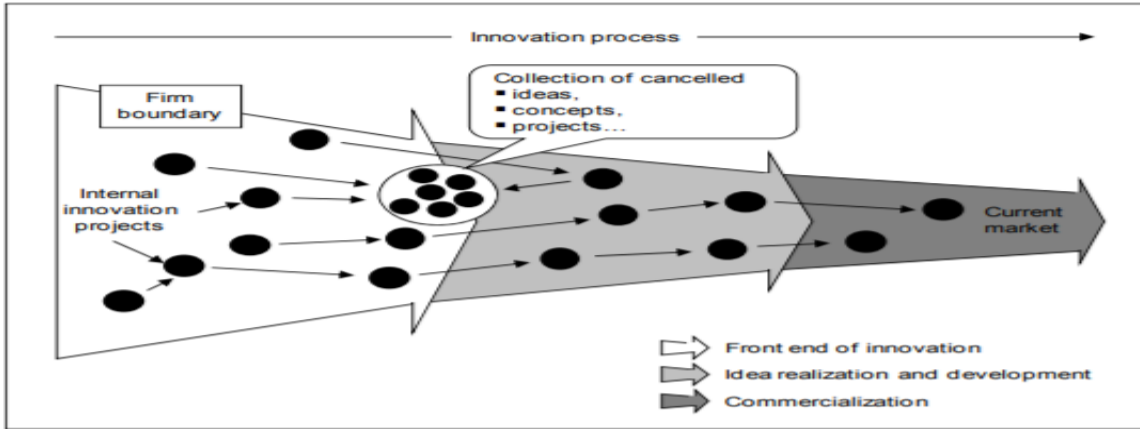
Qapalı innovasiya paradigması, idarə edilərək uğurlu bir innovasiyanın istehsal edilə biləcəyi arqumentinə əsaslanır. Başqalarının texnologiya və ya fikirlərinin mövcud və yetərli kefiyyətdə olması qaranti edilmədiyindən, bu yanaşma güclü daxili fokuslanma (strongly internally focused) məntiqini dəstəkləyir. Belə ki, qapalı innovasiya dərin şaquli inteqrasiyanı, yəni istehsaldan satış xidməti və ondan sonrakı dövrə qədər olan periodu özündə cəmləyir: Bu növ innovasiya siyasəti izləyən şirkət kritik texnologiyalar və innovasiyalarla bağlı qərarların qəbulu zamanı yalnız özünə güvənir və daxili heyətin köməyi ilə qəbul edir. Bunun əsas səbəbi, "Not invented here" sindromunun ortaya çıxması ilə əlaqəli idi: Bu sindrom "Xaricdən gələn hər şeyin şübhəli və etibarlı olmaması" mahiyyətini daşıyır (Chesbrough H.W., 2006). Qapalı innovasiyanın həyata keçirilməsi üçün bir neçə əsas şərt vardır:

- Şirkət ən ağıllı və bacarıqlı insanları işə götürməlidir.
- İnnovativ fürsətlərdən faydalanması üçün şirkətin hər şeyi özü tapması, inkişaf etdirməsi və satışı gərəklidir.
- Bazarda lider olmaq üçün tədqiqat kəşflərinin şirkət daxilində olması lazımdır.
- Məhdud İntellektual Mülkiyyət (IP) idarəetməsi digər şirkətlərin həmin şirkətin şəxsi fikir və texnologiyalarından faydalanmasına mane olmalıdır.

Ənənəvi olaraq, bir sıra böyük şirkətlər innovativ texnologiyalarının kəşf edilməsi, inkişaf etdirilməsi və kommersiyalaşdırılması üçün Tədqiqat və İnkişaf (daxili) mərkəzlərinin yaradılması ilə qapalı innovasiya yanaşmasından istifadə edilib. II Dünya Müharibəsi və 1985-ci illər arasındakı dövr daxili tədqiqat və inkişafın Qızıl Dövrünə uyğun gəlir. Özəl şirkətlərin bir çoxu tədqiqat və inkişaf üzrə elmi tədqiqatların aparılması və inkişaf etdirilməsi üçün investisiyaların cəlb olunmasının vacibliyini irəli sürürdü. Bundan əlavə, daxili tədqiqat və inkişafa böyük investisiyaların cəlb olunması potensial yeni rəqiblər üçün güclü bir maneə kimi qəbul edilirdi. Çünki rəqabətə davam gətirmək üçün rəqib şirkətlərin də böyük investisiyalar cəlb edərək tədqiqat və inkişaf mərkəzlərini inkişaf etdirmə

məcburiyyəti var idi, əks təqdirdə həmin şirkətlər bazar payının itirilməsi ilə üz-üzə gələ bilərdilər. Lakin bu yanaşmada bəzi problemlər üzə çıxmışdır. Belə ki, Tədqiqat və İnkişafa daha çox investisiya sərf etmək bazarda mövcud olan rəqib şirkətlər üzərində mütləq müvəffəqiyyətə zəmanət vermirdi.

Şəkil 1. Qapalı İnnovasiya modeli



Mənbə: Philipp Herzog (2011) s.20 (adapted from Chesbrough (2003c), s. 31)

Qapalı innovasiyanın əsas xüsusiyyəti innovasiyaya aparan proseslərin və intellektual mülkiyyətin tamamilə daxildən inkişaf etdirilməsi və yeni məhsul bazarda təqdim edilənə qədər şirkət sərhədləri içərisində saxlanılmasından ibarətdir. Bu paradigma çərçivəsində, innovasiyaya yol açan müddət tamamilə nəzarət altında olur. Daha dəqiq desək, bu, bir şirkətin fikrin yaradılmasından onun inkişaf etdirilməsi qədər satışı, paylaşması, xidmət və maliyyələşdirilməsinə dair hər şeyi tək başına etməsi gərəkdiyi mənasına gəlir. Bu paradigma, innovasiya layihələrinin (1) yalnız innovasiya prosesinə ən başlanğıcda girə biləcəyini, (2) yalnız daxili qaynaqlar və səlahiyyətlərindən istifadə edərək təkmilləşdirildiyini və (3) son olaraq sadəcə şirkətin öz paylama kanalları üzərindən kommersiyalaşdırma prosesindən keçə biləcəyini nəzərdə tutur. Beləliklə, ənənəvi huni analogiya təsviri bu kontekstə uyğundur. Şəkil 1-də qapalı innovasiya modelinin təsvirini daha aydın görmək olar.

Belə bir daxilə yönəlmiş innovasiya modelinin nəticəsi olaraq bir çox perspektivli biznes ideya və texnologiyaların heç vaxt istismarı mümkün olunmayacaq. Wolpertə görə bu, üç əsas səbəbdən qaynaqlanır: birincisi, fikirlər və texnologiyalar rədd edildikdə və ya layihələr ləğv edildikdə, onlar daxili məlumat bazalarında saxlanılır. İnnovasiya komandası bu resursları daha sonra təkrar istifadə etmədikləri halda passiv şəkildə istifadəsiz qalırlar. İkincisi şirkətlər intellektual

mülkiyyətini digər şirkətlərə və ya təşkilatlara uduzmaqdan qorxurlar. Üçüncüsü hər yeni araşdırma nəticəsində nə etməli olduğunu bilən və ya qarşıya çıxan istənilən fürsəti dəyərləndirmək üçün lazım olan bütün zəruri resurslara sahib olan heç bir şirkət yoxdur (Wolpert, 2002: s.78).

Açıq İnnovasiya anlayışı

Açıq innovasiya anlayışı ilk dəfə 2003-ci ildə Prof. Dr. Henry Chesbrough (Berkeley Universiteti, Haas Biznes Məktəbi) tərəfindən irəli sürülmüşdür. Ədəbiyyatda istifadə edilən ən geniş yayılmış açıq innovasiya tərifi Chesbrough tərəfindən irəlin sürülən “qiymətli fikirlərin tək şirkət daxilində deyil, o cümlədən, şirkət xaricində ortaya çıxdığı və bunların kommersiyalaşdırıla mümkünlüyü ” üzərində dayanan tərifdir. Daha sonra 2006-cı ildə o, açıq innovasiyanı “məqsədli biliklərin cəlb olunması və ötürülməsi ilə daxili innovasiyanın sürətləndirilməsi və xarici istifadə üçün innovasiya bazarının genişləndirilməsi” kimi təsvir etmişdir. Açıq innovasiya şirkətlərin daxili fikirlər qədər xarici fikirləri də istifadə edə biləcəyini və istifadə etməsi lazım olduğunu fərz edən bir paradıqmadır. Bu anlayışın geniş şəkildə qəbul edilməsinin ilk səbəbi, iş formaları üzərində ictimai və iqtisadi dəyişiklikləri əks etdirməsidir. Bir digər səbəb isə qloballaşmanın artması ilə intellektual mülkiyyət hüquqlarını qoruyan təşkilatların inkişafı, o cümlədən, vençur sərmayəsi (VC) və texnologiya üzrə ixtisaslaşmış şirkətlərin fikir mübadiləsinə ehtiyac yaranması ilə əlaqəli idi (Dahlander & Gann, 2010). Chesbrough bəyan edir ki, yeniliklərin açıq olmasını iki üsulla həyata keçirmək mümkündür. Birincisi, xarici fikirlər və texnologiyaların şirkətin innovasiya prosesinə gətirildiyi "kənarda" (outside) aspektidir. Bu açıq innovasiyanın ən çox tanınan xüsusiyyətidir. Digəri, daha az tanınan aspekt, şirkət daxilində istifadə olunan və istifadə edilməmiş fikir və texnologiyaların digər şirkətlərin yenilik proseslərinə daxil edilməsi üçün kənara çıxmasına icazə verdiyi "içəridə" hissəsidir. Açıq innovasiya paradıqması Tədqiqat və İnkişaf etdirməyi açıq sistemlər olaraq görür və dəyərli fikirlərin həm təşkilat daxilindən həm də xaricindən gələ biləcəyini önə sürür. Uzun illər ərzində müəssisə daxilində davam etdirilən innovasiya fəaliyyətlərinin bazarda yeni fikirlərin tətbiq olunması və inkişafı üçün ən doğru yol olaraq qiymətləndirilmişdir (Vrande&Jong &

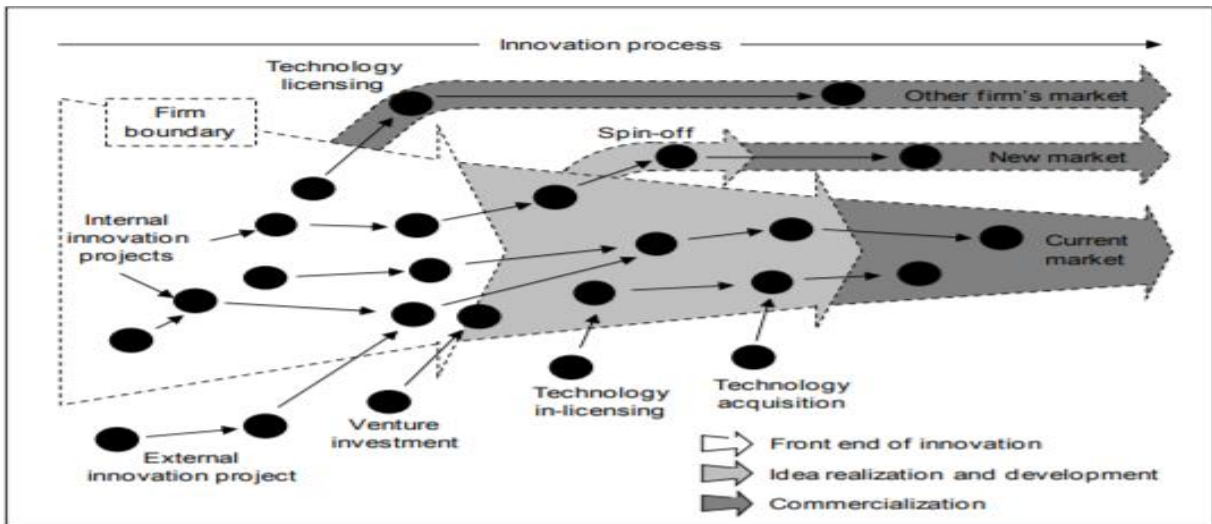
Vanhaverbeke&Rochemont, 2009: s.424). Kommunikasiyada sərhədlərin ortadan qalxması ilə, intellektual kapital, fikir və insanların təşkilat daxili və xaricində sərbəst hərəkətinə, bununla da, zaman və xərc qənaətlərinə, habelə təchizatçı və tərəfdaşlıq əlaqələrində daha çox alternativ imkanları təmin etməktə və yeni innovasiya mühiti inkişaf etməkdədir (Chesbrough&Garman, 2009: 70). Kommunikasiya və texnoloji imkanların artması şirkətlər arasında rəqabətin artmasına, bu isə şirkətlərin məhsullarını fərqləndirməyə çalışmasına səbəb olmuşdur. Belə olan halda, şirkətlərin Tədqiqat və İnkişaf üzrə xərcləri xeyli artmışdır. Müəssisənin inkişafı üçün tələb olunan biliklərin daxilə istehsal olunması xərcləri artıracağından xaricdən informasiya axınının cəlb olunması daha məqsədəuyğun hesab olunmağa başlamışdır. İnnovasiyalarda ənənəvi əməkdaşlıqdan kənara çıxmaqla daxili və xarici qaynaqlardan məlumat təmin edilməsi şirkətin innovativ potensialının artırılmasında mühüm rol oynayır (Linton & Walsh, 2004: s.518). Açıq innovasiya yanaşmasının təməli, bütün dünyaya səpələnmiş və davamlı hərəkət halındakı məlumat və yeniliyin yalnız bir şirkət mərkəzindən idarə edilərək, rəqabət edilə bilməyəcək qədər böyük olduğu düşüncəsinə əsaslanır. Bu yanaşma müəssisənin xaricində inkişaf edən bu yenilikləri təqib etməsi və lazımlı gördüyü yenilikləri innovasiya prosesinin istənilən mərhələsində patent və ya lisenziya ödənişlərini həyata keçirməklə öz inkişafına adaptasiya etməsi gerçəyinə əsaslanır. Eyni zamanda müəssisə, sahib olduğu yenilik və resursları kənar istifadə üçün açıq etməsi şərtidir. Açıq innovasiya şirkətlərə yeni fürsətlər və bazarlar təqdim edərək davamlı rəqabətin əldə olunması baxımından klassik innovativ modeldən daha effektivdir. Açıq İnnovasiyanı klassik modeldən fərqləndirən əsas şərtləri aşağıdakı prinsiplərdə öz əksini tapır:

- Şirkətin bütün ağıllı insanların işə götürməsinə ehtiyac yoxdur, əksinə, şirkət daxilində və xaricində onlarla əməkdaşlıq etmək lazımdır.
- Xarici innovasiya səyləri ilə yarana biləcək əhəmiyyətli dəyərlərin bir qismini tələb etmək üçün daxili innovasiya fəaliyyətlərinə ehtiyac vardır.
- Rəqabəti qazanmaq üçün ilk növbədə bazara daxil olmaq deyil, daha yaxşı biznes modelinə sahib olmaq vacibdir.

- Rəqabət üstünlüyü əldə edilməsi sayca daha çox və ya ən yaxşı düşüncələrin ortaya çıxması ilə deyil, eyni zamanda daxili və xarici fikirlərdən ən yaxşı şəkildə istifadə edilməsi ilə mümkündür.
- Proaktiv IP idarəetməsi digər rəqib şirkətlərin şirkətə məxsus IP-sini istifadə etmə imkanı verir. Bundan əlavə, şirkətlər öz biznes modelini inkişaf etdirdikləri zaman digər şirkətlərin IP-sini də satın almağı nəzərdə tutur.

Müəssisə açıq innovasiya modelinin tətbiqi ilə universitet-sənaye əməkdaşlığı, araşdırma laboratoriyaları, konsultasiya xidmətləri, internet kimi şirkət xaricində yerləşən qaynaqlardan innovasiya resursları əldə edə bilər. Ümumiyyətlə, bu innovasiya yanaşması şirkət ilə onun xarici mühiti arasındakı sərhədi daha məsələli vəziyyətə gətirərək keçmiş qatı sərhədi yarım-keçirici membrana çevirir. Aşağıdakı şəkil açıq innovasiya modelini təsvir edir.

Şəkil 2. Açıq innovasiya modeli



Mənbə: Philipp Herzog (2011) s.23 (adapted from Chesbrough (2003c), s. 44)

Uğurlu açıq innovasiya siyasəti həyata keçirmək üçün şirkət intellektual kapital, intellektual mülkiyyət hüquqları və bu hüquqların qorunması üzrə keçən texniki və araşdırma prosesləri yaxşı anlamalı, həm daxildə, həm də xaricdəki fürsətləri doğru şəkildə təqib etməli və müəssisənin mövcud qaynaqları ilə inteqrasiya edə bilməlidir. Beləliklə, açıq innovasiya innovasiya imkanları üçün daxili və xarici mənbələrin sistematik şəkildə araşdırılması, bu araşdırmanın şirkət bacarıqları və resursları ilə şüurlu şəkildə inteqrasiya edilməsi və bu imkanların birdən çox kanal vasitəsilə geniş istifadə edilməsi mahiyyətini daşıyır.

Qapalı innovasiya və açıq innovasiya arasındakı fərqlər:

1920-2016-cı illər ərzində aparılmış araşdırmalara əsasən, Fortune 500 şirkətlərinin siyahısını nəzərdən keçirsək, şirkətlərin orta ömrünün get-gedə azaldığının şahidi ola bilərik. Belə ki, 1920-ci ildə bir şirkət orta hesabla 67 il bu siyahıda özünü göstərə bilirdisə, 2016-cı ildə əvvəlki dövrlə müqayisədə şirkətlərin orta ömür fəaliyyəti (lifespan) 15 ilə kimi azalmış və bu göstəricinin get-gedə daha da azalacağı proqnoz edilmişdir. Bu siyahıya daxil olan şirkətlərin bir qisminin çıxma səbəbi bizneslərində yaşanan böyük həcmdə zərərlər deyil, şirkətlərin birləşdirilməsi və ya digər satınalmalar həyata keçirərək dəyişilməsi göstərilmişdir. Digər səbəb isə şirkətlərin əksəriyyətinin dövrün tələb etdiyi yeniliklərlə uyğunlaşa bilməməsi və rəqibləri tərəfindən məğlub edilməsi ilə əlaqədar olması sübut edilmişdir. Belə olan halda, şirkətlərin rəqabət dözümlüyünü və innovativliyini artırılması üçün təkcə öz resurslarından istifadə edilməsi yanaşması, öz yerini açıq innovasiya ilə əvəz etdi.

Qeyri-müəyyənlik və dəyişkənliyin məhdud olduğu bazar mühitində innovasiya cəhdləri kifayət ola bilər, ancaq qeyri-müəyyənlik və dəyişkənlik varsa, xarici bir bazara daxil olunursa, ya da yeni bir məhsul istehsal olunursa, qarşılaşdığımız imkan və təhdidləri görmək üçün daha çox səy göstərməliyik (Chesbrough, 2004: 24). Məlumat ehtiyacı ilə birlikdə bazarda olan qeyri-müəyyənlik və dəyişkənliyin artımı eləcə də müəssisə daxili Tədqiqat və İnkişaf fəaliyyətlərinin yetersiz olması, müəssisələri ənənəvi innovasiya konseptindən çıxmağa tətikləyir. Beləliklə ənənəvi innovasiya modelində nəzərə alınmayan bu əksikliklər açıq innovasiya anlayışının ortaya çıxmasına səbəb oldu.

Qapalı innovasiya modelini, açıq innovasiya modelindən fərqləndirən əsas xüsusiyyətlərindən biri, onun innovasiyanın inkişaf etdirilmə prosesinə universitetlərin, hökumətlərin elmi tədqiqatlarının və müştəri fikirlərinin sənaye və kommersiya tətbiqlərinə cəlb edilməməsi ilə əlaqədardır. Qapalı innovasiya paradigmasında isə müştərilər iştirak etdiyi yenilik prosesində məhsul və ya xidmətin, istehsal olunma, marketinq, paylanma strategiyaları, haqqında məhdud məlumatları əldə bilirlər. Bu məlumatların açıq şəkildə paylaşılması rəqiblərin

şirkətin fərsətləri və problemləri haqqında dolğun məlumat əldə etmə ehtimalına görə tərəddüdlə qarşılır. Açıq innovasiya ideyası qapalı innovasiya yanaşmasına qarşı aşağıdakı motivlərdən meydana gəlmişdir:

- Təcrübəli işçilərin sayının artması və hərəkət azadlığı
- İnvestor bazarlarının genişləndirilməsi imkanı
- Kənardan cəlbəedici fikirlərin çox olması
- Xarici təchizatçıların bazarlarını genişləndirilməsi imkanları

Bu mövcud 4 vəziyyətin yaranması bilik bazarı (knowledge market) anlayışının yaranmasına və biliyin artıq şirkətin mülkiyyətindən çıxmasına təkan yaratmışdır. Bilik daha çox işçilər, tədarükçülər, müştərilər, rəqiblər və hətta universitetlərin birgə sahib olduğu varlığa çevrilmişdir. İnnovasiyada, (istər qapalı və ya açıq innovasiya olsun), fikir və biliklər üzərində haqq sahibliyinin əldə edilməsi get-gədə öz gücünü itirməkdədir. Beləliklə şirkətlər getdikcə innovasiyada ümumi nəzarətin önəminin azaldığını anlamağa başladılar. Belə ki, dəyərli fikirlərin şirkətlərin sərhədi boyunca ortaya çıxmasına və bu fikirlərin bazara təqdim olunmasında yalnız öz fəaliyyətlərindən istifadə etməsinə ehtiyac yoxdur. Uğurlu innovasiyaların tətbiqi, ilkin olaraq problem və ehtiyacların dəqiq təyin edilməsi, daha sonra bu problem və ehtiyaclara uyğun olaraq düzgün və effektiv həllərin müəyyənləşdirilməsi üçün lazım olan biznes ideyaları inkişaf etdirməklə mümkündür. Yuxarıda qeyd etdiyim fəaliyyətlərdə səmərəlik əldə etmək üçün şirkətlərin daxili innovasiya sərhədlərindən kənara çıxmağı vacibdir. Bu faktdır ki, günümüzün innovasiya layihələrini inkişaf etdirmək üçün xarici fikir və texnologiyalara eləcə də satış üçün xarici kanallara ehtiyac var və bunlardan istifadə etmək zəruridir. Günümüzdə innovasiyanın tətbiqi şirkət sərhədləri daxilindən şirkət xaricinə doğru doğru keçid etməyə başlamışdır. İstehlakçıların istehsaldan paylanmaya qədər hər mərhələdə iştirak etməsi və şirkətlərin rəqabət mühitində istehlakçıların ehtiyaclarını ən yüksək səviyyədə təmin etmələrinə fokuslanmağı, açıq innovasiyaya keçid prosesini sürətləndirmişdir. Əlbəttə ki, bu modellərdən hansını daha uğurlu olacağına dair müzakirələr hələ də günümüzdə aktuallığını qoruyur.

II FƏSİL. AÇIQ İNNOVASIYA FƏALİYYƏTLƏRİ VƏ ÖLKƏLƏRİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFINA TƏSİRİ

2.1. Açıq İnnovasiya fəaliyyətləri və tətbiqi yolları

Bildiyimiz kimi indiki dövrdə sərtləşmiş rəqabət qarşısında tab gətirmək bir çox şirkətlərin, onların təmsalında ölkələrin dünya bazarında öz mövqeyini qoruyub saxlaması üçün ciddi problemlərə səbəb olur. Buna görə də günümüzün böyük müəssisə sahibləri artıq yeniliklərin gizlədilərək həyata keçirilməsindən ziyad digər şirkətlərlə güclü və uzunömürlü əməkdaşlıqlar edinməklə ümumi bəşəriyyətə qatqı olmaqda maraqlıdır. Bu əməkdaşlıqlar öz növbəsində açıq innovasiya və açıq innovasiya fəaliyyətlərinin artmasına öz töhfəsini verir. Belə ki, Berkeley universiteti tərəfindən çox saylı iri və kiçik miqyaslı şirkətlər arasında keçirilmiş sorğuya əsasən sorğuda iştirak edən şirkətlərin 85 faizi açıq innovasiya fəaliyyətləri, daha dəqiq desək, bir sıra inbound və outbound fəaliyyətləri ilə məşğul olur. Şirkətlər tərəfindən istifadə edilən ən geniş yayılmış açıq innovasiya fəaliyyətlərinə: paydaşlar (təchizatçılar, müştərilər, universitetlər) ilə əməkdaşlıq, strateji ittifaqların qurulması, habelə texnologiya və bazarların xarici taramasını aid etmək olar. Sorğuda iştirak edən şirkətlərin rəyinə əsasən, bir çox şirkətlər açıq innovasiyanın bir və ya daha çox fəaliyyətləri ilə məşğul olduğu ortaya çıxmışdır. Belə ki, sorğunun nəticələrinə əsasən bəlli oldu ki, açıq innovasiyada aktiv iştirak edən şirkətlərin əksəriyyətinin (1) bu fəaliyyətləri açıq innovasiya kimi təsvir etmədikləri və ya (2) açıq innovasiya üçün açıq-aydın bir innovasiya strategiyası izləmədikləri ortaya çıxmışdır.

Açıq innovasiya fəaliyyətlərinin növləri hesab edilən inbound (gələn) və outbound (gedən) fəaliyyətləri, onları mənimsəyən şirkətlərin sayı baxımından bənzər bir yayılıma sahib olsalar da, inbound (flows) axınlarının toplam dəyəri daha yüksəkdir. Gələn fəaliyyətlər daxili Tədqiqat və İnkişaf fəaliyyətlərinə dəstəkləyici, gedən fəaliyyətlər isə daxili inkişafa tamamlayıcı təsir göstərir. Açıq innovasiya siyasəti izləyən bir çox şirkətlər hər iki fəaliyyət növündən istifadə etməklə, birləşdirilmiş (gələn açıq innovasiya fəaliyyətləri+gedən açıq innovasiya fəaliyyətləri) fəaliyyət növünə daha çox üstünlük verirlər. Aşağıdakı cədvəldə uyğun

olaraq Gələn (inbound) açıq innovasiya fəaliyyətləri daha detallı şəkildə qeyd edilmişdir.

Cədvəl 2. Gələn (inbound) açıq innovasiya fəaliyyəti

Gələn (inbound) açıq innovasiya fəaliyyəti	
Fəaliyyətin adı	Fəaliyyətin özü
Xaricdən tarama və axtarış-'Qaynaq` (Sourcing)	Çevrənin yeni texnologiyalara, bazar dəyişikliklərinə görə taramılması. Dahliner və Gann (2010), bu tarama fəaliyyətini "qaynaq" kimi təsvir edir. Xarici biliklərdən istifadə etmək vacib olduğuna görə bir çox şirkət daxili Tədqiqat və İnkişafa başlamazdan əvvəl xarici tarama fəaliyyəti həyata keçirir (Chesbrough et al., 2006).
Texnologiya və ya biliklərin əldə edilməsi və lisenziyalaşdırılması - "satınalma və ya əldə etmə"(Acquiring)	Dahlander və Gann (2010) pula istinad edərək (maddi), gələn yenilikləri 'əldə etmə' olaraq təsvir etmişdir. Əldə etmə fəaliyyəti deyildikdə, xarici bazardan lisenziyalaşdırmaq və firma xaricindən ekspertizanı əldə etməklə həyata keçirilir.

Mənbə: Dr Martin Rhisiart, Dr Rami Djebarni, Prof Andrew Thomas, Christopher Christie, Dr René Rohrbeck Open innovation: the activities and views of companies in Wales-2014

Aparılan sorğuya əsasən, rəyi soruşulan şirkətlərin əksəriyyəti daha qeyri-rəsmi tarama fəaliyyəti ilə məşğul olurlar. Onların əksəriyyəti konkret layihələr və ya inkişaf imkanları üçün texnologiya və IP axtarışlarını həyata keçirməyə ehtiyac duyduqları halda, bir neçə şirkət həmçinin xarici axtarış prosesində (məsələn, müştərilərdən istifadə edən satış qrupları) bazara istiqamətlənmiş kanallar və funksiyaları istifadə olunması zəruriliyini göstərirlər. Rəqəmsal və kreativ biznes sektorunda olan bir şirkət üçün bazarla əlaqəli axtarışlar, bir qayda olaraq, biznesin tematik sahələrində iştirak edən satış funksiyası və işçi heyəti tərəfindən həyata keçirilir (axtarış xarakteri məhsulun/biznes sahəsinin tipinə aid olduğu halda), halbuki texnologiya axtarışı müvafiq qlobal inkişaflarına dair ümumi məlumatı olan az sayda texniki heyət tərəfindən həyata keçiriləcəkdir.

Texnoloji baxımdan, ümumiyyətlə texnologiyanı həqiqətən başa düşən az sayda insan var və onlar şirkətin inkişafını dəstəkləyəcək bir sıra üstün bacarığa sahibdirlər. Aşağıdakı cədvəldə Gələn (outbound) açıq innovasiya fəaliyyətləri daha detallı şəkildə görmək olar.

Cədvəl 3. Gedən (outbound) açıq innovasiya fəaliyyəti

Gedən (outbound) açıq innovasiya fəaliyyəti	
Fəaliyyətin adı	Fəaliyyətin özü
Potensial imkanları axtarmaq üçün seçilmiş məlumatları ortaya çıxarmaq-Açıqlama (Revealing)	Henkel (2006), Dahlander və Gann (2010) firmaların bəzən bazardakı bacarıqlarını artırmaq, işbirliyini təmin etmək üçün birbaşa maliyyə qazancı güdmədən məlumatı ortaya çıxarmağı seçdiklərini önə sürürlər Dahlander və Gann (2010) qeyri-maddi, gedən innovasiyaları "aşkar etmək", "açıqlamaq" adlandırır.
Lisenzialaşdırma və ya texnologiya və bilik satışı-Satış (Selling)	Birbaşa maliyyə üstünlüyü əldə etmək üçün-texnologiya/bilik satışı və ya lisenzialaşdırılma kimi fəaliyyətlər nəzərdə tutulur. Dahlander və Gann (2010) bunu "Satış" kimi təsvir edir.

Mənbə: Dr Martin Rhisiart, Prof Andrew Thomas, Dr Rami Djebarni, Dr René Rohrbeck, Christopher Christie Open innovation: the views and activities of companies in Wales-2014

Gedən açıq innovasiya fəaliyyətlərindən biri olan, açıqlama fəaliyyətlərinin həyata keçirilməsi zamanı, şirkətlərin qarşılaşa biləcəyi potensial mənfi cəhətlər biri kimi faydaların başqaları tərəfindən istismar olunması ehtimalı vardır. Əlavə resurslara yəni, tamamlayıcı qaynaqlara malik olan digər firmalar biliklərdən öz maraqları üçün istifadə edə bilirlər. Aparılan araşdırmalara əsasən şirkətlərin bəziləri potensial təchizatçılarla və ya əməkdaşlarla əlavə imkanlar və resursların inkişaf etdirilməsi və müştərinin imkanları barədə məlumatlandırılması məsələsini öyrənmək üçün "açıqlayıcı" seminarlar və tədbirlər həyata keçirirlər. Əgər şirkət inkişaf etdirmək istədikləri xüsusi bir texnoloji mövzu ətrafında çevik strukturlaşdırılmış "göstər və danış" seminarını təşkil edərsə, bu ona daha çox üstünlük gətirəcəkdir.

Gedən açıq innovasiya fəaliyyətlərindən digəri olan lisenzialaşdırma fəaliyyəti isə şirkətlərin yeni bazarlara daxil olması üçün cəlbedici seçimlərdən biri hesab edilir. Bu yanaşmanın mümkün mənfi cəhətlərini aşağıdakı kimi sadalaya bilərik: a) xarici lisenziyanın potensial dəyərini qabaqcadan görmə çətinliyi (Chesbrough and Rosenbloom, 2002); b) müvafiq biliklərin yayılmasının qorxusu (Rivette and Kline, 2000); c) müqavilələr razılaşdırılmadan əvvəl firmaların bəzi məlumatları ortaya çıxarması zamanı innovasiyanın oğurlanması qorxusu (Dahlander və Gann, 2010).

Açıq innovasiya fəaliyyətlərinin tətbiqi yolları

Ümumiyyətlə, açıq innovasiya yanaşmasını tətbiq etmək və açıq innovasiya fəaliyyətlərində uğurlu olmaq üçün şirkətlərlə əməkdaşlıq və müştəri əlaqələrinə önəm vermək lazımdır. Belə ki, onlar bu fəaliyyətlərin həyat keçirilməsində əsas hərəkətverici qüvvələr hesab olunur. İlk olaraq, şirkətlərlə əməkdaşlıqların qurulması və bu yöndə fəaliyyətlərinin artırılması məqsədilə, açıq innovasiya modelini tətbiq edən şirkətlərin izlədiyi yollara baxaq. Belə ki, şirkətlərin əməkdaşlıq qurulması doğrultusunda ən çox üstünlük verdiyi fəaliyyətlərə misal olaraq, daxili lisenziyalaşdırma, birgə patentləşdirməni göstərmək olar. Bu yollar aşağıdakı cədvəldə daha detallı şəkildə verilmişdir: (Bax: Əlavə 1).

Açıq innovasiya fəaliyyətlərində əsas rola sahib ikinci qüvvə müştərilərdir. Müştərilərlə əməkdaşlıqların qurulması, şirkətləri gələcəkdə yaranacaq potensial problemlərdən qoruyacaqdır. Günümüzdə bir çox şirkət müştərilərlə əməkdaşlığın qurulması və əlaqələrin gücləndirilməsi məsələlərinə ciddi fikir verirlər. Açıq innovasiya modelini tətbiq edən şirkətlər, innovasiya prosesinə müştəriləri bir neçə yollarla cəlb edə bilirlər. Bunlar aşağıdakı cədvəldə detallı şəkildə izah olunmuşdur.

Cədvəl 5. Müştəri fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi üçün izlənən yollar

<i>Müştəri fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi üçün izlənən yollar</i>	
1. Crowdsourcing-Kütləvi qaynaq:	Ümumi bir məqsəd (yenilik, problemlərin həlli və səmərəliliyin əldə edilməsi) üçün ictimaiyyətdən fikirlər, fikirlər, layihələr, təkliflər və məlumatların toplanmasıdır.
2. Crowdfunding-Kütləvi maliyyələşdirmə	Crowdfunding prinsipinə crowdsourcinglə eyni olsa da, burada əsas "mənbə" layihə üçün fikir və ya ideya deyil, maliyyədir.
3. Birlikdə-yaratma laboratoriyaları	Birgə yaradıcılıq laboratoriyaları ictimaiyyətin iştirakı ilə yeni hazırlanmış prototiplər haqqında fikir toplamaq və marka və marketinqlə bağlı fikir əldə etmək üçün effektiv bir yoldur.
4. İcma	İcmalar, adətən, şəxsi maraqlarından ötrü məhsul və ya xidmətə könüllü olaraq cəlb olunan yüksək səviyyəli müştərilər qruplarıdır.
5. Elektron İştirak	Şirkətlərin xidmət və ya məhsullar haqqında rəylərin toplanması, keyfiyyətlərinin yoxlanılması və tədricən təkmilləşdirilməsində kömək edir.
6. Kovörkinq yerləri:	Burada çalışan mütəxəssislərin müxtəlifliyinə görə, innovasiya prosesinin erkən mərhələsində lazımlı olan müxtəlif fikirlərin toplanması üçün ideal yerlərdir

Mənbə: <https://www.openinnovation.eu/11-10-2017/33-routes-to-open-innovation/>

Qeyd etmək istəyirəm ki, yuxarıda qeyd edilən yollar, açıq innovasiya siyasətini həyata keçirən şirkətlər tərəfindən ən çox üstünlük verilən üsullardır. Belə

ki, bu yolların izlənməsi şirkətlərin açıq innovasiya fəaliyyətlərinə potensial müştəriləri və əməkdaşları rahatlıqla cəlb edə bilməsinə şərait yaradır. Eyni zamanda, qeyd edilən yollar açıq innovasiya prosesin sürətlə həyata keçirilməsi və bu yöndə fəaliyyətlərin artırılmasına birbaşa kömək edir.

2.2. Açıq İnnovasiya fəaliyyətlərinin makro və mikro səviyyədə tətbiqi, ölkə və şirkət nümunələri

Avropada açıq innovasiya: Şirkətlər və startaplar arasında əməkdaşlıq

Günümüzdə Açıq İnnovasiyalar həm cəlb edilmiş sahələr, həm də coğrafi əhatə dairəsi baxımından əsas yeniliklərə çevrilib. Avropada fəaliyyət göstərən müəssisələrin 84 faizi açıq innovasiya fəaliyyətləri ilə məşğuldur. Demək olar ki, bu müəssisələrin rəhbərliyi altında həyata keçirilən açıq innovasiya siyasəti son on ildə olduqca dəyişmişdir. Artıq şirkətlər açıq innovasiya proseslərini sürətləndirmək məqsədilə startaplarla əməkdaşlıqların qurulmasında böyük önəm verirlər. Belə ki, altı il əvvəl yalnız bir neçə qabaqcıl şirkətlər (xüsusilə ABŞ şirkətləri) startapları strateji tərəfdaşlar kimi qəbul edirdisə, artıq bu yanaşmanın 180 dərəcə dəyişdiyini qeyd etmək mümkündür.

Hal-hazırda Avropada fəaliyyət göstərən müəssisələrin 61 faizi startaplarla əməkdaşlıqda aktiv iştirak edirlər. Onların 37 faizi ən azı bir dəfə bu əməkdaşlıq növündən istifadə etmişdir. Bu əməkdaşlıqların böyük əksəriyyəti maliyyə (30%), telekommunikasiya (15%), qida (15%), sığorta (10%), texnologiya (10%) sektorları üzrə olmuşdur. Bu hissədə Avropada həyata keçirilən açıq innovasiya fəaliyyətlərini müəssisə və startap əməkdaşlığını analiz etməklə nəzərdən keçirəcəyəm. Avropada müəssisə və startapların əməkdaşlığı necə həyata keçirilir?

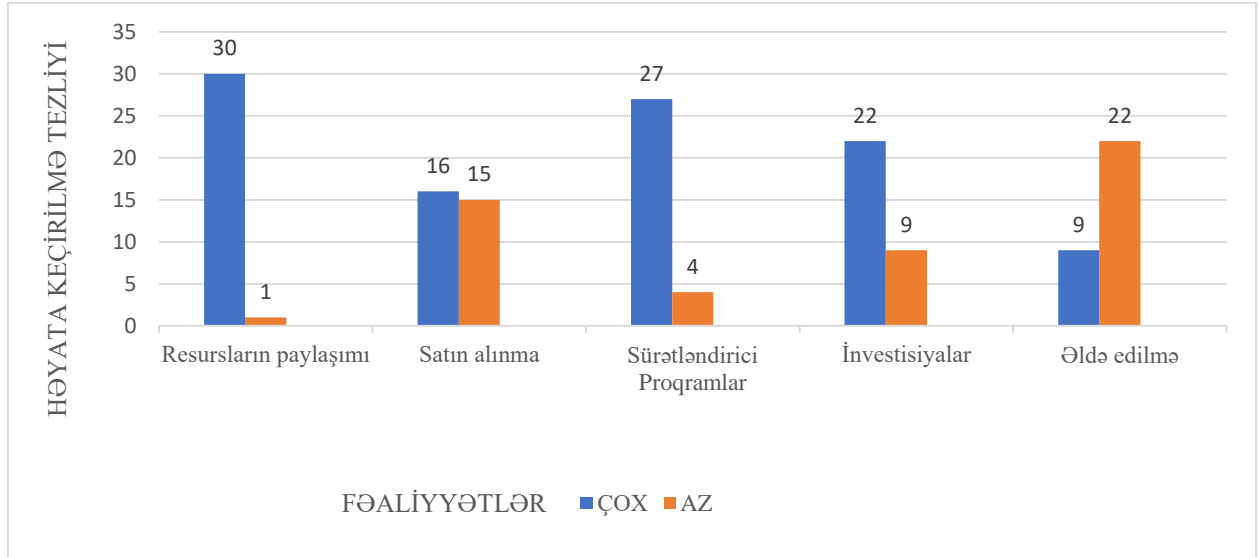
Yenilikçi startaplarla qarşılıqlı əməkdaşlığın qurulması üçün müəssisələr tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyətlər Winning Together (Birlikdə Qazanaq) reportuna əsasən aşağıdakı kimi təsnifatlandırılır:

1. Təsiretmə (One-Off tədbirləri və resursların birgə paylaşımı) (97%)
2. Satın alma (Procurement) (81%)
3. Sürətləndirici proqramlar (69%)

4. İnvestisiyalar (78%)
5. Əldə edilmə (Acquisitions) (28%)

Belə ki, startaplarla əməkdaşlığın qurulmasında satınalma, investisiya və resursların birgə paylaşımı əhəmiyyətli dərəcədə müsbət təsir göstərən fəaliyyətlər olduğu üçün təhlil daha çox bu istiqamətlərə yönəldilmişdir.

Qrafik 1. Müəssisələrin startaplarla qurulan əməkdaşlıqda həyata keçirdiyi fəaliyyətlərin tezliyi



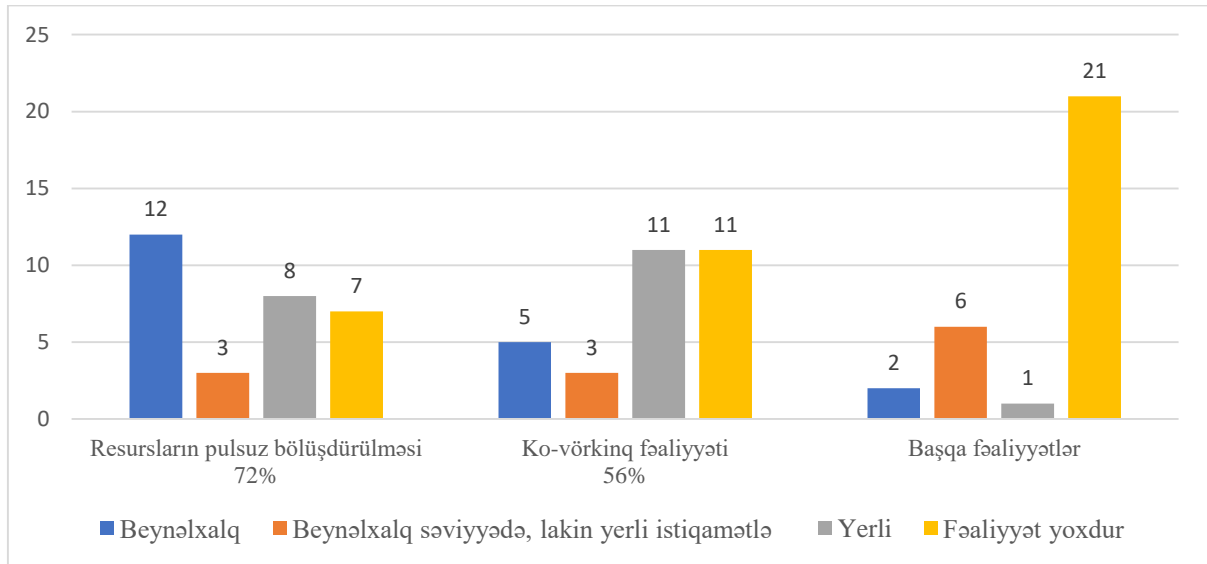
Mənbə: Mind the Bridge and Crunchbase, Startup M&As 2017 Report, September 2017.

Qrafik 1 Avropada fəaliyyət göstərən aparıcı müəssisələrin 2017-ci ildə startaplarla əməkdaşlıqda daha çox hansı fəaliyyətlərə yönəldiyini göstərir. Göründüyü kimi, demək olar ki, bütün müəssisələr birdəfəlik tədbirlər keçirilməsi və ya resursların pulsuz bölüşdürülməsində daha fəal iştirak edə bilərlər. 2017-ci ildə əldə olunan Avropa mənşəli startap əldə edilmələrdə yalnız 9 müəssisə (29%) iştirak etmişdir. Müqayisə olaraq, qeyri-Avropa mənşəli startapların əldə edilmələrini nəzərə alsaq, bu faiz 37%-ə qədər artacaq. Lakin daha uzun zaman aralığını götürsək (2010-2017), startapların satın alınmasında aktiv olan müəssisələrin faizi 61%-ə qədər artır. Bu statistik nəticələrə əsasən demək olar ki, Avropa şirkətləri Amerika şirkətləri ilə müqayisədə daha az əldə edilmələrdə iştirak etmişdir. Lakin, bu göstəricilər Avropa şirkətlərinin Startapları əldə edilməsi yeni nəsil məhsullar yaratmaq, yeni bazarlara çıxmaq və ya sadəcə yeni (rəqəmsal) imkanlar əldə etmək üçün effektiv bir yol olduğunu başa düşdüynə görə getdikcə dəyişməyə başlamışdır.

1. Təsiretmə (On-Off tədbirləri və resursların birgə paylaşımı)

Bir çox müəssisələr startaplar üzrərində təsirlərini artıraraq onlarla əməkdaşlığa başlayırlar. Bu təsiretmələr öyrədici sahibkarlıq təlimlərinin keçirtmələr (61%) və ya pulsuz alət, biznes resursları və sponsorluq verilməsi ilə həyata keçirilir. Bunlar, startapların iştirakı ilə eksperiment aparmaq və təklif etdikləri texnologiya növləri və imkanlar haqqında ilkin təsəvvür əldə edilməsi məqsədilə (uzunmüddətli öhdəliklər olmadığı) istifadə edilən nisbətən daha asan yollardır. Qrafik 2-də on-off tədbirlərin və resursların pulsuz paylaşım yeri üzrə bölüşdürülməsi göstərilir. Belə ki, resursların paylaşımı onlar yerli səviyyədə (şirkətin baş qərargahının yerləşdiyi yerdə), beynəlxalq səviyyədə, lakin yerli istiqamətlə (şirkətin ofislərinin yerləşdiyi ölkələrdə) və beynəlxalq səviyyə olmaqla 3 qrup üzrə bölüşdürülmüşdür.

Qrafik 2. On-off tədbirlər və resursların paylaşımı



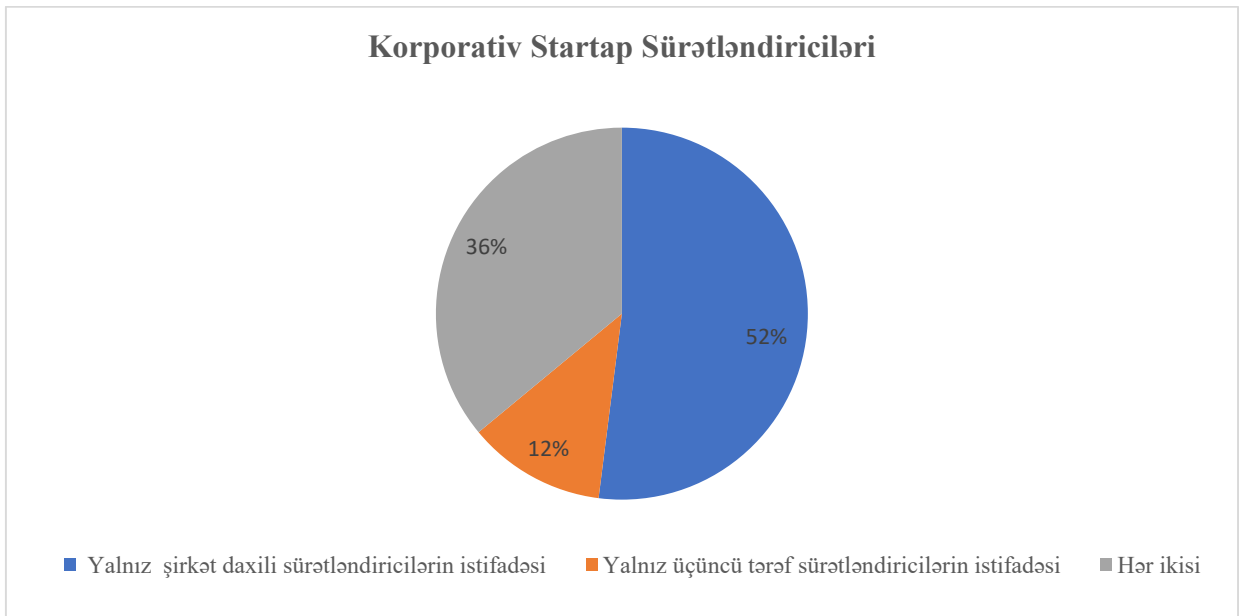
Mənbə: Mind the Bridge and Crunchbase, Startup M&As 2017 Report, September 2017.

Qrafik 2-yə əsasən Avropada fəaliyyət göstərən şirkətlərin əksəriyyəti daha çox yerli istiqamət üzrə hərəkət edir və Avropa mənşəli startap şirkətləri ilə resursların paylaşımı, ko-vörking fəaliyyətlərin həyata keçirilməsində maraqlıdır. Belə ki, müəssisələrin 40%-i resursların pulsuz bölüşdürülməsini beynəlxalq səviyyədə reallaşdırsa da, yalnız müəssisələrin 16%-i onlarla birlikdə fəaliyyət göstərməkdə maraqlıdır. Digər fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi cəhətdən müəssisələrin böyük hissəsi (70%) startaplarla əməkdaşlıq məqsədilə heç bir fəaliyyət həyata keçirməmişdir

2. Korporativ Sürətləndiricilər

Sürətləndiricilər ümumiyyətlə startaplara əhəmiyyətli dəstək təmin edilməsilə yanaşı (toxum investisiyaları, əlaqələr, mentorluq, təhsil komponentlər daxil olmaqla) korporasiya ilə daha dərin qarşılıqlı əlaqə yaratmaq məqsədilə atılan bir addımdır. 2017-ci ildə müəssisələrin 69%-i ən azı bir sürətləndirici proqramlardan istifadə etmişdir və bunların 40%-i Avropa ölkələrində həyata keçirilmişdir. Bu səbəbdən KBC Group, Vodafone Group və Google kimi bəzi firmalar həm Şərqi, həm də Qərbi Avropada açılış proqramları strategiyasını həyata keçirirlər.

Qrafik 3. Korporativ Startup Sürətləndiriciləri



Mənbə: Mind the Bridge and Crunchbase, Startup M&As 2017 Report, September 2017.

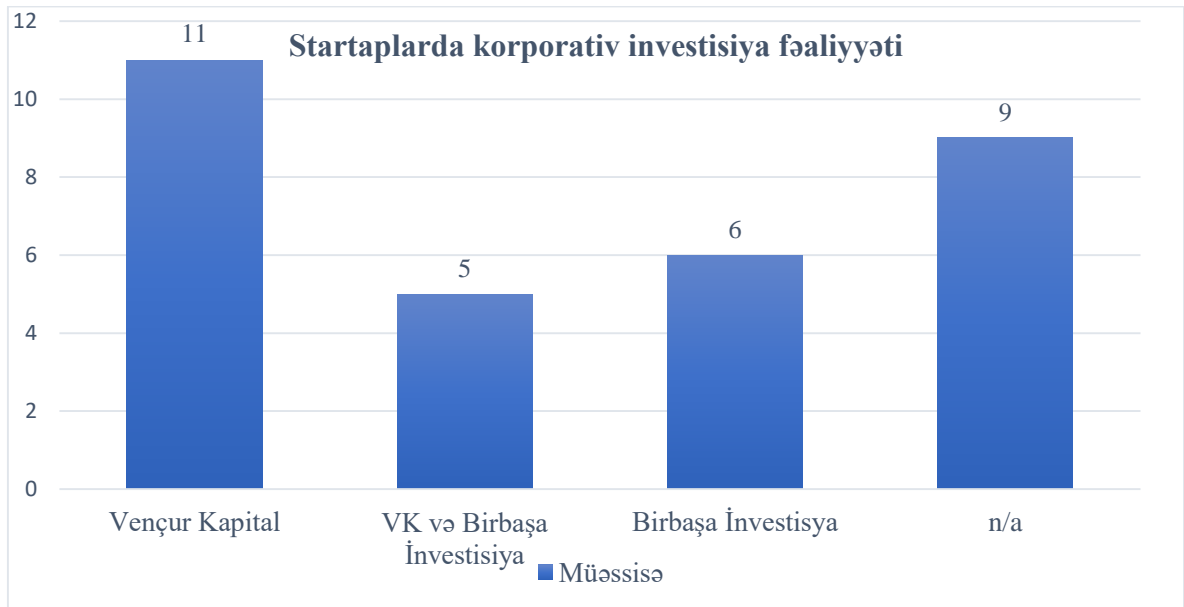
Bir çox sürətləndirici proqramlar beynəlxalq xarakter daşmasına baxmayaraq, müəssisələr fəaliyyət göstədiyi ölkə hüdudlarından kənar startapları qəbul etsə də, bir çox startaplar öz ölkələrini tərk etməkdə istəksiz olur və ya köçməkləri mümkün olmur. Buna görə də üçüncü tərəf sürətləndiriciləri əhatə dairəsini genişləndirmək, sürətli başlamaq və ya hedcinq etmək üçün cəlbedici bir alternativ olaraq qalır: korporativ startap ulduzlarının (əməkdaşlıq) 48%-i Techstars və Startup boot camp kimi üçüncü tərəf tərəfdaşlarından istifadə etmişdir.

Qrafik 3-dən görüldüyü kimi, Avropada fəaliyyət göstərən şirkətlərin 52% yalnız daxili sürətləndiriciləri proqramlardan, 12%-i yalnız üçüncü tərəf sürətləndiricilərin istifadəsində maraqlıdırlar. Bu şirkətlərin 36%-i isə hər iki proqramdan istifadə edirlər.

3. İnvestisiya siyasəti

Sorğuda iştirak etmiş 31 şirkətdən 22-si (71%) 2016-cı ildə start-uplara investisiya qoyduğunu aşkar edilmişdir. Belə ki, bu şirkətlərin yarısı korporativ müəssisə kapitalı (CVC) və 27% birbaşa investisiyalar fondları vasitəsilə, startap şirkətlərinə investisiya etmişdir.

Qrafik 4. Startaplarda korporativ investisiya fəaliyyəti



Mənbə: Mind the Bridge and Crunchbase, Startup M&As 2017 Report, September 2017.

Avropada fəaliyyət göstərən şirkətlər orta hesabla startap şirkətlərinə sərmayə qoymaqla maraqlıdırlar. Bu investisiyaların sektorlar üzrə bölgüsünə baxdıqımızda isə daha çox maliyyə, kommunal xidmətlər və telekommunikasiya sahələri üstünlük təşkil edir.

Amerika Birləşmiş Ştatları

Prezidentlik fəaliyyətinə başladığı ilk günündə, Barak Obama "hökumətdə əvvəllər görünməmiş bir səviyyədə açıqlıq yaratmaq" və "şəffaflıq, ictimai iştirak və əməkdaşlıq sistemi" qurmağı tələb edən "Şəffaflıq və açıq hökumət" haqqında memorandum imzaladı. Açıq Hökumət Təşəbbüsünə sadıqlığını daha da artırmaq üçün Obama administrasiya tərəfdən data.gov (elektronik devizlərlə oxuna bilinən hökumət qurumlarına məxsus məlumat bazasına ictimaiyyətin girişini təmin edilməsi) və regulations.gov (hökumətin yeni islahatlar hazırlanması məsələləri üzrə ictimaiyyətin rəylərinə əldə edilməsi) kimi hökumətə məxsus veb saytlar fəaliyyətə başlamışdır.

Hökumət qurumları müxtəlif açıq innovasiya layihələri həyata keçirirlər. Nümunə olaraq Amerika Birləşmiş Ştatlarının Patent və Marka İdarəsi tərəfindən həyata keçirilən Peer-to-Patent layihəsini göstərmək olar (USPTO www.peertopatent.org). Layihə, patent incələnməsi prosesini ictimaiyyətə açır və patent mütəxəssislərini internet vasitəsilə könüllü alimlərlə birləşdirmə məqsədi daşıyır. USPTO bu yeni modelin hökumətdə qərar vermə prosesini təkmilləşdirməsində nə dərəcədə effektiv olmasını yoxlanılması üçün bir pilot proqram keçirməkdədir. Bundan başqa hökumət təşkilatları ABŞ-ın Beynəlxalq İnkişaf Agentliyinin USAID İnkişafı 2.0 Müsabiqəsi, Milli Elm Fondu İnnovasiya Təşəbbüsü Mükafatları və ABŞ Enerji Departamentinin Parlaq Sabah İşıqlandırılma Mükafatı kimi müxtəlif ideya və innovasiya müsabiqələrini elan ediblər.

Həmçinin ictimaiyyət tərəfindən idarə olunan bir sıra açıq innovasiya layihələri, fəaliyyətləri mövcuddur. Məsələn, AmericaSpeaks (americaspeaks.org) vətəndaşların dövlət siyasəti sahəsində qərarların qəbul edilməsi prosesinə cəlb edilməsi məqsədi daşıyan bitərəf və qeyri-kommersiya təşkilatıdır. Maraqlıdır ki, vətəndaşların rəhbərliyi ilə həyata keçirilən birgə layihələrin əksəriyyəti ətraf mühitin qorunması və təbii fəlakətlərlə mübarizə sahəsində həyata keçirilir. Vətəndaş Birliyinin (www.citizen corps.gov) əsas məqsədi fərdi vətəndaşların gücündən istifadə etməklə cəmiyyətə terrorizm, cinayətkarlıq, ictimai səhiyyə problemləri və bütün növ təbii fəlakətlərə hazırlaşmaq qarşı hazırlanmalarına köməklik göstərməkdir. Belə ki, bu layihə dörd proqramdan ibarətdir: Qonşu İzləmə (NW), Polis Təşkilatının Könüllüləri (VIPS), Tibbi Ehtiyat Birliyi (MRC) və Toplum Təcili Yardım Təşkilatları (CERT). Katrina PeopleFinder Layihəsinin məqsədi, Katrina qasırğasından sonra sağ qalan və ya itkin düşmüş şəxslərin müxtəlif siyahılarını birləşdirən onlayn məlumat bazası yaratmaqdır. 4000-dən çox könüllü tərəfindən həyata keçirilən bu layihə, yaradılmış məlumat bazası vasitəsi ilə insanların itkin dostlarını və ailə üzvlərini tapmaqda kömək edir.

Birləşmiş Krallıq

Dövlət sektorunda innovasiyalar son 30 il ərzində Böyük Britaniyada idarəetmənin əsas mövzularından biri olmuşdur (Ghobadian et al., 2009). Demək olar

ki, son zamanlar, dövlət qurumlarının əksəriyyəti innovasiya fəaliyyətinin təşviq edilməsi üçün böyük səylər göstərirlər. Məsələn, islahatların işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsində innovasiyaların istifadəsinin təşviq edilməsi üçün əsas məsuliyyət daşıyan iki təşkilat var: İnnovasiya və Biznes bacarıqları Departamenti və Baş nazirin strategiyası üzrə qrup (Böyük Britaniyanın Baş nazirinə mühüm məsələlər üzrə dərinləməsinə strateji məsləhətlər verən Nazirlər Kabinetində yerləşən elit bölmə). Bu iki təşkilat qabaqcıl təcrübənin yayılması və mühüm dəyişikliklərə mane olan əngəllərin müəyyən edilməsi və aradan qaldırılması istiqamətində sıx əməkdaşlıq edirlər.

Daha bir hökumət müəssisəsi-Milli Elm, Texnika və İncəsənət Fondu (Nesta) az xərclə (vəsait) daha təsirli ictimai xidmətləri təqdim etmək üçün innovativ yollarını tapmaq məqsədi ilə İctimai Xidmətlər Laboratoriyasını (www.nesta.org.uk) yaratdı. Daha dəqiq desək, bu laboratoriya innovasiya planlarının ictimai xidmətin təkmilləşdirilməsi və cəmiyyətə necə fayda verə biləcəyini nümayiş etdirmək üçün müxtəlif radikal nəzəriyyələrin təcrübədən keçirilməsi məqsədi daşıyır. Laboratoriya tərəfindən maliyyələşdirilən ən məşhur nümunələrdən biri insanları iqlim dəyişikliyinə reaksiya verməsinə təşviq etmək üçün dizayn edilmiş "Böyük Yaşıl Çağırış" müsabiqəsidir. Yerli insanların daha effektiv ideyalara malik olduğunu düşünərək, laboratoriya karbon emissiyalarını azaldılması yönündə ən yaxşı həlləri axtarır. Belə ki, laboratoriya geniş ideya aralığı ilə çıxış edən 350-dən çox qrupu cəlb etməyi bacarmışdır.

ABŞda olduğu kimi burda da bəzi ictimai xidmət yenilikləri toplum tərəfindən idarə olunur. Məsələn, Leeds Şəhər Şurası tərəfindən maliyyələşdirilən Keeping House tərəfdaşlıq proqramı, yaşlı və əlil insanların alış-veriş, təmizlik, bağçılıq və s. kimi məişət xidmətlərini tapmaq məqsədi ilə yeni yollar yaratmaq məqsədi daşıyır (www.keepinghouse.org.uk).

Cənubi Koreya

Cənubi Koreya hökuməti "qabaqcıl innovativ bir ölkə qurmaq" konsepsiyasına uyğun olaraq, effektivliyin və vətəndaşların məmnuniyyətini artırılması yönündə bir sıra fəaliyyətlər həyata keçirmişdir. Xüsusilə inkişaf etmiş

ölkələrdən biri olan Cənubi Koreya, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları, elektron Hökumət sahəsində beynəlxalq toplum tərəfindən lider kimi tanınmışdır. Məsələn, hökumət tərəfindən inteqrasiya olunmuş internet-portalın yaradılması, vətəndaşların siyasətin işlənilib hazırlanması prosesinə cəlb olunmasına kömək edir (G4C.go.kr). Eyni şəkildə, Seul Metropolitan Hökuməti, şəhər siyasətində ictimai fikirləri dəqiq əks etdirmək üçün Kiber Siyasət Forumunu idarə etməkdədir (forum.seoul.go.kr). Forum 2008-ci ilin BMT-nin İctimai Xidmət Mükafatları üzrə finalçı seçilmişdir.

Son zamanlar Cənubi Koreya hökuməti universitetlər tərəfindən həyata keçirilən birgə aparılan innovasiya layihələrinə sərmayə qoymağa başlamışdır. Son vaxtlara qədər, universitetlərdə araşdırma imkanları vəsait çatışmazlığı, zəif tədqiqat bazası və həddindən artıq tədris yönümlü mühitlər səbəbindən bir qədər məhdudlaşmışdı. Hökumət universitet tədqiqat layihələrinin reallaşdırılmasını təşviq etmək məqsədilə xüsusi tədqiqat potensialına, malik universitetlərin tədqiqat qruplarını mükəmməllik mərkəzləri təyin edir (COE). COE-nun tərkibinə Elmi Tədqiqat Mərkəzləri, Mühəndislik Araşdırma Mərkəzləri və Regional Tədqiqatlar Mərkəzləri daxildir. Bu mərkəzlər regional universitetlər və sənaye müəssisələri arasında əməkdaşlıq tədqiqatlarına yönəldilmişdir.

Türkiyə

Türkiyədə açıq innovasiya mövzusunda davamlı iş edən qurumlardan biri Türkiyə İqtisadiyyat Bankıdır. "TEB (Türkiye Ekonomi Bankası) Ağıl Fikir Buluşması" ilə müştərilərin, universitet tələbələrinin və yeni məzun professionalların innovativ fikirlərini və yaradıcılıqlarını göstərə biləcəkləri Ağıl Fikir Yarışması olan İcad Çıxar "Maliyyə sektorunda innovasiya" mövzusunda yarışmalar həyata keçirməkdədir. Müsabiqənin məqsədi xüsusilə gənclər üçün innovative yaradıcılıq şüurunu artırmaq, cəmiyyətə yardım etmək, sənaye-universitet əməkdaşlığı üçün qabaqcıl layihələr hazırlamaq və bu məhsul və xidmətlərdən iqtisadi əlavə dəyər yaratmaqdır. Müsabiqənin sonunda iştirakçılara müxtəlif mükafatlar verilir. Bununla yanaşı, TEB daxili heyətin daxili və xarici müştəri məmnuniyyətini artırmaq məqsədi ilə məhsul, xidmət və prosesləri inkişaf

etdirmək və məhsuldarlıq və səmərəliliyin artırılması yönündə təkliflərinin verilməsi üçün KIVILCIM PORTAL yaratmışdır.

Tesla Motors-Elektromobildə Açıq İnnovasiyalar

Tesla Motors Inc. 2003-cü ildə elektromobilləri (elektrikli nəqliyyat vasitələri) inkişaf etdirmək istəyən bir qrup Silikon Vadisi mühəndisləri tərəfindən təsis edilmiş avtomobil şirkətidir. Tesla Motors Ilon Mask (PayPal şirkətinin təsisçisi), Mark Tarpenning və Martin Eberhard tərəfindən təsis edilmişdir. Tesla istixana qazı emissiyalarının təsirini azaltmaq üçün alternativ texnologiyalar yaratmağa çalışan bir şirkətin nümunəsidir. Avtomobil istehsalçısının missiyası "dünyanın davamlı enerjetikaya keçidini sürətləndirmək" və "avtomobil sənayesində ən yaxşı istehsalçı" olmaqdır. Bu ambisiyalara baxmayaraq, elektrikli nəqliyyat vasitələri üçün xərclərin azaldılması və bəzi problemlərin aradan qaldırılması məqsədilə tətbiq edilən səmərəli innovasiyalara tələbat hələ də çoxdur. Əsas problemlərə yüksək batareya xərcləri və rəqabət qabiliyyətli olmayan performans daxildir. Bu və digər problemlər həll olunmazsa, elektromobil sənayesi investisiya baxımından səmərəsiz hesab edilə bilər. Belə ki, yuxarıda qeyd etdiyim problemlərin həll olunması, habelə elektrikli nəqliyyat vasitələri segmentində rəqabət və satışın az olması Teslaya 2014-cü ildə açıq innovasiya strategiyasını qəbul etməyə təşviq etdi.

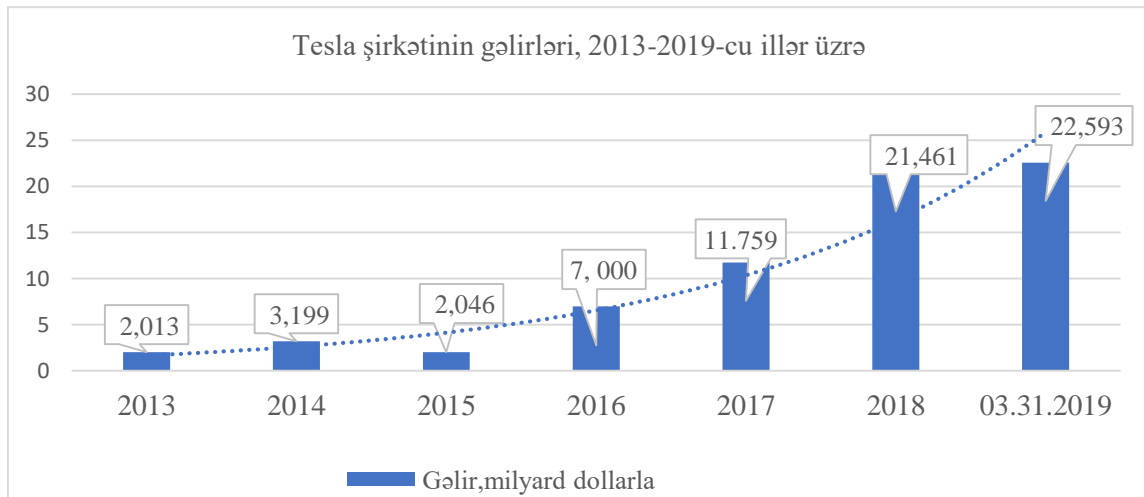
2014-cü il Ilon Maskın "bütün patentlərimiz sizindir" açıqlamasını verməklə, şirkətin innovasiya strategiyasının radikal şəkildə dəyişdirildiyi və açıq innovasiya siyasətini qəbul etdiyi ortaya çıxdı (<http://www.teslamotors.com/blog/all-our-patent-are-belong-you>). Onun sözlərinə görə:

"Tesla Motors dayanıqlı nəqliyyatın inkişafını sürətləndirmək məqsədilə yaradılmışdır. Əgər biz elektromobillərin yaradılmasına yol açmaq niyyətindəyiksə, eyni zamanda başqalarının inkişafına mane olan intellektual mülkiyyəti özümüzə saxlayırıqsa, biz bu məqsədin əksinə hərəkət etmiş oluruq. Buna görə də Tesla bizim texnologiyalardan vicdanla istifadə etmək istəyənlərə qarşı patent iddialarına başlamayacaq".

Bununla da Tesla rəsmi olaraq, açıq innovasiya strategiyasına keçdiyini ifadə etmişdir. Tesla Motorsun 2013-cü ildən başlayaraq açıq innovasiya strategiyasını

tətbiq etməsi, şirkət gəlirlərində xeyli artıma səbəb olmuşdur. Belə ki, 2013-2019-cu illər ərzində şirkətin gəlirləri 24 dəfə artmışdır.

Qrafik 5. Tesla Motors-un gəlirləri, 2013-2019-cu illər üzrə



Mənbə: <https://www.macrotrends.net/>

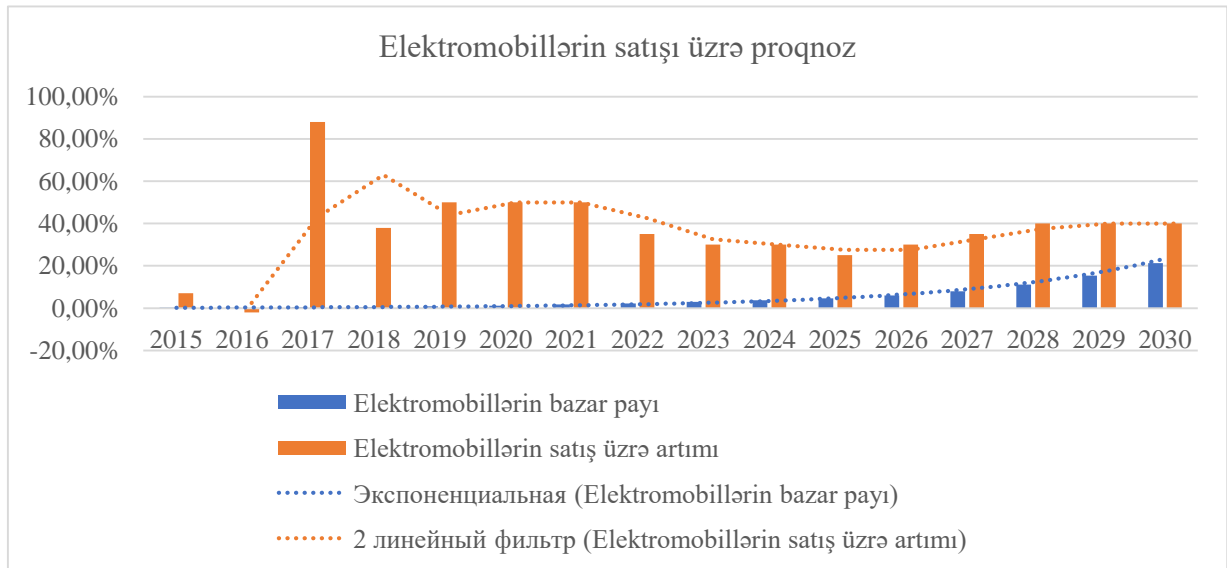
Yuxarıdakı qrafikə əsasən demək olar ki, son 6 il ərzində Teslanın gəlirlərində əhəmiyyətli artım olmuşdur. 2016 və 2018-ci illər ərzində şirkət gəlirlərini 3 dəfə artıraraq 21.461 milyard dollara çatdırmışdır. Bu dəyər şirkətin açıq innovasiya siyasətini izləməyə başladığı dövrlə müqayisədə 10 dəfə çoxdur. 2019-cu il üzrə qeyd edilən göstərici isə 3 ay ərzində əldə edilmiş gəlirlərdir. Belə ki 2018-ci ilin son rübü ilə 2019-cu ilin ilk rübü arasında şirkət 1 milyard dollardan artıq gəlir etmişdir. Bununla biz, açıq innovasiya strategiyasının Tesla şirkəti üzrə müsbət təsirini görə bilərik.

Tesla Motorsun açıq innovasiya siyasəti izləməsinin səbəbləri

Tesla karbon böhranını müstəqil həll etmək üçün kifayət qədər elektrikli vasitə istehsal edə bilmədiyi üçün açıq innovasiya strategiyasını, onların yenilikçi inkişafına maneə törətməyəcəyinə inanırdı. Eyni zamanda şirkət, alternativ yanacaq ilə işləyən elektromobillərin avtomobil istehsalçılarının ümumi satışının 1%-dən azını təşkil etdiyini və elektromobillər segmentində rəqabətin intensiv olmadığını demişdir. Teslanın "vicdanla" istifadə edilmə vədi qarşılığında" digər şirkətlərə şəxsi elektromobil texnologiyaları ilə bağlı 100-dən çox patent portfelini açmasını, əslində Teslanın hədəflərinə çatması üçün digər şirkətlərlə qurulmuş qeyri-rəsmi əməkdaşlıq kimi başa düşmək olar. Lakin Tesla açıq innovasiya

strategiyasına keçməmişdən əvvəl də, avtomobil sənayesində yeni olan elektromobillərin inkişafına dəstək olmaq məqsədilə həm şəxsi, həm də rəqib şirkətlərə məxsus elektromobillərinin təkmilləşdirilməsinə yönəlik rəsmi əməkdaşlıqların qurulmasına və bütün barrierlərin aradan qaldırılması yolunda addımlar atmağa başlamışdı. Belə ki, bu strateji əməkdaşlıqlar şirkətlər arasında maddi və qeyri-maddi resursların, habelə nou-hounun paylaşılması məqsədilə qurulmuşdur. Strateji əməkdaşlıqlara keçməmişdən əvvəl elektromobillərin 2015-ci ildən günümüzdə kimin olan bazar payını, habelə 2030-cu ilə kimi hesablanmış proqnozu aşağıdakı qrafikdə aydın görə bilərsiniz. Bildiyimiz kimi elektromobillərin bir neçə növü vardır, bu qrafikdə isə, əsas olaraq batareyalarla işləyən elektromobillərin bazardakı miqdarına diqqət çəkilir. Qeyd etmək istəyərdim ki, bu proqnoz Çin, Avropa(ölkələri), Amerika xaric olmaqla, yerdə qalan ölkələrin üzrə verilmişdir. Aşağıdakı qrafikdən də görüldüyü kimi 2030-cu ildə elektromobillərin bazar payı artaraq ümumi avtomobil sənayesinin 21.4%-ni təşkil edəcəyi gözlənilir:

Qrafik 6. Elektromobillərin bazardakı payı və satışı üzrə proqnoz



Mənbə: <http://www.ev-volumes.com/datacenter/>

Eyni zamanda elektromobillərin satışı 2020-2022-ci illər üzrə 50%, 2030-cu il üzrə isə 40% artacağı proqnoz edilir. Bildiyimiz kimi, hal-hazırda Amerika, Avropa, Çin elektromobillərin istehsalı və bazar payı üzrə rəqabət üstünlüyünü ələ almışdır. Belə ki, Avropa, Çin, Amerika bazasının daxil edilmədiyi bu göstəricilər

isə, dünyanın geri qalan hissəsinin elektromobillərə olan marağın və tələbatın get-gedə artdığını sübut kimi göstərilə bilər.

Əməkdaşlıq

Tesla Motors şəxsi elektromobillərini istehsal edib, satmaqla yanaşı eyni zamanda, digər ənənəvi avtomobil istehsalçılarından fərqli olaraq, digər şirkətlərin öz marka adları altında satın ala biləcəyi və ticarət edə biləcəyi elektrik ötürücü komponentlərinin istehsalı ilə orijinal avadanlıq istehsalçısı (OEM - original equipment manufacturer) kimi fəaliyyət göstərir (Aden və Barry, 2008). Tesla Motors böyüməsini asanlaşdırmaq məqsədilə üç əsas strateji ittifaq növündən (Holmberg, 2011) istifadə edir. Bunlar:

- Təchizatçı ittifaqları
- Tədqiqat və İnkişaf ittifaqları
- Digər avtomobil istehsalçıları ilə OAI ittifaqları.

Tesla Motors bu strateji ittifaq növü altında, bir çox firma ilə əməkdaşlıq qurmuşdur. İlk olaraq, təchizatçı ittifaqlarına Lotus Cars və Panasonic şirkətləri ilə qurulmuş əməkdaşlıqları misal göstərmək olar. Bundan əlavə, Tesla Motors və Panasonic-in Tədqiqat və İnkişaf departamentləri daha effektiv batareyaların inkişaf etdirilməsi üçün əməkdaşlıq edirlər. Son olaraq isə Tesla Motorsun Toyota və Daimler kimi OAI istehsalçıları ilə əməkdaşlıq etməsini misal göstərmək olar. Tesla Motorsun həyata keçirdiyi bu əməkdaşlıqlar, hal-hazırda şirkətin inkişafını təmin edən ən güclü faktorlardan biri kimi qəbul edilməkdədir.

2.3. Açıq innovasiyanın mənfi və müsbət tərəfləri və gələcək perspektivləri

Hamı tərəfindən qəbul edilən anlayışa görə innovativ müəssisələrinin uğurunun əsas amilləri onların əməkdaşları, Tədqiqat və İnkişaf bölmələri və xəyata dözümlü korporativ mədəniyyətidir. Bu xüsusiyyətlər qapalı innovasiya paradigmasına aiddir (Chesbrough, 2003). Qloballaşmanın getdikcə artan tendensiyası, yeni bazar iştirakçılarının yaranması və məhsulların həyat dövrünün azalması, eyni zamanda müvafiq Tədqiqat və İnkişaf xərclərinin artması ilə əlaqədar olaraq qapalı

innovasiya paradigmasının yerini keçən əsrdən etibarən (Gerybadze&Reger, 1999) xarici resursların əhəmiyyətli dərəcədə vacibliyini vurğulayan açıq innovasiya nəzəriyyəsi almışdır (Chesbrough, 2003). Beləliklə, Açıq İnnovasiyalar xarici tərəfdaşlarla interaktiv və müştərək innovasiya prosesi kimi təsvir edilə bilər (Veer et al, 2013). Açıq innovasiya qlobal əməkdaşlıqda iştirak edən müəssisələrə bir sıra üstünlüklər təklif edir. Bunlar aşağıdakı kimi şərh oluna bilər:

- Tək mərkəzdən araşdırma aparmaqdan daha aşağı qiymətli tədqiqat inkişafı imkanları təmin edilməsi
- Məhsul inkişafında potensial yeniliklərin təmin edilməsi
- İnkişaf prosesində müştəri iştirakının daha erkən vaxtda cəlb olunması
- Müştəri hədəf və bazar araşdırmalarında daha dəqiq nəticələr əldə edilməsinə dəstək
- Daxili və xarici innovasiya qaynaqları arasında potensial sinerji təmini
- Potensial viral marketinq təklifi

Cədvəl 6-da təşkilati, idarəetmə və hüquqi cəhətdən strukturlaşdırılmış açıq innovasiyanın bəzi üstün tərəfləri göstərilmişdir:

Cədvəl 6. Açıq innovasiyanın müsbət tərəfləri

Təşkilati	Biliyin İdarəedilməsi	Hüquqi
Tədqiqat və İnkişaf investisiyalarının diversifikasiyası	Fikirlərin geniş bazası	Əqli mülkiyyətin strateji aktivlər kimi istifadə edilməsi
Daha asan bazar girişi	Texnoloji sinerji təsiri	Digər şirkətlərə məxsus patentlərinin dəyər və müdafiə səviyyəsinin qeyri-müəyyənliyinin monitorinqi
Resursların əldə edilməsi üstünlükləri	Xarici bilik və təlim prosedurlarının ötürülməsi vasitəsilə daxili təlim potensialının təkmilləşdirilməsi	

Mənbə: Chesbrough et al., 2006; Lee et al., 2010; Veer et al., 2010

Açıq innovasiyanın yeni bir paradigma olmasına baxmayaraq, digər modellərdə olduğu kimi bir neçə mənfi cəhətləri mövcuddur. Ən diqqətə çarpan mənfi cəhətlərdən biri başqalarının istifadəsinə açılan qaynaqların istismar edilməsi mümkünlüyüdür. Əslində isə açıq innovasiya korporativ sirləri riskə atmadan digər

rəqiblərin uzaqgörənliyi, bacarıqları və dəstəyindən istifadə etmək və bunlardan yararlanmaq mahiyyətini daşıyır (Dahlander & Gann, 2010). Belə ki, açıq innovasiya konsepsiyasının həyata keçirilməsi bəzi potensial risklər və çətinlikləri özü ilə birlikdə gətirə bilər. Bu potensial risk və çətinlikləri aşağıdakı kimi sıralaya bilərik:

- Bəzi istənilməyən məlumatların paylaşılması
- Fikir mülkiyyətinin açılmasından yaranan bəzi rəqabət üstünlüklərinin itirilməsi
- Kənardan cəlb olunan yeniliklərin adaptasiyası, o cümlədən, innovasiya inkişafı prosesinin başa düşülməsində yaşanacaq problemlər.
- Kənardan cəlb olunan yenilikləri seçməkdə yaranan çətinliklər .
- Texnoloji inkişaf prosesinə kənar xarici yeniliklər əlavə edildiyi halda, texnologiyanın inkişafı üçün bir çox innovasiya prosesinin yenidən qurulması və bəzi fəaliyyətlərin israf olunması

Müqayisəli olaraq açıq innovasiya proseslərinin mənfəət tərəfləri - Cədvəl 7-də göstərildiyi kimi - indiyə qədər gözərdi edilməmişdir. Xüsusilə də hüquqi aspektlər ümumiyyətlə açıq innovasiya tədqiqat çətiri altında strukturlaşdırılmamış və ya yerləşdirilməmişdir (Müller, 2013).

Cədvəl 7. Açıq innovasiyanın mənfəət tərəfləri

Təşkilati	Biliyin İdarəedilməsi	Hüquqi
Proses koordinasiya xərcləri	Xarici biliklərdən güclü asılılıq	Əlavə vəzifələr üçün miras olmaması
İcra xərcləri	Əsas bilik nəzarətinin itirilməsi	Fikri mülkiyyətin yayılması
Davamlı iş axınlarında daha çox səhv	Rahatlıq, yaradıcılıq və strateji gücün itirilməsi	Böyük müəssisələrlə müqayisədə müqavilə təcrübəsinin müxtəlif səviyyələri (potensial tərəfdaşlar)

Mənbə: (Enkel et al., 2009; Müller, 2013; Veer et al., 2013)

Günümüzdə şirkətlər yalnız açıq innovasiyaya əsaslanan fəaliyyətlər həyata keçirmir, eyni zamanda bağlı innovasiya da investisiya edirlər. Buna əsas səbəb, çox açıqlığın olması şirkətlərin nəzarət və əsas bacarıqların itirilməsi ilə uzunmüddətli innovasiya uğurlarına mənfəət təsir göstərməsinə səbəb olması ilə əlaqəlidir. Lakin

qapalı innovasiya yanaşması qısaldılmış yenilik dövrünün artan tələblərinə xidmət etmir. Buna görə də açıq innovasiya yanaşması uyğun bir şəkildə balanslaşdırılmalıdır (Enkel et al., 2009).

Açıq İnnovasiyanın gələcək perspektivləri

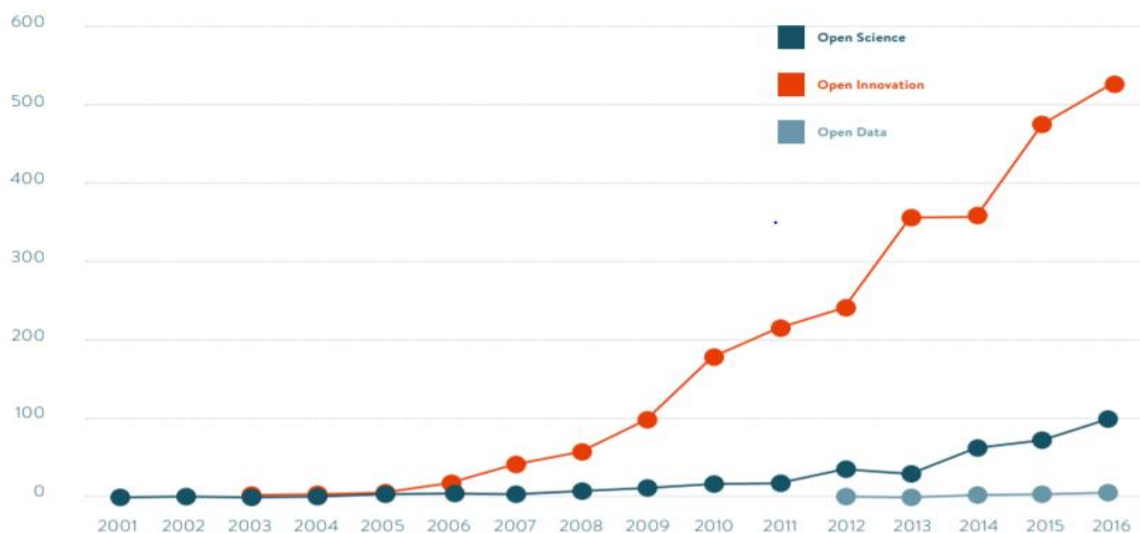
Son illərdə aktual olan açıq innovasiya yanaşması həm praktik, həm də akademik cəhətdən böyük marağa səbəb olmuşdur. Hal-hazırda, inkişaf etmiş və inkişafda olan ölkələr, o cümlədən transmilli şirkətlər tərəfindən bu mövzunun tədqiqatı üçün aparılan araşdırmalar, yeni innovasiya laboratoriyalarının yaradılması, açıq innovasiyanın innovasiya iqtisadiyyatına və ölkənin sosial iqtisadi inkişafına olan mühüm təsirlərinin olduğunu göstərir.

Hal-hazırda bu yanaşma haqqında məlumatlar paylaşmaqla insanlar tərəfindən müsbət qəbul olunmasına və bu barədə biliklərin artırılması yönündə bəzi əhəmiyyətli internet resursları fəaliyyətə başlamışdır. Bunlara misal olaraq, Avropa Birliyi tərəfindən maliyyələşdirilən openinnovation.eu veb saytını göstərmək olar. Bu veb saytın həm təsisçiləri açıq innovasiyalar, eləcə də sahibkarlıq sahəsində strateji konsaltinq kimi fəaliyyət göstərmiş və dünyanın ən yüksək səviyyəli tədbirlərində parlaq spikerlər olmaqla böyük elmi təcrübə toplamış şəxslərdir. Onların strateji partneri açıq innovasiya yanaşmasının banisi Prof. Dr. Henry Chesbroughdur.

Bundan əlavə, bu mövzu ətrafında bir neçə məşhur universitet və qurumlar tərəfindən müxtəlif sorğular keçirilmişdir. Bunlardan ən nəzərə çarpanı Berkeley universitetinin təşkilatçılığı ilə baş tutmuşdur. Belə ki, müxtəlif inkişaf səviyyəsinə aid olan ölkələrdə fəaliyyət göstərən 125 şirkət arasında keçirilən sorğuya əsasən açıq innovasiya yanaşmasından tətbiq edilməsi ilə şirkətlər, daha kreativ fikirlər cəlb etmiş, o cümlədən əhəmiyyətli qazanclar əldə etmişdir (<https://www.coursera.org/>).

Açıq innovasiya üzrə aparılmış araşdırma işlərinə keçməmişdən əvvəl, bu mövzuya artan marağın qrafiklərlə təsvirinə baxaq. Bildiyimiz ki, son dövrlərdə “açıq”lıq özünü təkcə innovasiyada deyil, eyni zamanda elmdə də göstərmişdir. Elmi ədəbiyyatda açıq elm və açıq innovasiya mövzuları necə inkişaf etdiyini aşağıdakı şəkil ilə daha aydın görmək olar:

Şəkil 3. Elmi ədəbiyyatda açıq innovasiya mövzusunun inkişafı



Mənbə: [file:///C:/Users/totti/Downloads/was_gewinnen_wir_durch_open_science_und_open_innovation%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/totti/Downloads/was_gewinnen_wir_durch_open_science_und_open_innovation%20(1).pdf)- Web of Science

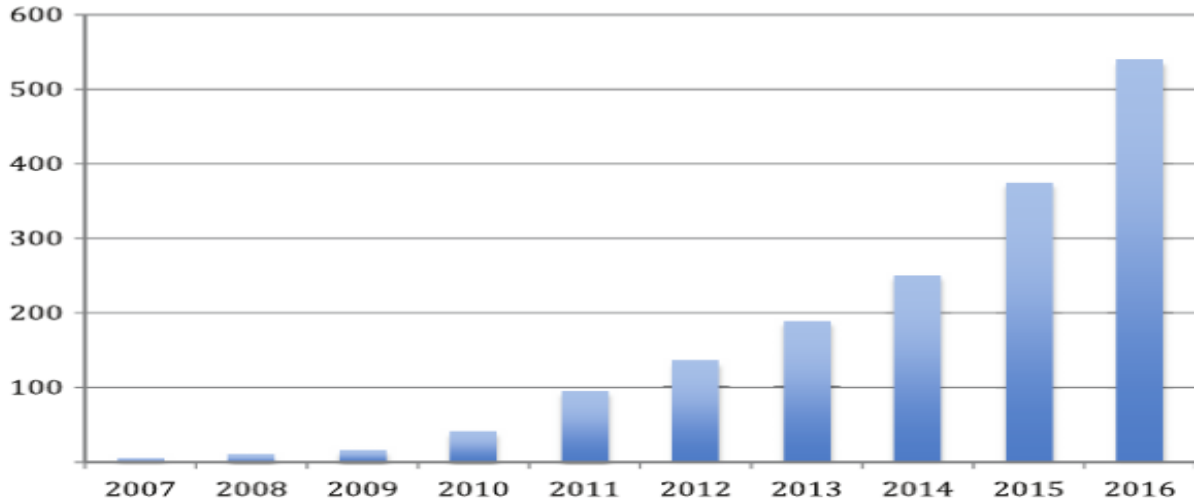
Şəkil 3-dən görünür ki, hər iki konsepsiya elmi müzakirələrdə böyük əhəmiyyət kəsb etmişdir. 2003-cü ildə açıq innovasiya ilə bağlı yalnız dörd elmi məqalə nəşr olunurdusa, onların sayı 2016-cı ildə 526-a yüksəldi. Belə ki, təkcə 2007 və 2015-ci illər arasında açıq innovasiya mövzusu ilə bağlı elmi məqalələr on dəfə daha çox artmışdır.

Açıq elm sahəsində də bu illər ərzində əhəmiyyətli artım qeydə alınmışdır. Belə ki, 2001-ci ildə bir nəşr olduğu halda, 2013-cü ildə bu say 64, 2016-cı ildə 100-ə kimi artmışdır. Lakin şəkilə əsasən demək olar ki, açıq innovasiya mövzusu, digər iki mövzudan fərqli olaraq, daha çox araşdırılmış və onun artım tempi daha yüksək olmuşdur. Bu da açıq innovasiya anlayışının daha çox marağa səbəb olduğunu göstərir.

Açıq innovasiyanın araşdırılması elmi ədəbiyyatda özünü fərqli sahələrdə göstərir. Belə ki, təkcə 2006-2009-cu illər ərzində açıq innovasiya fəaliyyətlərinin kiçik müəssisələrdə tətbiqinin həyata keçirilməsi üzrə 126 elmi məqalə və 8 kitab çap edilmişdir.

2016-cı ilə kimi aparılmış araşdırmalarda göstərilir ki, bu araşdırma işlərinə istinadların verilməklə yazılan elmi məqalələr əvvəlki dövrlərə nisbətən xeyli artmışdır. Bunu aşağıdakı şəkildə daha aydın görmək mümkündür

Şəkil 4. İllərə görə açıq innovasiya üzrə elmi məqalələrə edilən istinadların sayı



Mənbə: Muhammad Usman - A systematic review of literature on OI in SMEs

file:///C:/Users/totti/Downloads/AS5967925550776321519297841015_content_1.pdf

Şəkil 4-də 126 nəşr üzrə illik istinadları təqdim olunduğunu görə bilərik, belə ki, bu, istinadların sayının həndəsi silsilə ilə artdığını göstərir. 2010-cu il ilə müqayisədə 2016-cı ildə bu araşdırma işlərin hər birinə edilən istinadlar 5 dəfə artaraq, 550-ə çatmışdır. Bu, istinadların çoxalması ilə yeni nəşrlərin sayının artmasını və açıq innovasiya üzrə aparılan araşdırma işlərinin artdığını demək olar.

Aparılan araşdırmalara əsasən açıq innovasiya növbəti onillik ərzində inkişaf etmiş ölkələrdə əsas rol oynayacağı irəli sürülmüşdür. Bu “blokçeyn”-dən rəqəmsallaşmaya, genomik redaktəyə qədər yenilikləri təşviq edəcək artan yeni texnoloji tendensiyaların yaranması əlaqəlidir. Eyni zamanda bu tendensiyalar 2015-2030-cu illər üçün nəzərdə tutulan Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri (Sustainable Development Goals) kimi beynəlxalq məqsədlərlə birləşdirilməsi açıq innovasiyaya olan diqqətə əlavə stimül kimi istifadə edilə bilər.

Hal-hazırda innovasiyanın inkişaf periodu davam etdiyinə görə bu yöndə qəbul edilən siyasətlər düzəliş üçün hazır olmalıdır. Məsələn, kütləvi fondlama (crowdfunding) kimi yeni maliyyələşdirilmə mənbələrinin artması başlanğıc (startup) müəssisələri üçün yeni maliyyə dəstəyi mənbələri yaratsa da, crowdfunding maliyyə dəstəyi təmin edən sadələşmiş insanlar üçün ciddi təhlükələr yarada bilər. Eyni şəkildə ilk koin təkliflərinin artması böyük həyəcana səbəb olmasına baxmayaraq, bu vasitələr hələ də detallı araşdırılmamışdır. Əlavə olaraq demək olar ki, əksər ölkələrin qəbul etdiyi tənzimləyici siyasətlər investorlara yönəlik risklərin idarə

edilməsi baxımından çox geridədir. İnnovasiya ekosistemlərinin dəyərinin davamlı artması hələ də rəqabətin erkən modelinə əsaslanan Antitrust tənzimləmə üçün əhəmiyyətli təsirə malikdir. Rəqib şirkətlər arasında əməkdaşlıq müəyyən açıq innovasiya kontekstlərində pro-sosial ola bilər, lakin istehlakçılar bu yöndə qorunmağa ehtiyac duyacaqlar.

Açıq innovasiyaların dəstəklənməsi və maliyyələşdirilməsi proqramları ilə əlaqədar olaraq – Avropa Komissiyası tərəfindən “Açıq İnnovasiyalar, Açıq elm və Açıq dünya” (“Open Innovation, Open Science, Open to the World”) başlıqlı yeni innovativ siyasi yanaşma həyata keçirilmişdir. Belə ki, bu yanaşma, Açıq innovasiya (məlumatların hərəkəti, o cümlədən fiziki və rəqəmsal bilik və resursların yeni birləşmələri vasitəsilə), Açıq elm (ictimaiyyətə açıq jurnallar və açıq məlumat infrastrukturları vasitəsilə) və Açıq dünya (açıq elm ətrafında qlobal standartların daha geniş və sürətli yayılması və nəticədə daha sürətli yeniliyin əldə olunması ilə) başlığı altında yeni layihələr reallaşdırmaqla inteqrasiyanı gücləndirməyi planlayır. Beləliklə, bu yanaşma üç trend arasındakı əlaqələri yüksək qiymətləndirir və gələcək yenilikləri stimullaşdırmaq üçün daha geniş yayılmış bilik dünyası vəd edir. 2013-cü ildən başlayaraq, Berkeley universiteti tərəfindən hər il Açıq İnnovasiyalar üzrə Ümumdünya konfransı (WOIC) təşkil olunur. Bu konfrans bir platforma olaraq, innovasiya siyasətinə bu yeni yanaşmanı təşviq etməyə çalışır. Açıq İnnovasiyalar üzrə Ümumdünya konfransı korporativ problemləri həll etmək və bu mövzu ətrafında aparılan tədqiqatları təşviq etmək üçün dünyanın hər yerindən qlobal firmaların üst rəhbərlərini və aparıcı elmi mütəxəssislərin cəlb edilməsi məqsədini daşıyır. Sənaye innovasiya təcrübəsinin daha sıx əlaqələndirilməsi sayəsində, açıq innovasiya ilə əlaqəli akademik tədqiqatlar öz inkişafını davam etdirir və növbəti onilliklər ərzində bu mövzu üzrə aktuallığın qorunacağı ehtimal edilir. Hal-hazırda dünyada açıq innovasiya vizyonunu təqib etmək məqsədilə, Amerika Birləşmiş Ştatlarının hüdudlarından kənara çıxaraq Avropa və digər ölkələrdə bu konfransın təşkil edilməsi planlaşdırılır. İlk dəfə olaraq, 2019-cu il 12-13 dekabr tarixləri arası Amerika Birləşmiş Ştatlarının hüdudlarından kənarda, İtaliyanın paytaxtı Romada 6-cı illik Açıq İnnovasiyalar üzrə Ümumdünya konfransı keçiriləcəkdir. Bu ilki

konfransın mövzusu "Biznes və Sosial Məsələlərin İdarə Edilməsi üçün Açılış" başlığı altında olacaqdır. Konfransda, akademik və sənayedə açıq innovasiya üzrə düşüncə liderləri tərəfindən təqdim ediləcək konseptual tədqiqat nəzəriyyələri və praktik anlayışları bir araya gətiriləcəkdir.

2.4 Açıq İnnovasiya fəaliyyətlərinin ölkələrin sosial iqtisadi inkişafında rolu

Açıq innovasiya fəaliyyətlərinin ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafa göstərdiyi təsirlərinin təməlinə bütün innovasiya ekosisteminin iştirakçıları üçün paylaşılan dəyərlər, paylaşılan fikirlər və birgə rifah dayanır. Açıq innovasiyanın sosial-iqtisadi təsirini başa düşmək və qiymətləndirmək üçün aşağıda qeyd edilən məsələlər üzrə qərarların qəbul edilməsi olduqca mühümdür. Belə ki, a) icmaların, iqtisadi rifah, məşğulluq, sağlam icma və sosial rifah da daxil olmaqla uzunmüddətli davamlılığını təşviq edən qərarların qəbul edilməsi; b) bazarda istifadəçilərin ehtiyaclarını nəzərə almaqla yeni məhsullar və xidmətlər yaradılması; c) siyasətçilər üçün vətəndaşların və müəssisələrin rifahı və davamlı (dayanıqlı) hökumət üçün yeni siyasətin hazırlanması zamanı açıq innovasiya fəaliyyətlərinin tətbiq edilməsi ilə sosial-iqtisadi inkişafa mümkün müsbət təsirlərini artırma biləri.

İcmalar / İstifadəçilər / Vətəndaşların Perspektivləri

İcmalar / istifadəçilər açıq innovasiyanın real dəyərini müəyyən edirlər. Hal-hazırda vətəndaşlar iqtisadi və sosial rifahı ilə qərarların qəbul edilməsi prosesində iştirak etməyə daha çox "açıqdırlar". İnsanlar, onların sosial və iqtisadi həyatına real təsirlərdən xəbərdardır. Buna görə də onlar siyasi qərarların qəbul edilməsinə və ya bazar üçün xidmətlərin yaradılmasına təsir göstərə bilirlər.

Günümüzdə real dəyişiklik həyata keçirə bilən vətəndaşlar innovasiya prosesinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. İnnovasiya (fəaliyyətində) iştirak prosesində açıq innovasiyanı əsas götürən yeni icmaların artması cəmiyyətə əhəmiyyətli təsir göstərir. İnformasiya, monitoring və kommunikasiya dünyalarını birləşdirildikdə, bir çox imkanlar sahib olmaq mümkündür. İnternet vasitəsilə məzmun və yaradıcılığı paylaşmaq vətəndaşı üçün harada və nə vaxt olmağından

aslı olmayaraq yeni və daha yaxşı iş və ya həyat balansı yaradacaq. İnternet məşqçiliyi ilə dəstəklənən texnologiyalar vasitəsi ilə gənclər və yaşlılar daha yaxşı həyat tərzini yaşaya biləcəklər.

Bazar Perspektivi

Müəssisələr böyümək və bazarda sabitliyə (davamlılığa) nail olmaq istəyirlər. Qlobal informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə birlikdə innovativ məhsul və ya xidmətlərin yaradılması prosesi və təcrübəsi getdikcə daha sürətlə inkişaf edir. Məhsul, xidmət və ya təchizatdakı yeniliklər, mövcud və ya gələcəkdəki bazar tərəfindən daha az qiymətləndirilən funksiyaları və ya xidmətləri azaltmaqla və ya aradan qaldırmaqla yanaşı eyni zamanda bazar üçün dəyər yaratmalı və ya mövcud dəyəri artırmalıdır. Artıq bazar (sektor), dünyanın qalan hissəsindən təcrid olunmuş tək bir xidmət yaradılması və istifadəçiləri bu yaradılmış xidmətləri qəbul etmək və ya satın almaq üçün məcbur edilməsinin mümkün olmadığını fərqləndirir. Əks təqdirdə, alıcıların bu xidmətlərdən istifadə etməyə maraqlı olmadıqları halda, bu zaman və resursların israfına səbəb olacaqdır.

Açıq innovasiya ekosisteminin bir hissəsi kimi, sənaye/biznes/xidmət təchizatçıları "alıcılar" və ya "istifadəçiləri" birgə xidmətlərin yaradılması prosesinə cəlb edilməsində maraqlıdırlar. Bütün dəstəkləyici şərtləri nəzərə alınmaqla istifadəçilər həm istehlakçı, həm də yenilikçi/iştirakçı ola bilərlər. Eyni zamanda, bazar hökumətinin yaratdığı qaydalar (normativ aktlar) çərçivəsində fəaliyyət göstərdiyinə görə, açıq innovasiya yanaşmaları sənayenin dinamik bazar ehtiyaclarının qarşılınmasına daha yaxşı təsir göstərməsinə imkan verir. Beləliklə, açıq innovasiya siyasəti izləyən müəssisələr digər ekosistem iştirakçılarının dəstəyi ilə daha sürətli və davamlı bir şəkildə inkişaf edəcəkdir.

Siyasi qərar alanların görüşləri (policy makers)

Son onilliyi nəzərdən keçirsək, siyasi yanaşma və daha önəmli innovasiya haqqında siyasi düşüncə kəskin şəkildə dəyişməsinin şahidi ola bilərik. Xüsusilə, bu gün siyasi liderlər maraqlı tərəflərin geniş miqyasda iştirak etməsi ilə müvəffəqiyyətli innovasiya fəaliyyətlərinin sürətləndiyini, beləliklə açıq innovasiya yanaşmasını tətbiq edərək vətəndaşların və müəssisələrin rifahı üçün daha yaxşı

dəyər yaratdığını düşünürlər. Dünya siyasi liderlərinin açıq innovasiya haqqında nitqlərində aşağıdakıları ifadələri irəli sürmüşlər:

- 3 dekabr 2010 il intellektual mülkiyyət üzrə 4-cü ümumavropa sammitində Avropa Komissiyasının vitse-prezidenti və Rəqəmsal gündəm komissarı Neil Cruz " Açıq İnnovasiyalar vasitəsilə Rəqəmsal gələcəyin açarının açılması " adlı nitqi ilə çıxış etmişdir. O, açıqlığın rəqəmsal inqilabda uğurlu olması üçün əsas şərtlərdən birinə çevrildiyinə və istifadəçi əsaslı (user driven innovation) innovasiya üçün maksimum yer yaradılmalıdır" ifadəsi ilə açıq innovasiyanın vacibliyini vurğulamışdır (Kroes, N. 2010. Vice-President of the European Commission responsible for the Digital Agenda: speech: "Unlocking the digital future through Open Innovation" during the 4th pan-European Intellectual Property Summit).
- 9 may 2013-cü il tarixində Amerika Birləşmiş Ştatlarının prezidenti Barak Obama, istehsal innovasiya mərkəzlərinin genişləndirilməsi haqqında açılış nitqində bunları söyləmişdir: "Biz istehsal texnologiyalarındakı irəliləyiş üçün araşdırma hovuzu, risk hovuzunun yaradılmasında görürük. Bu irəliləyiş yalnız hər kəsi bir araya gətirəndə mümkündür." (Obama, B. 2009. A Strategy for American Innovation Report from the White House, Washington, D.C. https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/strategy_for_american_innovation_october_2015.pdf).

Açıq innovasiya və iqtisadi artım

Son zamanlarda aparılan araşdırmalara əsasən, açıq innovasiya tətbiqlərinin həyata keçirilməsi ölkələrin iqtisadi artımına müsbət yöndə təsir göstərdiyi qeyd edilmişdir. Belə ki, açıq innovasiya fəaliyyətləri ilə iqtisadi artım arasında əsas səbəb-nəticə əlaqələri bir neçə nöqtəyi-nəzərdən araşdırılması mümkündür:

1. şəbəkənin genişləndirilməsi vasitəsilə sosial kapitalın yaradılması;
2. firmaların dayanıqlığının artırılması;
3. bilik və texnologiyaların mənimsənilməsi ilə rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi.

Sosial kapital həm açıq innovasiyalar üçün, həm də onların həyata keçirilməsi ilə əldə edilən nəticələr üçün əsas şərtidir. Bu fəaliyyətlərin başlaması üçün təməl

bir şəbəkəyə ehtiyac vardır. Bilik və texnologiyalar geniş yayıldığı dövrdə qurumlar arasında daha da sıx əlaqələr qurulduğunun şahidi oluruq. Belə ki, yaranmış sıx əlaqələr vasitəsi ilə müəssisələr açıq innovasiya fəaliyyəti üçün sağlam şəbəkəyə sahib olur. KLABS mineral qrupunun qapalı innovasiya sistemindən açıq innovasiya sisteminə keçidinə keçidinə dair bir araşdırma işində açıq innovasiya üçün bir çox ön şərtlər ortaya qoyur (Westergren və Holmström 2012). Bu ön şərtlər arasında bilik mübadiləsi mədəniyyətinin inkişafı və tətbiqi, eyni zamanda etibarlı mühitin yaradılması sahəsində expert biliklərinə ehtiyac olduğu qeyd edilmişdir.

Firmaların elastikliyi (dayanıqlılığı) bir neçə açıq innovasiya tətbiqləri vasitəsilə yaradıla bilər. AI və açıq mənbə proqram təminatlarını qəbul edilməsi daxil olmaqla açıq tətbiqlər sosial (ictimai) yönümlü uğurlu yeniliklər yaratmaq üçün vasitələr kimi təklif edilmişdir. Bu təklif Yunan (struggling) iqtisadiyyatı kontekstində araşdırılmış və innovasiya prosesində xərclərin azaldılması üçün əlverişli bir üsul dəyərləndirilmişdir. Belə ki AI fəaliyyətlərinin tətbiqi Yunanıstan kimi iqtisadiyyatı təzyiqləndirən ölkələr üçün yenilik istehsalını davam etdirmək üçün dəyərli bir üsul hesab edilə bilər (Papadopoulos et al., 2013). KOM proqramı çərçivəsində açıq yeniliklərin mal və xidmətlərin diversifikasiyası üçün istifadə edilə biləcəyi göstərilmişdir. Proqramistlərə və işçilərə iş gününün bir hissəsini açıq mənbə layihəsinə ayırmağa icazə verilməsi bazar fürsətlərini müəyyənləşdirmək daha asan olan mühit yaradır, o cümlədən şirkətə yeni texnologiyanın absorpsiyasını asanlaşdırır və məhsulun durğunluğunun qarşısını almaqla tampon fəaliyyət göstərir (Colombo, Piva & Rossi-Lamastra, 2014). Beləliklə, məhsulun şaxələndirilməsi yolu ilə firma dayanıqlılığının artırılması, açıq innovasiya tətbiqlərinin iqtisadi sabitliyin təmin edilməsinə müsbət töhfəsidir.

Hindistanın kimya üzrə ixtisaslaşmış firmalarında aparılan araşdırmaya əsasən daxili Tədqiqat və İnkişaf performansının xarici məlumat mənbələrindən daha yüksək olduğunu göstərilmişdir (Kafouros və Forsans, 2012). Bu göstərici inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda fəaliyyət göstərən güclü yenilikçi imkanları sahib olmayan şirkətlərin xarici biliklərin əldə edilməsinin vacibliyini inkar etmir. Belə ki, şirkətlərin sərhəd texnologiyalarından istifadə edərək, innovasiya

performanslarını artırma bildiyini, beləliklə global olaraq rəqabət üstünlüyü əldə etdiklərini göstərilmişdir. Bundan əlavə, xarici elmi biliklərin cəlb olunması xarici biliklərin mənşəyinə bağlı olaraq müxtəlif təsirlərə malik olduğunu göstərilmişdir. Daxili və ya yerli mənbələrdən əldə olunmuş biliklərin daxili Tədqiqat və İnkişafa mənfə və ya kiçik müsbət təsiri ola biləcəyi ehtimal ediliyi halda, xarici mənbələrdən cəlb edilmiş biliklərin Tədqiqat və İnkişaf və firma mənfəətinin artırılmasında daha təsirli olduğu göstərilmişdir (Kafouros və Forsans 2012, Wang, Cao və b., 2013). Açıq İnnovasiya fəaliyyətlərinin stimullaşdırılmasının regional sosial-iqtisadi inkişafda rolu getdikcə artmaqdadır.

Açıq innovasiya fəaliyyətlərinin stimullaşdırılması və dəstəyin göstərilməsi məqsədilə inkişaf etmiş ölkələrin əksəriyyəti bu yöndə bir çox əhəmiyyətli addımlar atılmışdır. Bu addımlar əsasən açıq innovasiya siyasətinin izlənilməsini təmin edən yeni infastrukturlar, laboratoriyaları və layihələrin təşkil olunmasıdır. Bunlara nümunə olaraq Almaniyada və Avropa Birliyi tərəfindən edilən təşəbbüsləri (EIT, İKT laboratoriyaları) göstərmək olar.

Steinbeis/Ştaynbays İnstitutları

Ştaynbays qurumu, universitetlər və sənaye arasında bilik və texnologiyaların ötürülməsi üzrə ixtisaslaşan şirkətlər şəbəkəsini təmsil edir (Ştaynbays Şirkətlər, SC). Ştaynbays şəbəkəsi 750-ə yaxın ixtisaslaşmış Ştaynbays transfer mərkəzlərini, konsaltinq mərkəzlərini, tədqiqat mərkəzlərini, transfer institutlarını və məhdud məsuliyyətli şirkətləri əhatə edir. Qurum Almaniyanın Baden-Vürtemberq şəhərində KOM-larda yeniliklərin artırılması (yeni məhsullar, üsullar və s.), yeni fikirlərin yaradılmasında və bu ideyaların həyata keçirilməsinə dəstək olunması məqsədi ilə bir neçə layihələr həyata keçirmişdir. Belə ki, "Baden-Vürtemberqdə KOM-lar üçün açıq innovasiyalar" adlanan layihə şirkətlərdə açıq innovasiya şüurunun artırılması məqsədilə təlimlər və seminarlar həyata keçirilmişdir. Hazırda uğurla həyata keçirilən layihə çərçivəsində kiçik və orta müəssisələrdəki açıq innovasiya siyasəti üzrə konkret problem, proses və strategiyaları nəzərdən keçirilir. Ştaynbays şirkətlərinin mövcud olduğu coğrafi əhatə dairəsi regiondan çox kənara çıxmaqda

və bu gün bütün əsas global Tədqiqat və İnkişaf bölgələrinə yayılmaqdadır. Bunların bir çoxu Almaniya hüduqlarından kənarda yerləşir.

Şəkil 5. Ştaynbays institutlarının coğrafi əhatə dairəsi (çığışı)



Mənbə: <http://www.steinbeis.de/de/experten/steinbeisweltweit.html>

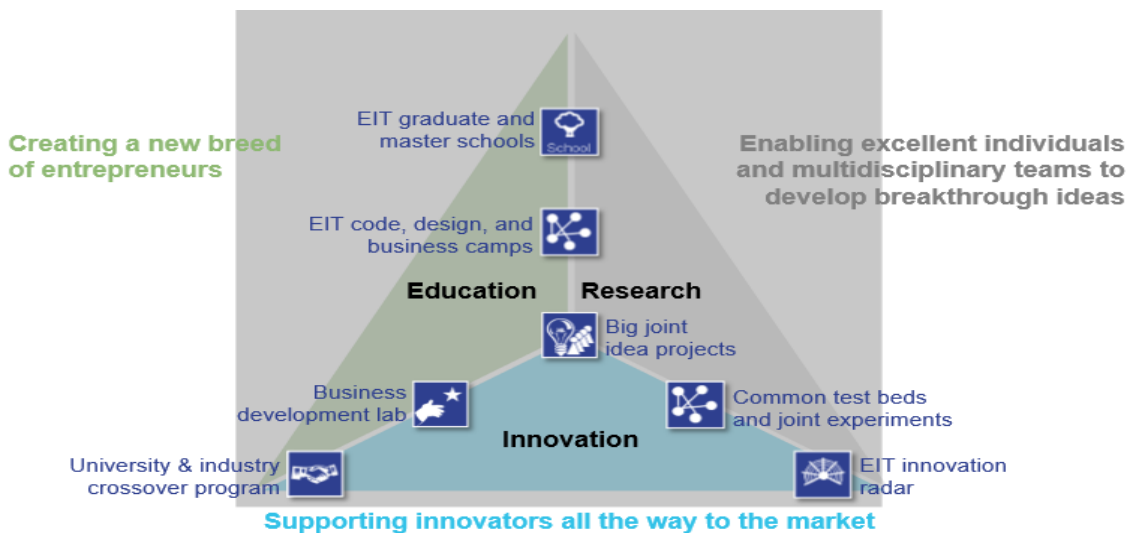
Bu gün Ştaynbays şəbəkəsi 912 müstəqil qeyri-kommersiya təşkilatından ibarətdir. Ştaynbays qrupunun təsisatları əsasən elmi-tədqiqat institutlarında, universitetlərdə, texniki kolleclərdə və peşə akademiyyalarında yerləşir. Burada xidmət göstərən universitet professorları və təcrübəli praktiklər konsultinq xidmətlərinin göstərilməsi üzrə fəaliyyət göstərirlər. Qurum özlərinə məxsus investisiya fondu vasitəsilə, texnologiya sahibləri və bazar imkanlarından istifadə etmək istəyən şirkətlər ilə yanaşı layihələrə investisiya qoymaqla innovasiya fərsətlərinə ortaq investorlar ola bilərlər. 2013-cü ildə bu şirkətlər şəbəkəsi 145 mln.avro məbləğində gəlir əldə etmişdir. Həmin il üzrə şəbəkədə 730 professor olmaqla ümumilikdə 1708 işçi fəaliyyət göstərmişdir.

EIT, İKT laboratoriyaları

2009-cu ildə Avropa İttifaqını regionda innovasiyanın sürətləndirilməsi məqsədilə Bilik və İnnovasiya Cəmiyyətinin (İBİC) yaradılması üçün açıq çağırışla çıxış etmişdir. Elə həmin il Avropa İttifaqı tərəfindən təyin olunan Avropa İnnovasiya və Texnologiya İnstitutu (AITİ) Bilik and İnnovasiya İcmalarının seçilməsi və tənzimlənməsi üzrə fəaliyyətə başladı. AİTİ, Avropa İttifaqının Avropada innovasiya boşluğu probleminin həlli və davamlı inkişaf və rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi məqsədilə yaradılmış müstəqil qurumdur.

2010-cu ildə Avropa İnnovasiya və Texnologiya İnstitutu Avropada innovasiyaların sürətləndirilməsi məqsədilə İKT (İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları), EİT (Elektronik informasiya texnologiyaları) laboratoriyalarının yaradılmışdır. EIT İKT laboratoriyaları əsas missiyası Avropanı İKT sahəsində innovasiyalar sahəsində qlobal liderə çevirməkdir. Daha konkret desək, bu laboratoriyalar Avropada iqtisadi inkişaf və həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün ali təhsildə yaradıcılıq və sahibkarlıq ruhunun stimullaşdırılması yolu ilə sahibkarlıq istedadlarının artırılmasına, laboratoriyaların tədqiqatçılara, innovatorlara və sahibkarlara təqdim edilməsi yolu ilə Avropada İKT sahəsində innovasiyaların sürətləndirilməsinə yönəlib. Hal-hazırda bu şəbəkəyə, təxminən Avropanın 200 aparıcı şirkəti, KOM-lar, startaplar, universitetlər və elmi-tədqiqat institutları daxildir. Bu şəbəkənin əsas mərkəzləri, Berlin, Eindhoven, Helsinki, London, Paris, Stokholm, Trento, həmçinin Budapeşt və Madriddə yerləşir. Hal-hazırda bu laboratoriyalar innovasiya fəaliyyətlərinin sürətləndirilməsi doğrultusunda açıq innovasiya fəaliyyətləri həyata keçirməkdədir.

Şəkil 6. EIT İKT sahəsində fəaliyyət göstərən laboratoriyaların Açıq İnnovasiya Fəaliyyətləri (Katalizatorlar)



Mənbə: Daxili sənəd; İctimayyətə açıq ümumi versiyası

<http://ictlabs.elte.hu/old/index.php?id=business-partnership>

EIT İKT laboratoriyası, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə bir qrup açıq innovasiya katalizatorları (aşağıdakı şəkildəki mavi simvollar) yaratmışdır. Bu açıq innovasiya katalizatorları spesifik açıq innovasiya maneələrinin

aradan qaldırılmasına və özü idarə olunan açıq innovasiya ekosisteminin inkişafını dəstəklənməsinə kömək məqsədi ilə istifadə olunur. Bundan əlavə, bu katalizatorlar Təhsil, Araşdırma və İnnovasiya arasında ənənəvi uçurumun aradan qaldırılması və onların bir araya gətirilməsinə nail olunması məqsədilə istifadə olunur

Yuxarıda qeyd olunanlardan aydındır ki, sosial innovasiya ilə sıx əlaqəli olan açıq innovasiya tətbiqlərinin təşviqi cəmiyyətin bütün təbəqələrinin ölkənin sosial iqtisadi inkişafında iştirakının təmin edilməsini stimullaşdırır. Bu da açıq innovasiya modelinin ən xarakterik xüsusiyyətidir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA AÇIQ İNNOVASIYA FƏALİYYƏTLƏRİ VƏ ÖLKƏNİN İQTİSADİ İNKİŞAFINDAKI ROLU

Ədalətli inkişaf, maliyyə və qurumların (Equitable Growth, Finance and Institutions – World Bank Group) vitse-prezidenti Jan Walliser çıxışlarının birində "İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə innovasiyaların necə təşviq ediləcəyini anlamaq, dünya iqtisadiyyatlarını sürətlə dəyişən rəqəmsal və avtomatlaşdırma dalğasını nəzərə almaqla, əvvəlki dövrlərə nəzərən, daha vacib hala gəlib" deyə bildirmişdir (<https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2017/10/02/low-innovation-is-a-critical-barrier-to-developing-country-growth>). Gəlirlərin, iş yerlərinin, eləcə də, iqtisadi böyümənin artırılması baxımından innovasiyalardan əldə edilən potensial faydalar daha böyükdür. Lakin paradoksal olaraq inkişafda olan ölkələr öz məhsullarını, texnologiyalar və biznes proseslərini təkmilləşdirməsində qabaqcıl ölkələrin təcrübəsini qəbul etməsinə baxmayaraq, onlara nisbətən daha az sayda innovativ fəaliyyətlər həyata keçirirlər (Cirera və Maloney, 2017). Bildiyimiz kimi ümumi daxili məhsulun adambaşına düşən həcminə görə ilk sıraları paylaşan ABŞ, Yaponiya, Almaniya kimi bir çox inkişaf etmiş ölkələr məhz innovasiya yönümlü fəaliyyətlər həyata keçirtmək, o cümlədən, elmi-texniki imkanlardan geniş istifadə etməklə yüksək iqtisadi göstəricilərə nail olmuşdur. İnkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq, inkişafda olan ölkələrdə innovasiya yönümlü fəaliyyətlərin təşviq edilməsi hələ yeni-yeni aktualıq qazanmağa başlamışdır. Bu baxımdan Azərbaycanda mövcud innovasiya mühiti, onun qanunvericilikdə xüsusi yeri, eyni zamanda açıq innovasiya mühitinin problemləri araşdırılmış və həll yolları təklif edilmişdir.

3.1. Azərbaycanda mövcud innovasiya mühiti

Azərbaycan Respublikası 79 ildən sonra öz müstəqilliyini bərpa etməsi ilə iqtisadiyyatını bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun olaraq yenidən formalaşdırmağa və müstəqil iqtisadi sistemin yaradılması doğrultusunda ciddi addımlar artmağa başladı. Belə ki, ölkə iqtisadiyyatının dirçəlməsi və milli iqtisadi təhlükəsizliyin əldə edilməsi üçün innovativ addımlardan istifadə etmək bazar iqtisadiyyatının mühüm şərtlərindən biri olmuşdur. 2000-ci illərin əvvəllərindən

başlayaraq, günümüzdə kimi ölkəmizdə innovasiya sahəsində bir çox işlər görülmüşdür. Belə ki, Respublikamızda 2013-cü ilin “İnformasiya-kommunikasiya Texnologiyaları ili” elan edilməsi ilə əlaqədar olaraq bu sahəyə ayrılan diqqətin daha da artırılması yönündə bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir. Bu tədbirləri aşağıdakı cədvəldə detallı şəkildə görə bilərsiniz.

Cədvəl 8. 2013-cü ilin “İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaları ili” elan edilməsi ilə əlaqədar Tədbirlər Planı

№	Tədbirin adı	İcraçılar	İcra müddəti
İKT potensialının gücləndirilməsi			
1	İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondunun fəaliyyətinin təşkili	İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi, Maliyyə Nazirliyi	il ərzində
2	“Yüksək Texnologiyalar Parkı”nın fəaliyyətinin təşkili	İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	il ərzində
3	Elektron Təhlükəsizlik Mərkəzinin fəaliyyətinin təşkili	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	il ərzində
4	“Elektron hökumət”in formalaşdırılması üzrə tədbirlərin davam etdirilməsi, elektron xidmətlərdən istifadənin kütləvililiyinin artırılması üzrə fəaliyyətin genişləndirilməsi	Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	il ərzində
5	Elektron səhiyyə, elektron turizm, elektron satınalma, elektron təhsil, elektron mədəniyyət, elektron notariat, elektron arxiv, elektron ticarət, elektron məhkəmə, elektron ödəmə həllərinin tətbiqinin genişləndirilməsi	AR Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi, Təhsil Nazirliyi, Səhiyyə Nazirliyi, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, Ədliyyə Nazirliyi, Milli Arxiv İdarəsi, Satınalmalar üzrə Dövlət Agentliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	il ərzində

Mənbə: <http://www.e-qanun.az/framework/25505>

Azərbaycanda innovasiya fəaliyyətlərinin təşviq edilməsi məqsədi ilə, bir çox innovasiya mərkəzləri yaranmışdır. Ümumilikdə, hazırda bütün ölkə üzrə təxminən 18-ə yaxın inkubasiya mərkəzi fəaliyyət göstərir. Ümumiyyətlə, bu tipli mərkəzlərin fəaliyyət göstərməsi, digər inkişaf etmiş ölkələrdə olduğu kimi, innovasiya və iqtisadi artımın əsas hərəkət verici qüvvəsi hesab olunur. Azərbaycan, inkişaf etməyə başlayan innovasiya ekosisteminə sahib olmasına baxmayaraq, burda olan ali təhsil müəssisələri səmərəli tədqiqatların istehsalı və kommersiyalaşdırılması baxımından

digər ölkələrdən geri qalır. Dünya Bankının bu yaxınlarda keçirilmiş siyasi qeydində (policy note) ali məktəblərin üzləşdiyi bir sıra problemlər müəyyən edilmiş və innovativ fəaliyyət və sahibkarlıq inkişafının hərəkətverici qüvvələri qismində, onların rolunun möhkəmləndirilməsinə dair tövsiyələr təklif olunmuşdur. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələrinin üzləşdiyi əsas maneələrdən biri Tədqiqat və İnkişaf xərclərinin nisbətən aşağı səviyyəsidir. 2015-ci ildən etibarən tədqiqat və inkişafa investisiya qoyuluşları Azərbaycanda ÜDM-in 0,2%-ni təşkil edərkən, bu göstərici Rusiyada 1,1%, OECD regionunda 2,5%, İsraildə isə 4,3% təşkil edib. Azərbaycanın Tədqiqat və İnkişafa olan xərclərinin yalnız 10 faizi ali məktəblərə yönəlib və bu məbləğin yalnız üçdə biri tətbiqi tədqiqatları maliyyələşdirir. Belə ki, Azərbaycanla bənzər böyüklükdə olan Çex Respublikası, Portuqaliya və Avstriya kimi müqayisə oluna biləcək ölkələr tədqiqat və inkişafın maliyyələşdirilməsinin 68-81% arası hissəni fundamental tədqiqatlara nisbətən, kommersionlaşdırılması asan olan tətbiqi tədqiqatlara ayırırlar.

Siyasi qeyddəki əsas tövsiyələrdən biri, Azərbaycanda rəqabətqabiliyyətli maliyyələşdirmə mexanizmlərinin istifadəsinin genişləndirilməsi və ali məktəblərə (və ya universitetlər, elmi-tədqiqat institutları və sənayedən ibarət konsorsiumlara) daha rəqabətədavamlı tədqiqat qrantları verilməsi yönündə olmuşdur. Məsələn, son dövrlərdə Qazaxıstan, Özbəkistan, Monteneqro kimi ölkələrdə universitetlərin innovasiya potensialının gücləndirilməsi doğrultusunda rəqabətədavamlı elmi tədqiqatların maliyyələşdirilməsinin genişləndirilməsi effektiv üsullardan biri olmuşdur.

Digər bir tövsiyə, ali məktəblər çərçivəsində texnologiyanın transferi üzrə effektiv Büronun (ofislərin) (TTO) yaradılması və universitetlərin öz "kommersionlaşdırma proqramları(gündəmləri)"nı hazırlanmasının təşviq edilməsidir. Bu, tələbə və tədqiqatçıların bazar problemləri həllərinin işlənilib hazırlanması baxımından dəstək göstərilməsinə böyük kömək olacaqdır. Azərbaycanda siyasətçilər "Heis" çərçivəsində "Fab Labs"-dən istifadə olunmasını təşviq etməklə fikirlərin prototip halına gətirilməsi, milli tədqiqat avadanlığı reyestrin yaradılması və bir neçə maraqlı tərəfin innovativ avadanlığa birgə çıxışının təşviq edilməsini

təmin edərək sahibkarlıq təhsili və innovasiya infrastrukturuna əlavə dəstək verə bilərlər (Igor Kheyfets və Naveed Hassan Naqvi, 2018).

Qlobal İnnovasiya İndeksi

Günümüzdə innovasiya iqtisadi inkişaf və artımın əsas və əhəmiyyətli hərəkətverici qüvvəsi hesab olunur. İnnovasiya ilə bağlı göstəriciləri nəzərdən keçirməklə bir ölkənin gələcəyə nə dərəcədə hazırlaşdığını anlamaq mümkündür. Belə ki, bu mövzu ətrafında bir çox beynəlxalq göstəricilər və qiymətləndirmələr vardır. Onlardan biri 2007-ci ildən fəaliyyət göstərən, 126 ölkəni müqayisə edən Qlobal İnnovasiya İndeksidir. Qlobal İnnovasiya İndeksi (2018 GII) Cornell Universitetinin (ABŞ), INSEAD biznes məktəbinin (Fransa) və 126 ölkəni əhatə edən Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının (WIPO) birgə nəşridir (<https://knowledge.insead.edu/entrepreneurship-innovation/global-innovation-index-2930>). GII, innovasiya potensialı və ölçülə bilən nəticələrin qiymətləndirilməsi üçün universitetlərin keyfiyyətini, mikromaliyyələşdirmənin mövcudluğunu və müəssisə kapitalını əhatə edən 82 göstəricidən istifadə etməklə, dünyadakı 126 ölkənin iqtisadiyyatını ölçür. Ümumilikdə reyting aşağıda sadalanan yeddi qrup üzrə qeyd olunan innovasiya fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini, yəni onun potensialı, performansını və çərçivə şərtlərini əks etdirən 82 göstəriciyə əsaslanır. GII 2018 reytingi "innovativ resurslar" və "innovasiya fəaliyyətinin nəticələri" sub-indeksinin ortalamasına əsasən təyin olunur. "İnnovativ resurslar" sub-indeksi innovasiya proseslərinin baş verdiyi milli iqtisadiyyatın elementlərini beş qrup üzrə qiymətləndirməyə imkan verir:

1. institutlar;
2. insan kapitalı və elmi;
3. infrastruktur;
4. daxili bazarın inkişafı;
5. biznesin inkişafı.

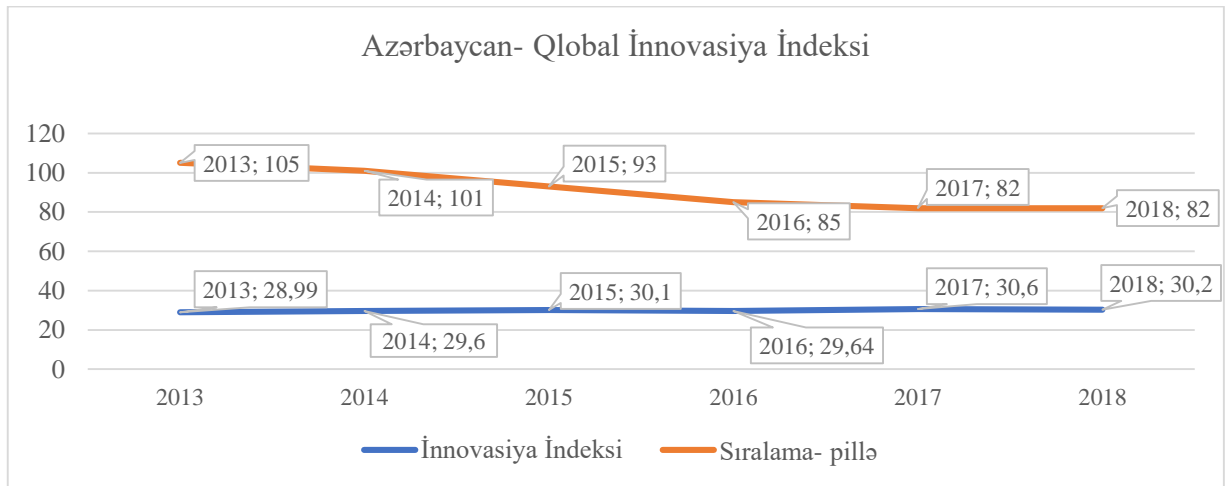
"İnnovasiya tətbiqinin nəticələri" adlanan digər sub-indeks, həyata keçirilmiş innovasiya fəaliyyətlərinin faktiki nəticələrini iki qrupda əks etdirir:

6. texnologiya və bilik iqtisadiyyatının inkişafı;

7. yaradıcılıq fəaliyyətinin inkişafı.

GII nəşrinin əsas məqsədi innovativ fəaliyyətlərin stimullaşdırılması mexanizmlərinin qiymətləndirilməsi üçün imkanlar yaratmaqdan ibarətdir. Belə ki, Azərbaycanın 2013-2018-ci illər ərzində Qlobal İnnovasiya İndeksi üzrə dəyərləndirilməsini aşağıdakı qrafikdə görə bilərsiniz.

Qrafik 7. Azərbaycanın Qlobal İnnovasiya İndeksi üzrə dəyərləndirilməsi



Mənbə: Qlobal İnnovasiya İndeksi: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report>

Qrafikdən görüldüyü kimi, Azərbaycan əvvəlki 5 ilə nəzərən 23 pillə irəliləmişdir. 2017 və 2018-ci illər ərzində sıralama üzrə eyni olsa da, innovasiya indeksinə görə 1.21% gerilmə olmuşdur. Əgər 2018-ci ili əsaslı olaraq dəyərləndirsək, Azərbaycan Qlobal İnnovasiya İndeksində (Global Innovation Index) 126 ölkə arasında 82-ci sırada olduğunu görürük. Bu göstərici əvvəlki ilə nisbətən dəyişməz olaraq qalsa da, ötən ilki reytinglə müqayisədə Azərbaycan "İnstitutlar", "İnsan kapitalı və elm", "Biznesin inkişafı" və "Texnologiya və bilik iqtisadiyyatının inkişafı" kateqoriyaları üzrə öz mövqeyini yaxşıya doğru inkişaf etdirib. Belə ki, innovasiya nəticələri sub-indeks üzrə alt kateqoriya olan "Bilik və texnologiya məhsulları" üzrə ölkənin mövqeyi 126 ölkə arasında 89-cu yerdə qərarlaşıb. Azərbaycan həmçinin "bilik iqtisadiyyatının və texnologiyanın inkişafı" kateqoriyası kontekstində "biliklərin yayılması" alt kateqoriyasında 37-ci yeri tutur. Bu kateqoriyada həmçinin patentlərin, elmi məqalələrin və yeni innovativ bizneslərin sayının qiymətləndirilməsi göstəricilərdən ibarətdir. Belə ki, ölkəmiz patent müraciətləri alt-kateqoriyasında 72-ci, elmi məqalələrin və yeni innovativ bizneslərin sayına görə isə uyğun olaraq, 97 və 70-ci sıralardadır. Eyni zamanda

Ölkəmiz "universitetlər və sənaye arasında əməkdaşlıq" göstəriciləri üzrə reytingdə 126 ölkə arasında 33-cü yerdə qərarlaşıb. Əlavə olaraq, "insan kapitalı və elm" kateqoriyası üzrə 100-cü olan ölkəmiz Tədqiqat və İnkişaf, o cümlədən Tədqiqat və İnkişaf üzrə xərclərinə uyğun olaraq, 79 və 90-cı sırada qərarlaşıb. “Yaradıcılıq fəaliyyətinin inkişafı” kateqoriyası üzrə isə, Azərbaycan qonşu ölkələrdən xeyli geri qalaraq 87-ci yerdə öz mövqeyini qoruyur. Dövlət Statistika Komitəsinin 2017-ci il üzrə göstəricilərinə əsasən tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən təşkilatların sektor bölgüsündə 64.1% dövlətin, 28.3% ali təhsil sektorunun və 7.6%-i isə sahibkarlıq sektorunun payına düşür. 2017-ci ildə tədqiqat və işləmələrə çəkilən ümumi xərclər isə 132.3 milyon manat olub ki, bu məbləğin 87.2 milyon manatı dövlət büdcəsi hesabına maliyyələşdirilmişdir. Belə ki, tədqiqat və işləmələrə çəkilən daxili xərclərin sektorla üzrə bölgüsünə əsasən, 108.2 milyon manatı dövlət, 10.2 milyon manatı isə sahibkarlıq sektoru üzrə olmuşdur. 2017-ci ildə yerinə yetirilmiş elmi-texniki işlərin həcmi 114.8 milyon manat olub ki, bunun da 60.1 milyon manat fundamental tədqiqatlar üzrə, 15.7 milyon manat isə tətbiqi tədqiqatlar üzrə olmuşdur. Bu məbləğdən yalnız 5.2 milyon manat layihə-konstruktor və texnoloji transfer işləri üzrə ayrılmışdır (<https://www.stat.gov.az/source/education/>).

Azərbaycanda tədqiqat və inkişaf üzrə ayrılan xərclər – 2018

OECD və Dünya Bankının statistik göstəricilərinə əsasən 2018-ci ilin sonuna qədər tədqiqat və inkişaf üzrə dövlət (ümumi) xərcləri 120.9 milyon manat olub ki, bu da həmin il üzrə ÜDM-un 0.22%-ni təşkil edir.

Qrafik 8. Azərbaycanda tədqiqat və inkişaf üzrə ayrılan xərclər sektorlar üzrə bölgüsü



Mənbə: UNESCO Institute for Statistics, Science, Technology and Innovation Databases, Research and Development Database. http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?DataSetCode=scn_ds

Qrafikdən göründüyü kimi, özəl (sahibkarlıq) sektor üzrə “tədqiqat və işləmələri” xərcləri 6.1 milyon manat olmaqla, ÜDM-in 0.01% və ümumi xərclərinin isə 5%-ni təşkil edir. Ali təhsil sektoru üzrə bu dəyər 10.4 milyon manat olmaqla dövlət sektoru xərclərinin 11.4 %-ni təşkil edir.

Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən illik yayımlanan “Azərbaycanın sənayesi” statistika məcmuəsində sənaye müəssisələrinin həyata keçirdiyi innovasiya fəaliyyətləri haqqında əsas statistik məlumatlar daxil edilmişdir. Belə ki, 2017-ci ilin statistik göstəricisinə əsasən innovativ fəaliyyətlər daha çox əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmış və ya yeni tətbiq olunmuş məhsul üzrə 14676.7 min manat, təkmilləşdirilmiş məhsul üzrə isə 383.8 min manat təşkil edib. İnnovasiya tipləri bölgüsünə əsasən sənayedə texnoloji məhsul innovasiyaları üzrə çəkilmiş xərclər 10439.6 min manat, texnoloji proses innovasiyaları üzrə isə 5696.1 min manat təşkil etmiş və bu xərclərin 90%-i müəssisələr tərəfindən maliyyələşdirilmişdir. Lakin bu xərclər son 3 il ilə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır. Belə ki, 2015-ci ildə bu xərc 35 milyon manat təşkil edirdisə, 2017-ci ildə bu dəyərin 17 milyona kimi azaldığını görə bilərik. Dövlət Statistika Komitəsinin hesabatına əsasən, bunun əsas səbəbi kimi, Azərbaycanın sənaye müəssisələrində innovasiyaların həyata keçirilməsinə bir sıra iqtisadi, istehsal və digər amillər mane olur. Bunlar sırasında müəssisələrin pul vəsaitinin, o cümlədən dövlət tərəfindən maliyyə yardımının kifayət qədər olmaması, yüksək iqtisadi risk, müəssisənin innovasiya potensialının aşağı olması, həyata keçirilmiş innovasiyaların dəyərinin yüksək olması, yeni məhsul və ya xidmətlərə ödəniş qabiliyyətli tələbatın aşağı olması, yeni texnologiyalar haqqında informasiyanın çatışmaması və innovasiya fəaliyyətini tənzimləyən və həvəsləndirən qanunvericilik və normativ–hüquqi sənədlərin olmaması faktorları göstərilir (<https://www.stat.gov.az/source/industry/>).

Azərbaycan qanunvericiliyində innovasiyaya dəstək

Azərbaycanın strateji dövlət sənədlərində də innovasiya siyasəti və innovativ iqtisadiyyatın qurulması prioritet məsələlərdən biridir. Belə ki, Azərbaycanda innovasiya iqtisadiyyatının qurulması və inkişaf etdirilməsi ilə bağlı olaraq

əhəmiyyətli qərarlar qəbul edilmiş, o cümlədən innovasiya və innovasiya fəaliyyətlərinin stimullaşdırılması ilə bağlı olaraq qanunvericilik və normativ-hüquqi sənədlərdə müəddəlar qeyd olunmuşdur. İlkin olaraq Azərbaycanda elmi fəaliyyətin təşkili, idarəsi və inkişaf etdirilməsi sahəsində dövlət siyasətinin əsas prinsiplərini, elmi-innovasiya fəaliyyətinin məqsədlərini, elmin maliyyələşdirilməsi mexanizmlərini, elmi nailiyyətlərin stimullaşdırılmasını “Elm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu (14.06.2016) müəyyən edir (<http://www.e-qanun.az/framework/33489>). Bu qanunun “Elmi innovasiya sahəsində dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri” adlanan 4-cü maddəsinə əsasən dövlət elmi innovasiya fəaliyyətini həyata keçirən bütün müəssisə və təşkilatlar üçün bərabər şərait yaradır və onların fəaliyyətini stimullaşdırır. Bu yolda atılan digər addımlardan biri isə, 6 dekabr 2016-cı ildə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında” 1897 nömrəli fərmanına əsasən, təsdiqlənən strateji sənədlərdə müəyyən bölmələr üzrə innovasiya məsələlərinə geniş yer verilməmişdir (<https://president.az/articles/21953>). Ölkənin perspektiv inkişaf hədəflərini, həm-çinin istiqamətlərini müəyyənləşdirilməsi və onların gerçəkləşdirilməsini təmin etmək məqsədilə imzalanan bu fərmanın 3.1.4-ci tədbiri “Ali təhsil müəssisələrində “təhsil-tədqiqat-innovasiya” formatında inkişafın təşviqi” olaraq adlandırılır və universitet klasterlərinin yaradılması ilə “təhsil-tədqiqat-innovasiya” zəncirinin effektivliyini daha da artırılacağı qeyd olunur. Belə ki, universitet klasterlərinin yaradılması ilə Tədqiqat və İnkişafın həyata keçirilməsini, o cümlədən elmi nəticələrin istehsalat tətbiqinin stimullaşdırılması, bununla da “təhsil-elm-istehsal” əlaqələrinin effektivliyinin artırılması nəzərdə tutulur (Kənan Aslanlı, 2017).

Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 2014-cü il 2 aprel tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “İnformasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya”-nın 8.1 maddəsində rəqabət qabiliyyətli və ixrac yönli yüksək texnologiyalar sektorunun gücləndirilməsi, ölkədə elmtutumlu və yüksək texnoloji məhsulların yaradılması, o cümlədən onların tətbiqini təmin edən innovasiya sisteminin formalaşması yüksək texnologiya sektorunun əsas məqsədi

olduğu qeyd edilir (<https://president.az/articles/11312>). Eyni zamanda, innovativ fəaliyyətlərin artırılması üzrə sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, yeni innovasiya şirkətlərin, habelə elmtutumlu və yüksək texnoloji məhsulların yaradılması və onların xarici bazarlara çıxışına dəstək verilməsi yönündə bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir. Bununla yanaşı, yeni bilik və texnologiyanın işlənilməsi və tətbiqi üçün texnoparklar, biznes inkubatorları və innovasiya strukturların inkişaf etdirilməsi sahəsində hələ də işlər görülür.

Cənab Prezidentin 2012-ci il 13 iyul tarixli 685 nömrəli Fərmanına əsasən Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi yaradılmışdır (<https://president.az/articles/5716>). Dövlət Agentliyinin vəzifəsi Azərbaycan Respublikasında “ASAN xidmət” və “ASAN Kommunal” mərkəzlərinin vahid şəkildə idarə olunmasını təmin etməkdir. Əlavə olaraq, agentliyin vəzifələrinə, Asan xidmət mərkəzlərində fəaliyyət göstərən mərkəzi və ya yerli icra hakimiyyəti orqanlarının, o cümlədən dövlət qurumları əməkdaşlarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi, nəzarət və qiymətləndirmənin aparılması, dövlət qurumlarının informasiya bazalarının qarşılıqlı inteqrasiyası, elektron xidmətlərinin təşkili prosesinin sürətləndirilməsi və bu sahə üzrə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsini təmin etməkdir. Dövlət Agentliyinin tabeliyində 15 "ASAN xidmət" mərkəzi, 2 "ASAN Kommunal" mərkəzi, “İnnovasiyalar mərkəzi”, “ABAD” və “Elektron Hökumətinin İnkişafı Mərkəzi” fəaliyyət göstərir. Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin işinin təşkili 12 şöbə tərəfindən aparılır ki, bu şöbələrdən biri də Elektron xidmətlərin inkişafı və sosial innovasiyalar şöbəsidir. Bu şöbənin fəaliyyəti "ASAN xidmət" mərkəzlərində dövlət qurumları tərəfindən həyata keçirilən xidmətlər üzrə sosial innovasiyaların tətbiqi ilə bağlı araşdırmalar aparılması, o cümlədən elektron xidmətlərin təşkili və təkmilləşdirilməsi ilə bağlı işlərin görülməsindən ibarətdir (<http://vxside.gov.az/az>).

AR Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli 800 nömrəli Fərmanı ilə “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası təsdiq edilmişdir (https://president.az/files/future_az.pdf). Bu inkişaf konsepsiyasında da yuxarıda qeyd etdiyim buna bənzər məqsədlər əks olunmuşdur. Konsepsiyada əsas hədəf kimi

yaxın 8 il ərzində Azərbaycan Respublikasında əsasən qeyri-neft sektorunun inkişafı etdirilməsiylə əlaqədar olaraq ümumi daxili məhsulun 2 dəfə artırılması, eyni zamanda bu artımın ölkədə innovasiya yönümlü və biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın qurulması hesabına həyata keçirilməsi qeyd olunmuşdur. Konsepsiyada qarşıya qoyulan əsas vəzifə kimi iqtisadiyyatın innovasiya əsaslı irəliləyişini təmin etmək olduğu vurğulanır. Nəzərdə tutulmuş inkişaf konsepsiyasına əsasən “Sənayenin innovasiyalar əsasında inkişafı, elm və texnologiya potensialının gücləndirilməsi, təhsil imkanlarının genişləndirilməsi nəticəsində mümkün olacaq. Eyni zamanda sənaye müəssisələrində innovasiya yönümlü texnologiyaların tətbiqi stimullaşdırılacağı, ixtisaslaşmış və ümumi təyinatlı sənaye şəhərciklərinin yaradılacağı qeyd olunmuşdur. Konsepsiyanın “Elmi potensialın və innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi” adlanan 4.3-cü hissəsinə əsasən innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi yönündə aşağıdakı tədbirlərin görülməsi nəzərdə tutulur (<http://www.e-qanun.az/framework/27274>):

- Elmtutumlu texnologiya, məhsul yaradılmasını sürətləndirmək məqsədi ilə innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsi, elmi infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, elmi maddi-texniki bazanın müasirləşdirilməsi və informasiya təminatı sistemlərinin elektron formaya keçirilməsi;
- Elm üzrə maliyyələşdirilmənin dövlət büdcəsi resursları habelə, digər mənbələrin cəlb olunmasının stimullaşdırılması ilə “beyin axını”nın qarşısının alınması (<http://www.e-qanun.az/framework/27274>);
- Elmtutumlu məhsul və texnologiyaların hazırlanması və tətbiqi üçün texnopark və innovasiya zonalarının yaradılması;
- Ölkədə innovativ iqtisadiyyatın yaradılması məqsədi ilə elm və istehsal arasındakı əlaqələrin gücləndirilməsi, bazarın tələbinə uyğun olaraq tətbiqi elmi araşdırmaların aparılması üçün mexanizmlərin yaradılması;
- İnnovativ sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, yeni fəaliyyət növlərinin inkişafının təmin edilməsi məqsədilə əlverişli mühitin yaradılması, habelə qabaqcıl texnologiyaların transferi və istifadəsi istiqamətində tədbirlərin gücləndirilməsi (<http://www.e-qanun.az/framework/27274>);

- Qabaqcıl dünya təcrübəsindən istifadə etməklə Azərbaycanda yeni bilik və texnologiyaların istifadəsini, mənimsənilməsini və yayılmasını təmin edən milli innovasiya sisteminin formalaşdırılması (Aslanlı K., 2017).

Azərbaycan Respublikası Prezidenti 2018-ci il 6 noyabr tarixli 325 nömrəli Fərmana əsasən “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyi yaradılıb. Demək olar ki, agentliyin Əsasnaməsinin layihəsi hazırlanıb və baxılma mərhələsindədir (<http://www.e-qanun.az/framework/41539>). Yaradılan bu agentliyin Azərbaycanda innovasiya fəaliyyətlərinin inkişafına stimül verəcəyi ehtimal olunur. Belə ki, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin layihələri çərçivəsində "İnnovasiya Evi"nin qurulması nəzərdə tutulub və bu il onun inşasına başlanılacaqdır. Yaradılacaq bu mərkəzin gənclərin ümumiyyətlə innovativ ideyaları olan hər bir şəxs üçün faydalı olacağı güman edilir. Eyni zamanda bu mərkəzdə əqli mülkiyyətin, yaxud biliklərin transferi mərkəzi də fəaliyyət göstərəcək ki, bu da gənclərə innovativ ideyaların kommersiyalaşması istiqamətində dövlət tərəfindən dəstəyin artırılması deməkdir. Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirinin müavini Elmir Vəlizadənin sözlərinə əsasən, yuxarıda qeyd edilən layihələrdən əlavə, "Hökumət buludu", "Data mərkəzi"nin yaradılması üzrə də layihələr hazırlanır (<https://report.az/ikt/bu-il-azerbaycandTədqiqatvə İnkışaf-ınnovasiya-evi-insa-olunacaq/>).

Azərbaycanda innovasiya tətbiqlərinin təşviq edilməsi

Günümüzdə innovasiya tətbiqlərinin təşviq edilməsi üzrə bir çox tədbirlər görülmüşdür ki, bu 2009-cu il ilə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə çoxdur. Bəs keçən 10 il ərzində ölkəmizdə innovasiya strukturunun qurulması və innovasiya tətbiqlərinin artırılmasında hansı addımlar atılmışdır?

Ölkəmizdə innovasiya tətbiqləri üzrə stimullaşdırılmanın artırılması məqsədilə bir sıra əhəmiyyətli qurumlar fəaliyyətə başlamışdır. Bu qurumların fəaliyyət məqsədini aşağıdakı cədvəldə daha detallı şəkildə nəzərdən keçirmək olar (Bax: Əlavə 2).

Yuxarıdakı cədvəldən göründüyü kimi, ölkəmizdə innovasiya mühitinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə texnoparkların yaradılması və bu istiqamətdə

fəaliyyətlərin həyata keçirilməsinə önəm verilir. Müasir dövrün tələblərinə əsasən, dünyada texnoparklar innovativ iqtisadiyyatın əsas hərəkətverici qüvvəsi hesab edilir və yeni sahələrin formalaşması baxımından böyük rola malikdir. Belə ki, texnoparkların yaradılması müasir elmi və texnoloji nailiyyətlərə əsaslanan innovasiya və yüksək texnologiyaların genişləndirilməsi, innovasiya şirkətlərinin formalaşdırılması, o cümlədən yüksək ixtisaslı mütəxəssislər üçün yeni iş yerlərinin yaradılması, orta və ali təhsil müəssisələri, elmi tədqiqat institutları və sənaye arasında qarşılıqlı əlaqələrin gücləndirilməsinə xidmət edir. Azərbaycanda fəaliyyətə başlayan texnoparkların əsas hədəfləri universitetlərin təhsil, araşdırma və inkişaf fəaliyyətlərini dəstəkləyərək daha səmərəli nəticələr əldə etmək, o cümlədən sənayenin rəqabət gücünü artırmaq, yüksək texnologiyalara əsaslanan regional və iqtisadi inkişafı sürətləndirməkdən ibarətdir. Texnoparklarda innovativ fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi üçün bir sıra İnkubasiya Mərkəzləri var ki, burada əsas məqsəd yeni fikirin əsas daşıyıcıları hesab olunan gənclərin yenilikçi potensialını üzə çıxardaraq inkişaf etdirilməsi, o cümlədən perspektivli layihələrin və xırda və yeni şirkətlərin elmi-texniki tədqiqatlarının vençur maliyyələşməsinə dəstəkləməklə ölkəmizdə "startap"çıların inkişafına kömək etməkdən ibarətdir. Bu cür inkubasiya mərkəzlərinə misal olaraq, Qafqaz Universitetinin nəzdində qurulmuş İnkubasiya mərkəzi, eyni zamanda Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) İnnovativ Biznes-İnkubatoru ilə yanaşı Azərbaycan Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinin (RİTN) Yüksək Texnologiyalar Parkının daxilində Pi Campus İnkubasiya Mərkəzini də göstərmək mümkündür (NəcimovA., 2015: s.14).

3.2. Azərbaycanda Açıq İnnovasiya tətbiqlərinin mövcud vəziyyəti, ekosistemlə bağlı problemlər və həll yolları

İnkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq inkişafda olan ölkələrdə açıq innovasiya fəaliyyətləri hələ yeni-yeni ortaya çıxmaqdadır. İnkişafda olan ölkələrdə açıq innovasiya tətbiqlərinin az olmasına səbəb, ölkələrin fərqli inkişaf səviyyəsinə, o cümlədən fərqli innovasiya ekosisteminə sahib olması ilə birbaşa əlaqəlidir. Azərbaycanda açıq innovasiya tətbiqləri digər ölkələrə nisbətən az olsa da, bəzi nü-

munələri görmək mümkündür. Bunlar daha çox xidmət sektorunda edilən əməkdaşlıqlarda özünü göstərir. Həyata keçirilən bu fəaliyyətlər açıq innovasiya kimi şərh edilməsə də, bir çox müəssisə praktikada açıq innovasiyanı bir vasitə kimi istifadə edir. Günümüzdə telekommunikasiya sektorundakı bir çox tətbiqlər, mobil operatorlar və mobil tətbiqlər üzrə ixtisaslaşmış şirkətlər tərəfindən istifadəyə verilsə də, artıq bu tətbiqlər üzrə banklar və mobil operatorlar arasında əməkdaşlıq qurulmuşdur. Bundan başqa Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkətlərin lisenziyalaşdırma yolu ilə texnoloji portfəllərini artırmaqları da açıq innovasiya tətbiqlərinə bir örnekdir. Dövlət sektorunda isə Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi tərəfindən irəli sürülən “İdeya bankı” layihəsi açıq innovasiya tətbiqinin nümunəsi kimi göstərilə bilər. Bu layihə, ideya bankı agentliyinin, o cümlədən ASAN xidmət mərkəzlərinin, Təhsil Nazirliyi və Tələbə Qəbulu üzrə Dövlət Komissiyasının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə vətəndaşlardan ideyaların toplanması ilə bağlıdır. Beləliklə, vətəndaşlar verdikləri ideyalar ilə müsbət dəyişikliklərə töhfə verməklə yanaşı dövlət qurumlarının müəyyən etdiyi istiqamətlər üzrə qərarların qəbul edilməsi prosesində bilavasitə iştirak etmiş olurlar (<http://www.ideya.az/>)

Azərbaycanda fərqli illər ərzində universitetlərdə qurulmuş inkubasiya mərkəzləri, sahibkarlıq mərkəzləri, akademik biliklərin və innovativ fikirlərin kommersiyalaşdırılmasına birbaşa xidmət edirlər. Eyni zamanda gələn il istifadəyə verilməsi gözlənilən innovasiya mərkəzi və onunda nəzdində fəaliyyətə başlayacaq texnoloji transfer mərkəzi də, açıq innovasiya ekosisteminin təkmilləşdirilməsinə yardımçı olacaqdır.

Açıq innovasiya ekosistemi ilə bağlı problemlər

Bir çox inkişafda olan ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycanda da, açıq innovasiya konsepsiyasının qəbulunda və açıq innovasiya tətbiqlərinin təşviq edilməsi doğrultusunda bir sıra problemlərlə üzləşirlər. Bu problemlər Azərbaycanda açıq innovasiya ekosisteminin yaradılması istiqamətində ciddi maneədir. Belə ki, apardığım sorğu və müsahibə nəticələrinə görə, bu problemləri 5 qrup üzrə təsnifatlaşdırıla bilərik:

1. Açıq innovasiya konsepsiyasının düzgün anlaşılması və ya yetərsiz səviyyədə olması

Innovasiya fəaliyyətini həyata keçirən iştirakçılar, şirkət rəhbərləri, eyni zamanda üst səviyyə idarəçilər, işçilər, eləcə də gənc nəsil arasında açıq innovasiya anlayışını tam olaraq bilmədikləri, buna görə də açıq innovasiya konseptinə çox önəm vermədikləri ortaya çıxmışdır. Məna olaraq tam anlaşılmayan ikinci konsept isə kütləvi qaynaq (crowdsourcing) anlayışdır. Belə ki, bu anlayış açıq innovasiya anlayışına nisbətən daha az insana məlumdur. Bundan başqa açıq innovasiya konsepti, eləcə də açıq innovasiya platformaları və kütləvi qaynaq platformaları üzrə maarifləndirmənin az olması da digər səbəblərdən biridir.

2. Şirkətlərin xaricdən gələn bilikləri istifadə etməkdə istəksiz olmaları

Bir çox şirkətlər açıq Tədqiqat və İnkişaf modellərini mənimsəməkdə istekli deyillər. Buna əsas səbəb, şirkətlərin fərqli mədəniyyətə və düşüncəyə sahib olmasıdır. Monopolistik düşüncəyə sahib şirkətlərin daxili bazar payını itirməmək istəyi ilə bağlı olaraq, daxili Tədqiqat və İnkişaf resurslarını paylaşmaqda maraqlı deyillər. Buna görə də, bu tip şirkətlər açıq innovasiya modelinə nisbətən, qapalı modelə üstünlük verirlər. Buna əlavə olaraq, şirkətlərarası etibarsızlığın olması, şirkətin xaricdən gələn biliklərə, o cümlədən problemlərin həlli doğrultusunda irəli sürülən xarici fikirlərə qarşı etinasız yanaşmasına səbəb olur. Bu vəziyyəti “burada icad olunmadı” sindromu kimi də adlandırmaq olar (O’Dell, Carla, C.Jackson Grayson, 1998). Bununla da, şirkətlər öz xaricində yaranan fikirlərə və biliklərə qarşı müqavimət göstərərək qarşılaşa biləcəkləri hər hansı bir riskdən yayınmağa çalışırlar.

3. Açıq innovasiya tətbiqi üzrə əməkdaşlığın idarə edilməsi bacarıqlarının şirkətlərdə yetərli səviyyədə olmaması

Belə ki, açıq innovasiya tətbiqi üzrə böyük şirkətlərlə əməkdaşlıq qurulması kiçik və orta şirkətlər tərəfindən o qədər də maraqla qarşılanmır və bəzi şirkətlər bu əməkdaşlıqdan boyun qaçırlar. Buna əsas səbəb onların böyük şirkətlər tərəfindən sıxışdırılıb çıxarılma qorxusudur. Eyni zamanda bu tipli qurumlararası əməkdaşlıq üzrə idarəetmədə ciddi problemlər vardır. İdarəetmə problemləri özünü əqli

mülkiyyətin idarə edilməsində də göstərir və bu şirkətlərin digər rəqib şirkətlərlə İP əməkdaşlığından yayındırır. Şirkətlərin açıq innovasiya əməkdaşlığı üzrə dəyər yaradılmasını təmin edəcək, eləcə də əqli mülkiyyət hüquqlarını qoruyacaq əməkdaşlıq modellərinə ehtiyacı vardır. Bundan başqa əməkdaşlıq sөzləşmələrinin necə hazırlanması, əməkdaşlıq zamanı görülməkl işlərin necə təyin olunacağı, əqli mülkiyyət də daxil olmaqla əməkdaşlıq nəticələrinin necə paylaşdırılması ilə bağı yaranan problemlər də əməkdaşlıq qurulması yönündə ciddi təsirlərə sahibdir.

4. Universitet və şirkətlər arasında bilik paylaşımının və əlaqənin yetərsiz olması

Universitetlərə məxsus araşdırma, inkubasiya mərkəzlərinin eləcə də digər innovasiya strukturları arasında əlaqənin yetərli səviyyədə olmaması, eyni zamanda həyata keçirilən fəaliyyətlər üzrə bir birlərinə məlumat ötürülməməsi, yəni məlumat yetərsizliyin olması açıq innovasiya ekosisteminin təkmilləşdirilməsində ciddi mənfi təsirə malikdir. Belə ki, şirkətlər açıq innovasiya tətbiqlərində effektiv addımların atılmasında yardımçı ola biləcək şəxslərin kimliklərinin əldə olunması ilə bağı ciddi problemlər yaşayırlar. Bundan başqa sənaye-universitet əməkdaşlığı zamanı iş dünyası tələbləri ilə universitet perspektivlikləri üst-üstə düşmədiyinə görə bu layihələrin idarə edilməsində ciddi problemlər yaşanır.

5. Hüquqi cəhətdən əqli mülkiyyət haqlarının qorunmasında yaranan problemlər:

Qanunvericilikdə əqli mülkiyyət haqlarının qorunması haqqında bəzi mövzuların dəqiqləşdirilməsinə, hüquq-mühafizə orqanlarının daha operativ olmasına ehtiyac vardır. Belə ki, bir çox şirkət, eləcə də innovativ ideyalara sahib insanlar əqli mülkiyyətin qanunvericilik üzrə necə qorunulması haqqında yetərli məlumatla sahib deyillər.

Açıq innovasiya ekosisteminin inkişaf etdirilməsi üzrə həll yolları

Yuxarıda qeyd etdiyim problemlər Azərbaycanda açıq innovasiya ekosisteminin yaradılması üzrə potensial maneələr yaratsa da, bu hissədə əsas olaraq öncəlikliyi olan problemlərin həllinə dair bir neçə yollar qeyd edilmişdir. Belə ki, bu problemlərin aradan qaldırılması Azərbaycanda açıq innovasiya fəaliyyətlərini təşviq edə bilər, eyni zamanda açıq innovasiya ekosisteminin inkişaf etdirilməsini

sürətləndirə bilərik. Bu həll yollarını aşağıdakı üç əsas problem başlığı altında qruplaşdırmaq olar:

1. Açıq innovasiya konsepsiyası barədə insanların məlumatlılığı

- Həll 1. Azərbaycanda açıq innovasiya konsepsiyasının düzgün anlaşılması və geniş kütlə tərəfindən qəbul edilməsi məqsədilə bu mövzu ətrafında maarifləndirmələrin həyata keçirilməsi vacibdir. Belə ki, bu sahə üzrə maarifləndirmə platformalarının yaradılması, eyni zamanda təlimlərin təşkil edilməsi açıq innovasiyaların dəyərinin nümayiş etdirilməsi və məlumatlandırması prosesini sürətləndirə bilər.

Hal-hazırda, ölkəmizdə bu sahə ilə əlaqəli olan “açıq elm” konsepsiyasının geniş şəkildə təbliği Azərbaycan Respublikasının Gənclər Fondu və Azərbaycan Gənc Alim, Aspirant, və MagistrLAR Cəmiyyətinin birgə təşkil etdiyi “Gənc Tədqiqatçılar arasında Open Science təcrübəsinin təbliği” layihəsi altında aparılır. Eyni zamanda araşdırma işlərində, habelə kütləvi informasiya vasitələrində, ölkəmizin biznes mühitinə uyğun sahələr üzrə uğurlu açıq innovasiya hekayələrinə yer verilməsi, insanlar arasında məlumatın artırılmasına kömək edəcəkdir.

- Həll 2. Bu konseptin geniş şəkildə yayılmamasının digər səbəbi, universitetlərdə bakalavr və magistratura dərəcələrini əhatə edəcək səviyyədə açıq innovasiya dərslərinə yer verilməməsidir. Belə ki, günümüzdə idarəetmə və iqtisadiyyat sahələri üzrə yüksək səviyyədə təhsil verən bir çox xarici universitetlərdə (Oxford, Berkeley, Durham) açıq innovasiya dərsləri tədris edilməkdədir. Hal-hazırda ölkəmizdə bu sahə üzrə dərslər demək olar ki, yox səviyyəsindədir.

2. Sənaye-hökumət-universitetlər arasında açıq innovasiya fəaliyyətlərini reallaşdırmaq üçün sağlam və dayanıqlı əlaqələrinin olmaması

- Həll 1. Açıq innovasiya ekosisteminin inkişaf etdirilməsi üçün ilk öncə şirkətlərin bu ekosistemi təşkil edən qurumlarla (şirkətlər, universitetlər, hökumətlər, vasitəçilər və s.) əlaqələri analiz edilməlidir. Lakin, hal-hazırda ölkəmizdə fəaliyyət göstərən şirkətlərin açıq innovasiya tətbiqlərinin həyata keçirilməsi və

analizlərin aparılması üzrə yüksək qabiliyyətli mütəxəssislərə ehtiyacı vardır. Bu mütəxəssislərin yetişdirilməsi üçün açıq innovasiya sertifikatlaşdırma proqramlarının təşkil edilməsi vacibdir. Belə ki, bu sertifikatlaşdırmadan keçmiş mütəxəssislər uğurlu açıq innovasiya siyasəti izləməsi üzrə bir sıra bilik və qabiliyyətlərə sahib olacaqlar. Bunları a) xarici bilikləri qiymətləndirmək bacarığı, b) xarici biliyi inteqrasiya etmək bacarığı, c) bazar psixologiya və potensial yeni bazarın tam şəkildə öyrənilməsi (ödənilməmiş ehtiyacları qarşılamaq üçün), d) biznesin planlaşdırılmasında çeviklik, e) planların dəyişdirilmə vaxtının öncədən təyin edilməsi, f) risklərin qarşısının alınması üçün strategiyalar kimi sıralamaq olar. Hal-hazırda bu sertifikatlaşdırma proqramları Amerika, Kanada, İngiltərə kimi ölkələrdə həyata keçirilir. Belə ki, bu qısa-müddətli kursların təşkil edilməsi ilə mütəxəssislər Tədqiqat və İnkişaf, uğurlu kütləvi qaynaq tətbiqləri habelə, əməkdaşlıqların qurulması, idarə olunması və əqli mülkiyyət haqlarının qorunması kimi biliklərə də, sahib olacaqlar. Bu proqramların tədris edilməsi üçün universitetlərin tədqiqat-inkişaf mərkəzləri, inkubasiya mərkəzlərinin istifadə edilməsi daha məqsədə uyğundur. Eyni zamanda, dövlətin bu proqramların təşkili ilə bağlı universitetlərə maliyyə dəstəyi göstərməsi bu sahəyə diqqəti artıracaqdır.

- Həll 2. Universitetlər nəzdində texnoparkların, araşdırma inkişaf mərkəzlərinin, həmçinin inkubasiya mərkəzlərinin sayının artırılması bu şirkətlərin universitetlərlə erkən əməkdaşlığının qurulmasına birbaşa dəstək göstərəcəkdir. Eyni zamanda dövlətin bu mərkəzlərə yetərli səviyyədə maliyyə dəstəyi göstərilməsilə innovativ ideyaları olan insanların, habelə, ekspertlərin və şirkətlərin cəlb edilməsini daha da sürətləndirəcəkdir. Təəssüf ki, ölkəmizdə hələ də yetərli sayda araşdırma inkişaf, inkubasiya, sahibkarlıq mərkəzləri, habelə texnoloji transfer ofisləri yoxdur.

Bununla yanaşı, bu mərkəzlərdə açıq innovasiyanın təbliğ edilməsi, eyni zamanda açıq innovasiya yönümlü fəaliyyətlərin inkişafına dəstək məqsədilə xarici ölkələrdən bu sahə üzrə ekspertlərin dəvəti olunması lazımdır. Nəticə olaraq da, ölkəmizdə həm innovasiya prosesləri sürətlənəcək, həm də açıq

innovasiya modelinə keçməyə şərait yaranacaqdır. Hal-hazırda bu ideya Cənubi Koreya dövləti tərəfindən reallaşdırılır və artıq öz müsbət töhfəsini verməyə başlamışdır.

3. Hökumət tərəfindən açıq innovasiya, eləcə də bu sahə üzrə fəaliyyətlərinin təşviq edilməsi ilə bağlı yetərli diqqət və qayğı göstərilməməsi, eyni zamanda qanunvericilik üzrə açıq innovasiyanın tənzimlənməməsi

- Həll 1. İnnovativ ideyalara malik insanların əqli mülkiyyət haqlarının qorunmasının daha effektiv olması üçün hüquq-mühafizə orqanlarının daha operativ xidmət göstərməsi vacibdir. Eyni zamanda açıq innovasiya fəaliyyətləri zamanı ortaya çıxacaq problemlərin qarşısının alınması məqsədilə qanunvericilik üzrə tənzimlənməsinə ehtiyac vardır. Bu problemlər əməkdaşlar arasında ortaq Tədqiqat və İnkişaf, lisenziya, kütləvi qaynaq istifadəsi zamanı ortaya çıxabilir.
- Həll 2. Potensial innovasiya imkanı olan şirkətlərə dəstək verilməsi - Cəmiyyət üçün faydalı ola biləcək hər hansı bir məhsul, xidmət və ya texnologiyanın inkişafı və ya istehsalı üzrə açıq innovasiya fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədilə əməkdaşlıq quran şirkətlərə dövlət tərəfindən maliyyə dəstəyi, habelə vergi güzəştlərinin tətbiq olunması, bu əməkdaşlıqların artmasına stimullaşdırılacaqdır. Eyni zamanda əməkdaşlıq qurmuş şirkətlərin süləşmələrində ortaq ərsəyə gətirdiyi məhsul, xidmət və ya texnologiyanın yalnız öz sahələri üzrə lisenziyası və satılması ilə bağlı müddələrin olması, o cümlədən bunların qanunvericilik üzrə tənzimlənməsi gərəklidir.

3.3 Azərbaycanada açıq innovasiya haqqında fikirlərin öyrənilməsi məqsədilə keçirilmiş sorğunun nəticələri

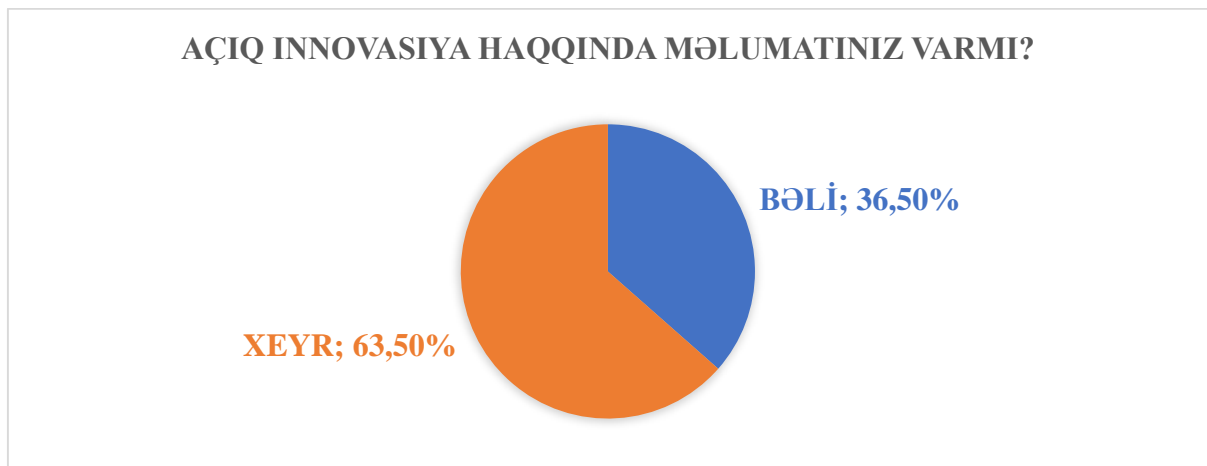
Bu mövzu haqqında fikirlərin öyrənilməsi məqsədilə 156 nəfər arasında sorğu həyata keçirilmişdir. 10 sual olmaqla ümumi və spesifik suallardan ibarət olan sorğunun əsas məqsədi insanların açıq innovasiya haqqında məlumatının və ya anlayışının olub-olmaması, habelə bu mövzu ətrafında verilmiş bəzi suallara dair fikirlərin hansı yöndə olmasının öyrənilməsilə bağlıdır. Ümumi hissə sorğuda iştirak edən insanlar haqqında ümumi məlumatların əldə olunmasına dair sualları əhatə edir

ki, bunlar onların təhsili, hansı sahə üzrə işlədikləri, habelə dövlət və ya özəl sektor üzrə xidmət göstərdikləri haqqındadır.

Spesifik hissə isə açıq innovasiyaya aid spesifik sualları əhatə edir. Əlavə olaraq, qeyd etmək istəyirəm ki, sorğuya giriş olaraq açıq innovasiyanın nə olduğu haqqında məlumat verilmişdir. Sorğuda iştirak edənlər əsasən, 18-45 yaş qrupuna aid insanları əhatə edir ki, onların 79.5%-i 18-24 yaş qrupuna aid olan ali təhsilli gənclərdir. Sorğuda iştirak etmiş 157 nəfərin 40%-i iqtisadiyyat və idarəetmə yönümlü, digərləri isə mühəndislik, pedoqoji, tibb sahəsi üzrə təhsil alıblar. Hal-hazırda bu insanların 66 nəfəri işləyir və onların 56%-i özəl sektor üzrə xidmət göstərirlər.

Açıq innovasiya haqqında fikirlərin öyrənilməsi məqsədilə keçirilmiş sorğuda spesifik hissəyə giriş kimi “Açıq innovasiya barədə informasiyanız varmı?” sualı verilmiş və insanların 63.5%-i xeyir cavabını vermişdir.

Qrafik 9. Açıq innovasiya haqqında məlumatlılıq



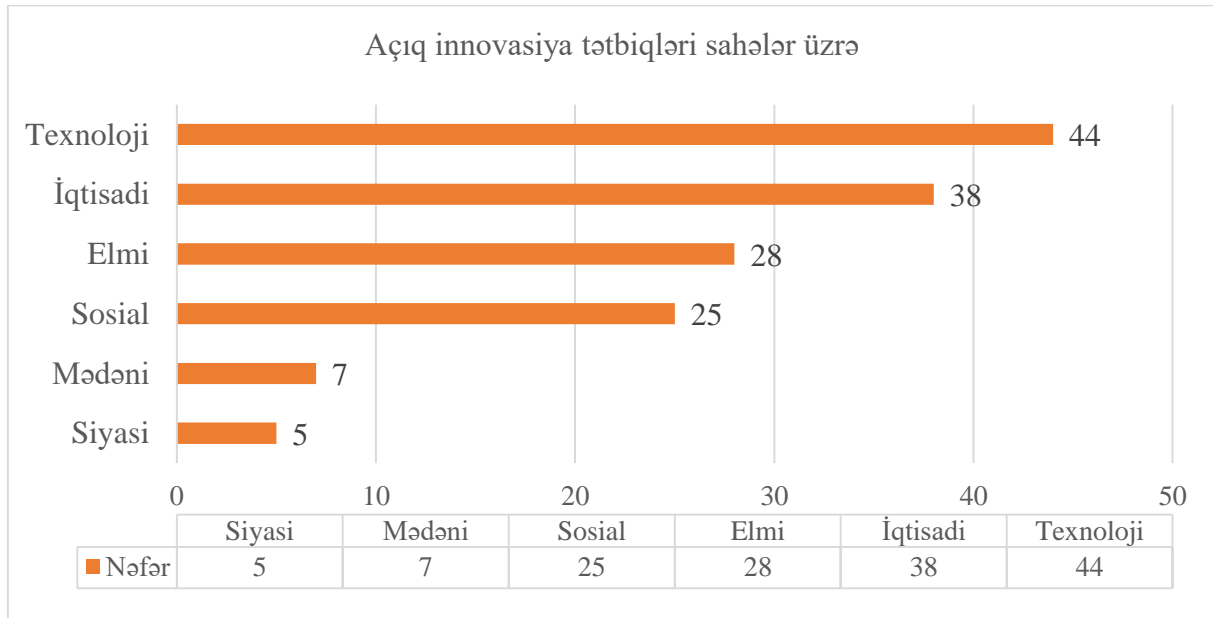
Mənbə: Magistrantın özü tərəfindən tərtib olunmuş sorğu (Bax: Əlavə 3)

Bu qrafiki əsas götürərək, demək olar ki, sorğuda iştirak etmiş insanların böyük əksəriyyəti (100 nəfər) açıq innovasiya anlayışı haqqında heç bir məlumata sahib olmadığı halda, yalnız 57 nəfər insan bu mövzu barəsində informasiyaya malikdir. Ölkəmizdə açıq innovasiya anlayışı yeni mövzu olduğundan bu faizlərin belə kəskin fərqlənməyi heç də təəccüblü vəziyyət deyil. Eyni zamanda bu anlayışın geniş yayılmamasını universitetlərdə bu sahə üzrə dərslərin keçirilməməsi, kütləvi informasiya vasitələri habelə araşdırma işlərində bu mövzuya yer verilməməsi,

şirkətlərin bu istiqamət üzrə geniş fəaliyyətlər keçirməməsini başlıca səbəb kimi göstərə bilərik. Qeyd etmək istəyirəm ki, "açıq innovasiya" termininin məlumatlılıq faizinə əsasən, Azərbaycanda açıq innovasiya barəsində daha dolğun və düzgün məlumatlar əldə etmək məqsədilə sorğunun spesifik hissəsi yalnız bu mövzu haqqında məlumatı olan 57 nəfərin iştirakı ilə tamamlanmışdır. Spesifik hissənin ilk sualı açıq innovasiya tətbiqlərinin daha çox hansı sahələr üzrə istifadə olunduğu haqqında fikirlərin öyrənilməsi məqsədilə tərtib olunmuşdur. Sorğunun bu sualında iştirakçılar eyni anda bir neçə variantı qeyd etmə üstünlüyünə sahib idilər.

Belə ki, aşağıda verilmiş qrafikə əsasən, demək olar ki, qeyd edilən cavabların əksəriyyəti (74.6%) açıq innovasiya tətbiqlərinin daha çox texnoloji sahə üzrə istifadə olunması, habelə eyni zamanda texnologiya ilə birlikdə iqtisadi (64.8%), elmi (47.5%) və sosial (42.5%) sahələr üzrə də tətbiq olunması fikrini dəstəkləyir.

Qrafik 10. Açıq innovasiya tətbiqlərinin sahələr üzrə istifadəsi

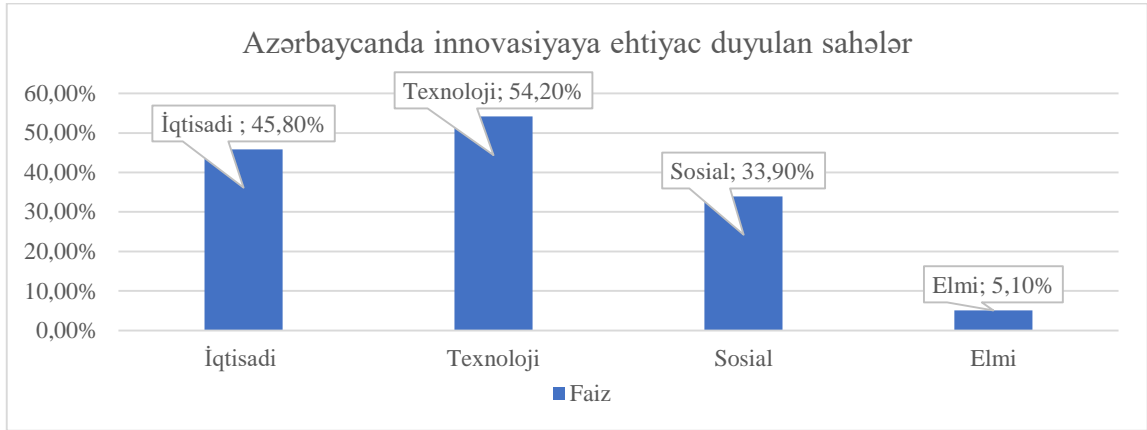


Mənbə: Magistrantın özü tərəfindən tərtib olunmuş sorğu (Bax: Əlavə 3)

İştirakçıların az hissəsi isə mədəni (11.9%) və siyasi (8.5%) sahələr üzrə bu tətbiqlərin tətbiq olunduğu düşüncəsinə sahibdirlər. Eyni zamanda, bu göstəricilər qrafikdə say olaraq da qeyd edilmişdir.

“Azərbaycanda hansı sahələrdə innovasiyaya ehtiyac var” məsələsi sorğuda qeyd edilmiş növbəti sualdır. Belə ki, bu sualın tərtib olunma məqsədi, ölkəmizdə innovasiya, habelə açıq innovasiyanın inkişafının vacib olduğu sahələri göstərməkdən ibarətdir. Bunu aşağıdakı qrafikdən daha aydın görmək olar:

Qrafik 11. Azərbaycanda innovasiyaya ehtiyac duyulan sahələr



Mənbə: Magistrantın özü tərəfindən tərtib olunmuş sorğu (Bax: Əlavə 3)

Qrafikdən görüldüyü kimi sorğuda iştirak edən insanların əksəriyyəti düşünür ki, Azərbaycanda innovasiyaya ehtiyac duyulan sahələrin başında texnologiya gəlir. Say olaraq onlar 32 nəfər təşkil edir. Bundan əlavə iştirakçılardan 27 nəfəri bank sektoru üzrə, eləcə də 20 nəfər sosial yönümlü innovasiyalara ehtiyac olduğunu qeyd etmişdir. İnsanların çox az qismi innovasiyaların reallaşdırılmasının əsas istiqamətləri kimi elmi, siyasi sahələrinə üstünlük verməyin lazım olduğu qənaətinə gəlirlər. Verilmiş bu statistikaya əsaslanaraq demək olar ki, Azərbaycanda yuxarıda qeyd edilən sahələr üzrə innovasiyalar həyata keçirilərsə, bu həmin sahələrin sürətli və səmərəli inkişafına eyni zamanda bu sahələr üzrə açıq innovasiya fəaliyyətlərinin tətbiqinə şərait yaradacaqdır. Bu arqumenti irəli sürməyim, gələcəkdə açıq innovasiyanın özünü bütün sahələr üzrə göstərəcəyi və klassik innovasiya modeli istifadəsinin azalacağı fikrinə əsaslanır (Huizing, 2011). Eyni zamanda iştirakçıların fikrinə əsasən, onlar Azərbaycanda Bakı Nəqliyyat Agentliyi, Elektron Hökumət Portalı, Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində fəaliyyət göstərən İnnovasiyalar Agentliyi habelə, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi və onun tabeliyində olan "ASAN xidmət" mərkəzi kimi dövlət qurumlarında da innovasiya fəaliyyətləri tez-tez reallaşdırılır. Lakin bəzi iştirakçılar isə bu fəaliyyətlərin daha çox özəl sektor üzrə fəaliyyət göstərən qurumlar tərəfindən həyata keçirildiyini vurğulayıblar. Bu da onu göstərir ki, bu qurumların dəstəyi ilə açıq innovasiya fəaliyyətlərinin tətbiqi, habelə açıq innovasiya ekosisteminin inkişafını sürətləndirmək mümkünlüyü daha çoxdur.

Açıq innovasiyanın inkişafına potensial maneələrin öyrənilməsi məqsədilə verilmiş növbəti sualda qeyd edilən cavabların üçdə bir hissəsi "bilmirəm" variantı olmuşdur. Xatırlatmaq istəyirəm ki, bu cavab mövzu ətrafında anlayışı olan şəxslərin seçimi olmuşdur. Bu cavablara əsasən, deyə bilərik ki, ölkəmizdə bu anlayışla tanış olan şəxslər heç də dərin biliklərə sahib deyildirlər. Bu da indiki dövrdə açıq innovasiya ekosisteminin inkişafına potensial maneələrdən biri hesab olunur. Daha sonra irəli sürülmüş cavablar arasında cəmiyyətin təqdim olunmuş yeniliklərə yetərli qiymət vermədiyi və yeniliklərə kifayət qədər təlabatın olmadığı versiyaları irəli sürülmüşdür. Eyni zamanda gənclərimizin yeni fikirlər irəli sürməkdən ehtiyat etdiyi və yeni ideyaları inkişaf etdirmək üçün yetərli qabiliyyətə, təhsilə və maddi imkana sahib olmadıqları ortaya çıxmışdır. Bildiyimiz kimi innovativ fikirlər daha çox gənclər tərəfindən irəli sürülür, çünki onlar yeniliklərinin araşdırılması və tətbiqinə meyilli insanlardır. Lakin ölkəmizdə özəl qurumlar xüsusilə də dövlət qurumlarında gənc kadrların azlıq təşkil etməsi bu qurumlarda reallaşdırılmağı mümkün olan ideyaların "yatmağına" səbəb olur. Bununla yanaşı, monopolistik düşüncəyə sahib olan şirkətlər arasında rəqabətin az olması, habelə, dövlətin innovasiya siyasətində açıq innovasiyaya dəstəyin olmaması potensial maneələr kimi qeyd edilmişdir.

Son olaraq ölkəmizdə açıq innovasiya anlayışı barədə "məlumatlılıq"ın az olması səbəbi ilə mövzu ətrafında biliklərə sahib olan iştirakçılara, bu anlayışın təbliğ edilməsi üzrə hansı formaların daha effektiv olacağı, sorğunun sonuncu sualı kimi ünvanlanmışdır. İştirakçıların əksəriyyəti onlayn və oflayn reklamlarla, məlumat xarakterli təlim və seminarların təşkil edilməsi, universitet və məktəb kurikulumlarına daxil edilməsi (lakin bu üsulun kifayət qədər vaxt aparacağını qeyd edirlər), eyni zamanda kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə ilə, açıq innovasiya təbliği prosesini sürətləndiriləcəyini düşünürlər. Hesab edirəm ki, verilmiş cavablar əsasında Azərbaycanda, informasiyanın yayılmasında effektiv olan bu üsullar, açıq innovasiya anlayışının təbliğ edilməsində də uğurlu nəticələr əldə olunmasına kömək edəcəkdir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Açıq İnnovasiya iqtisadiyyat və idarəetmədə (sahəsində) yeni tədqiqat sahələrindən biridir. ABŞ-da yerləşən transmilli şirkətlərin (ilk dəfə Chesbrough tərəfindən aparılan tədqiqat işinə əsaslanaraq), xüsusilə, yüksək texnologiyalı sektorlarda tətbiq edilməsilə başlayan açıq innovasiya anlayışı, hal-hazırda coğrafi və tədqiqat sahəsini genişləndirərək, diqqət mərkəzinə çevrilmişdir. Yeni bir tədqiqat sahəsi olduğuna görə, açıq innovasiya sahəsi hələ də, inkişaf və konsolidasiya mərhələsindədir və akademik, eləcə də, idarəetmə və biznes sahəsində daha yüksək səviyyədə qəbul edilməsi üçün hələ də, daha geniş və dərin bir analiz tələb edir (Remneland&Wikhamn, 2013). Bu dissertasiya işində açıq innovasiya konsepsiyasını araşdırmaqla, günümüzdə fəaliyyət göstərən bir çox şirkətlərin rəqabət qabiliyyətinin qorunması üçün həyata keçirdiyi yeni innovasiya siyasətinin olduğu qeyd edilmişdir. Belə ki, şirkət daxilində davam etdirilən innovasiya səyləri şirkətin hədudlarından çıxaraq, yeni istiqamət almış və şirkətlər innovativ fəaliyyətlərində xarici mənbələrdən əldə etdiyi biliklərdən daha çox faydalanmağa başlamışdır. Eyni zamanda araşdırma işində dövlətlərin insanların iqtisadi-sosial rifahını yüksəltməsi üçün geniş şəkildə açıq innovasiya tətbiqlərinə yer verdikləri irəli sürülmüşdür. Tədqiqat işində günümüzün açıq innovasiya yanaşmasının tətbiq edilməsi üçün vacib olan nüanslar qeyd edilmişdir. Bu vacib nüanslar açıq innovasiya fəaliyyətlərini tətbiq edən bəzi uğurlu şirkət və ölkə nümunələri ilə əsaslandırılmışdır. Açıq innovasiya fəaliyyətlərinin ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafa göstərdiyi təsirlərinin təməlinə bütün innovasiya ekosisteminin iştirakçıları üçün paylaşılan dəyərlər, fikirlər və birgə rifah dayanır. Hal-hazırda insanlar öz sosial və iqtisadi həyatına real təsirlərdən daha çox xəbərdardırlar. Bu, onların iqtisadi və sosial rifahının yüksəldilməsi baxımından siyasi qərarların qəbul edilməsi və ya bazara təqdim ediləcək yeni məhsul və xidmətlərin yaradılması prosesində iştirak etməsini daha çox maraqlı edir.

Bununla yanaşı bu dissertasiya işində Avropa ölkələri daxil olmaqla bir çox inkişaf etmiş və inkişafda olan ölkələrdə, habelə bu ölkələrdə fəaliyyət göstərən şirkətlərin innovasiya prosesinin sürətləndirilməsi məqsədilə, açıq innovasiya

fəaliyyətlərinin artırıldığı müzakirə edilmişdir. Bu analizlərdən yola çıxaraq görürük ki, açıq innovasiya fəaliyyətləri ilbəl artmağa davam edir. Artıq bir çox ölkələr tərəfindən açıq innovasiya tətbiqlərinin təşviq edilməsi məqsədilə açıq innovasiya ekosistemi qurulmağa başlamışdır. Araşdırma işinin son fəslində Azərbaycanda açıq innovasiya fəaliyyətləri və açıq innovasiya ekosisteminin mövcud vəziyyəti haqqında məlumat verilmiş, habelə açıq innovasiya ekosisteminin mövcud və potensial problemləri, həmçinin də onların həll yolları qeyd edilmişdir. Azərbaycanda innovativ proseslərin sürətləndirilməsi məqsədilə açıq innovasiya tətbiqlərinə geniş yer verilməsi gərəklidir.

Bu prosesin sürətləndirilməsi üçün aşağıdakı təkliflər verilə bilər:

1. Açıq innovasiya konsepsiyasının geniş yayılmasını təmin etmək məqsədilə, bu sahə üzrə maarifləndirmə platformalarının yaradılması, eyni zamanda universitetlərdə təlim, seminar və konfransların təşkil edilməsi açıq innovasiyaların dəyərinin nümayiş etdirilməsi və məlumatlandırılması prosesini sürətləndirə bilər.
2. Universitetlərdə bakalavr və magistratura dərəcələrini əhatə edəcək səviyyədə açıq innovasiya dərslərinə yer verilməsi, bu tətbiqlərinin artırılmasına təkan verəcəkdir. Belə ki, günümüzdə idarəetmə və iqtisadiyyat sahələri üzrə yüksək səviyyədə təhsil verən bir çox xarici universitetlərdə (Oxford, Berkeley, Durham) açıq innovasiya dərsləri tədris edilməkdədir.
3. Açıq innovasiya fəaliyyətlərinin əsas qaynaqlarından biri olan, şirkət-universitet-sənaye əməkdaşlığının artırılması məqsədilə, açıq innovasiya sertifikatıya proqramlarının təşkil edilməsi vacibdir. Belə ki, bu sertifikatıdan keçmiş mütəxəssislər uğurlu açıq innovasiya strategiyasını (siyasəti) izləməsi üzrə bir sıra bilik və qabiliyyətlərə sahib olacaq və bu əməkdaşlığın düzgün istiqamətdə irəliləməsi üçün töhfə verəcəkdir.
4. Universitetlər nəzdində texnoparkların, araşdırma inkişaf mərkəzlərinin, həmçinin inkubasiya mərkəzlərinin sayının artırılması şirkətlərin universitetlərlə erkən əməkdaşlığının qurulmasına birbaşa dəstək göstərəcəkdir. Eyni zamanda dövlətin bu mərkəzlərə yetərli səviyyədə maliyyə dəstəyi

göstərilməsilə, innovativ ideyaları olan insanların, habelə ekspertlərin və şirkətlərin cəlb edilməsini daha da sürətləndirəcəkdir.

5. Hökumətin, əhalinin sosial-iqtisadi rifahının yüksəldilməsi məqsədilə qərarların qəbul edilməsi prosesinə vətəndaşların cəlb edilməsi “açıq” hökumətin genişləndirilməsinə stimül verəcəkdir. Belə ki, hər hansı problemin həlli və ya fəaliyyətlərin təkmilləşdirilməsi doğrultusunda vətəndaşlardan yeni fikirlərin toplanılması, hökumətin innovativ fəaliyyətlər həyata keçirməsi prosesini sürətləndirəcək, habelə vətəndaşların ehtiyaclarını tamamilə qarşılıyacaqdır.
6. Tədqiqatda göstərildiyi kimi, hal-hazırda Azərbaycanda tədqiqat və inkişafın ümumi dövlət xərclərində payının çox az olduğunu nəzərə alaraq, sosial innovasiya, eyni zamanda açıq innovasiya tətbiqlərinin stimullaşdırılmasına dəstək məqsədilə bu sahəyə diqqətin artırılması məqsədə uyğun olacaqdır.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. Arif Nəcimov (2015) "Texnoparklar: kiçik sahibkarlar üçün bələdçi" Bakı, 48 səh
2. Dövlət Statistika Komitəsinin "Azərbaycanın sənayesi" statistika məcmuəsi-2018

Xarici dildə

1. Arslan, A. (2012) *Büyük İnsanlar Kulübü*. İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı. ss. 39
2. Bilgehan Baykal, *İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi: Türkiye, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2007, ss. 23*
3. Elçi, Ş (2008). *İnovasyon: Neden ve Nasıl?*, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Strateji Bülteni, Sayı 7, 2008, ss. 6-13
4. Kaynak, R., & Maden, M. O. (2012). *İnovasyonda Sınırların Genişlemesi: Açık İnovasyon. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Bahar 2012, Cilt:8, Yıl:8, Sayı:1, 8:31-47*
1. Almirall, E, Casadesus-Masanell, R. 2010. *Open Versus Closed Innovation: A Model Of Discovery And Divergence. Academy of Management Review 35 (1): 27-47.*
2. Appleyard M.M, Chesbrough H.W (2007). *Open innovation and strategy. California Management Review 50 (1): 57-76.*
3. Chesbrough, H, Crowther, AK. (2006). *Beyond high tech: early adopters of open innovation in other industries. R & D Management 36 (3): 229-236*
4. Chesbrough, H. (2003), *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, Harvard Business School Press Boston, USA- 245 p.*
5. Chesbrough, H. (2006). *Open innovation: a new paradigm for understanding industrial innovation. Open innovation: Researching a new paradigm, 1-12.*

6. Chesbrough, H. W. (2003b). The logic of open innovation: managing intellectual property. *California Management Review*, 45 (3): 33-58.
7. Chesbrough, Henry W. (2003) "The Era of Open Innovation", *MIT Sloan Management Review*, spring 2003: 35-41
8. D. Hilgers, C. Ihl (2010) "Citizensourcing: Applying the Concept of Open Innovation to the Public Sector," *International Journal of Public Participation*, 4/1 (January 2010): 67-88.
9. Dahlander, L., & Gann, D. M. (2010). How open is innovation?. *Research policy*, 39(6), 699-709.
10. Elmquist, M., Fredberg, T., & Ollila, S. (2009). Exploring the field of open innovation. *European Journal of Innovation Management*, 12(3), 326-345.
11. Enkel, E., Gassmann, O., & Chesbrough, H. (2009). Open R&D and open innovation: exploring the phenomenon. *R&d Management*, 39(4), 311-316.
12. F. Di Pietro, A. Prencipe, and A. Majchrzak, "Crowd Equity Investors: An Underutilized Asset for Open Innovation in Startups," *California Management Review*, 60/2 (Winter 2018): 43-70.
13. F. Meulman, I. Reymen, K. Podoyntsina, and A. G. L. Romme, "Searching for Partners in Open Innovation Settings: How to Overcome the Constraints of Local Search," *California Management Review*, 60/2 (Winter 2018): 71-97.
14. Gassmann, O, Enkel, E, Chesbrough, H. 2010. The future of open innovation. *R & D Management* 40 (3): 213-221.
15. I. Mergel, K. C. Desouza (2013) "Implementing Open Innovation in the Public Sector: The Case of Challenge.gov," *Public Administration Review*, 73/6 (November/December 2013): 882-890.
16. Lichtenthaler, U. ve Ernst, H. (2009) "Opening Up the Innovation Process: The Role of Technology Aggressiveness", *R&D Management*, Vol.39, No: 1.
17. O'Dell, Carla, C. Jackson Grayson- If Only We Knew What We Know: Identification and Transfer of Internal Best Practices 40/3 (1998) 154-174

18. Philipp Herzog (2011) - Open and Closed Innovation: Different Cultures for Different Strategies - 287 p.

İstifadə olunan internet resursları

1. Open Innovation In Europe, daha ətraflı:
https://media.nesta.org.uk/documents/open-innovation-in-europe_2017.pdf
(30.04.2019)
2. Open Innovation - Keynotes, Masterclasses & Games - Open Innovation, daha ətraflı:
<https://www.openinnovation.eu/open-innovation/>(30.04.2019)
3. The Sustainable Development Goals (SDGs) are part of the 2030 Agenda for Sustainable Development, and were adopted by world leaders at a Summit of the United Nations (UN) in September 2015, daha ətraflı:
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda>
(22.10.2017)
4. European Commission, Open Innovation, Open Science, Open to the World: A Vision for Europe (Brussels, Belgium: European Commission, 2016:
http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-15-5243_en.htm (22.06.2015)
5. Tesla Motorsun Daimirlə əməkdaşlığı (2009, May 19), daha ətraflı:
<http://www.teslamotors.com/about/press/releases/strategic-partnership-daimler-acquiresstake-tesla>
6. Tesla Motorsun Panasoniclə əməkdaşlığı (2011, October 11), daha ətraflı:
<http://www.teslamotors.com/about/press/releases/panasonic-enters-supply-agreementtesla-motors-supply-automotivegrade-battery-c>
7. Aslanlı K. Azərbaycanda innovasiya siyasətinin effektivliyinin artırılması:
http://edf.az/ts_general/azl/layihe/IIED/downloads/innovasiya_siyaseti.pdf
(08.11.2017)
8. "Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası (AMEA) Yüksək Texnologiyalar Parkının yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı": <https://president.az/articles/21637> (08.11.2016)

9. “Elm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, daha ətraflı: [http://science.gov.az/uploads/PDF/Elm haqqinda Azerbaycan Respublikasi nin Qanunu.pdf](http://science.gov.az/uploads/PDF/Elm_haqqinda_Azerbaycan_Respublikasi_nin_Qanunu.pdf) (14.06.2016)
10. Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası, daha ətraflı: [https://president.az/files/future az.pdf](https://president.az/files/future_az.pdf) (18.05.2019)
11. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. “Azərbaycanda təhsil, elm və mədəniyyət”. Statistik məcmuə. 2018 (səh.305), daha ətraflı: <https://www.stat.gov.az/source/education/> (18.05.2019)
12. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, daha ətraflı : <https://static.president.az/pdf/38542.pdf> (18.05.2019)
13. “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı”, daha ətraflı: <https://president.az/articles/30601> (06.11.2018)
14. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin Elektron xidmətlərin inkişafı və sosial innovasiyalar şöbəsi haqqında əsasnamə", daha ətraflı: <https://president.az/articles/5716> (18.05.2019)
15. “Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün MİLLİ STRATEGİYA”, daha ətraflı: <https://president.az/articles/11312> (02.04.2014)

ƏLAVƏLƏR

Əlavə 1.

Cədvəl 4. Əməkdaşlıq fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi üçün izlənən yollar

Əməkdaşlıq fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi üçün izlənən yollar

1. Daxili lisenziyalaşdırma:	Xarici biliklər, patentlər və ya texnologiyaya aid olan məlumatların əldə edilməsi və bu informasiyanın öz yenilik prosesində istifadəsinin formallaşdırılması prosesini özündə əks etdirir.
2. Birgə patentləşdirmə:	Gələcəkdə kəşfiyyat və istismar məqsədli istifadə edilə bilməsi üçün müəlliflər və investorlar arasında əməkdaşlıq prosesidir.
3. Spin-off:	Açıq innovasiyanın bir forması olaraq, həmin şirkətin mühəndisləri və ya start-up qrupu tərəfindən ictimai bazarda daha çox istismar olunması məqsədi ilə yeni təkmilləşdirilmiş texnologiyanın şirkətdən ayrılma prosesidir.
4. Birgə İnnovasiyalar	Bir çox vasitəçilərin (təşkilat daxilində və xaricində) yeni məhsulların, xidmətlərin, proseslərin və biznes həllərinin yaranması və inkişaf etdirilməsinə qatqısı olduğu bir prosesdir.
5. Ko-mühəndislik	Əsasən istehsal və istehsal sənayesində istifadə edilən təchizat zəncirinin inteqrasiyası ilə dizayn, mühəndislik və istehsal prosesində iki və ya daha çox tərəfdaş arasında qurulan əməkdaşlığın bir növüdür
6. Birgə təlim	Birgə təlim, taktiki və ya strateji səviyyələrdə olduğu kimi əməliyyat səviyyəsində də yeni bacarıqları qazanmaq üçün əməkdaşlar üçün qurulmuş birgə öyrənmə platformaları və ya traektoriyalardır.
7. Spin-out	Spin-out, spin-offdan fərqli olaraq, texnologiya və ya start-up komandasının satın alma, birləşmə və ya joint venture yolu ilə “ana” şirkətə birləşmə prosesidir
8. Açıq innovasiya əsaslı biznes modelləri:	Bu biznes modelləri açıq innovasiya tətbiqi zamanı yaranan fərsətləri dəyərləndirən iş modelinə sahib olmaqla əlaqəlidir.
9. Xarici lisenziyalaşdırma:	Bu lisenziyalaşdırma növü daxili inkişaf etmiş texnologiyalar üçün xarici mükafatların əldə edilməsini araşdırır. (Lichtenthaler (2009))
10. Birgə dizayn:	Birgə dizayn adətən tərəfdaşları və müştərilər ilə birlikdə olur və Tədqiqat və İnkişaf da daha antroposentrik bir dizayn yanaşmasına sahib olmaq üçündür. (Steen, Manschot & De Koning (2011)).
11. Açıq Biznes:	Açıq Biznes bütün verilən və məlumatların ictimaiyyətə açıq şəkildə paylaşılmasına yönəlmiş biznes modelini ehtiva edir. Bu açıq mənbə, pulsuz proqram təminatı və açıq elm ilə əlaqəlidir.

12. Ko-brandinq:	İki müxtəlif brendin öz kimliyini göstərən məhsul və ya xidmət yaratmaq üçün söylərini birləşdirdiyi marketinq razılaşmasıdır. Bu yanaşma bir marka üçün öz məhsulunu və ya xidmətini digər markanın müştərilərinə təqdim etmək imkan yaradır.
13. Ko-marketing:	İki bənzər markanın bir-birinin məhsul və ya xidmətlərini təşviq etmək üçün marketinq söylərini birləşdirdikdə baş verir. Hibrid məhsul yaradılmasa da, birgə marketinq markaların digər markalarla əlaqələrindən istifadə etməyə imkan verir.
14. Birgə istehsal	Kütləvi istehsal mühitində miqyas efektini artırmaqla xərclərin azaldılması yönündə qurulmuş əməkdaşlıqlardır.

Mənbə: <https://www.openinnovation.eu/11-10-2017/33-routes-to-open-innovation/>

Əlavə 2.

Cədvəl 9. Azərbaycanda innovasiya mühitinin inkişafına təkan verən qabaqcıl qurumlar

İllər üzrə	Qurumun adı	Fəaliyyət məqsədi
2009	Barama İnnovasiya və sahibkarlıq mərkəzi-Azərbaycanda sahibkarlığa dəstək verilməsi yönündə yaradılan ilk qurum	Startup ideyası olan insanlara dəstək olunması
2009	Azərbaycan Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi nəzdində Sumqayıt Texnologiyalar Parkının qurulması	İnnovasiya iqtisadiyyatın inkişafı, habelə biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın qurulması, ölkə iqtisadiyyatının İKT sektoru üzrə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması və intellektual biznesin dəstəklənməsi
2012	Qafqaz Universiteti nəzdində Texnoparkın qurulması	Tələbələrinin yeni biznes ideyaları, ixtiraları və bu kimi fəaliyyətlərinə dəstəyin artırılması, kommersiyalaşdırılmasını təmin edilməsi
2013	Azərbaycan Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi nəzdində HighTech Parkın qurulması	Startaplara dəstəyin artırılması, ölkə iqtisadiyyatının İKT sektoru üzrə rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi və yüksək texnologiyalarla inkişaf etdirilən sənaye sahələrinin gücləndirilməsi
2013	AR Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin tabeliyində "İnnovasiyalar Mərkəzi"-nin fəaliyyətə başlaması	Sosial yönümlü innovasiyalarla bağlı araşdırmaların aparılması, sosial yönümlü məsələlər üzrə innovativ həllərin tapılması, onların dövlət və özəl sektorlar tərəfindən istifadəsi və tətbiqinin həyata keçirilməsində dəstəyin artırılması (https://icenter.az/)
2014	Fabrika Co-Working mərkəzinin istifadəyə verilməsi-(ilk dəfə kovörkinq sözünü gətirən qurum)	Frilanser, dizaynerlər, proqramçılar, startaplar üçün nəzərdə tutulan orta q çalışma məkanının yaradılması
2014	Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti nəzdində (UNEC) İnnovativ Biznes-İnkubator mərkəzinin yaradılması	Universitetin professor-müəllim heyətini elmi-innovativ layihələrə cəlb etməklə gənclərin sosial təminatının yaxşılaşdırılması habelə onların biznes ideyalarının inkişaf etdirilməsində texniki və maliyyə dəstəyinin göstərilməsi (http://unec.edu.az/innovativ-biznes-inkubator/)
2014	AppLab Mobil Developer İnnovasiya Mərkəzinin fəaliyyətə başlaması	Sahibkar və proqram tərtibatçıların öz ideyalarını daha sürətli həyata keçirməsi, ölkəmizdə və ya beynəlxalq bazarların istifadəsi məqsədilə ən son mobil tətbiqetmələrin yaradılmasına kömək göstərilməsi, habelə effektiv alətlərlə təmin olunması (http://startup.az/ecosystem/18)
2015	YT Park MMC nəzdində Mingəçevir Yüksək Texnologiyalar Parkı yaradılması	Yüksək texnologiyalara əsaslanan sənaye, xidmət sahələrinin gücləndirilməsi məqsədilə elmi tədqiqatlar aparılması istiqamətində dəstəyin göstərilməsi
2016	Colab Co-Working Mərkəzinin istifadəyə verilməsi	Frilanser, dizaynerlər, proqramçılar, startaplar üçün orta q çalışma məkanının yaradılması

Mənbə: <http://marja.az/news/4367>

Əlavə 3. Sorğu

Açıq İnnovasiya barədə sorğu

Açıq İnnovasiya - xarici innovasiya imkanlarından faydalanmaq üçün daxili resursların xarici mühitə açılmasıdır. Bununla şirkət xarici mənbələrdən bacarıq və resursları inteqrasiya edərək öz bilik və bacarıqlarını inkişaf etdirir. Açıq innovasiya etməyin ən əsas səbəbi daha az xərclə daha çox produktivliyə, proqresə və inkişafa yiyələnməkdir.

1. Adınız və soyadınız: _____
2. Yaşınız: _____
3. Təhsiliniz:
 - a. Orta təhsil
 - b. Natamam ali
 - c. Ali
4. Təhsil aldığınız qurum:
 - a. Dövlət
 - b. Özəl
5. Oxuduğunuz/bitirdiyiniz sahə: _____
6. Hansı sektorda işləyirsiniz?
 - a. Dövlət
 - b. Özəl
 - c. İşləmirəm
7. Açıq innovasiya barədə informasiyanız varmı?
 - a. Bəli
 - b. Xeyr

Açıq İnnovasiya barədə

8. Sizcə açıq innovasiya tətbiqləri daha çox hansı sahə(lər)də istifadə olunur?
(bir neçə variant seçmək mümkündür)
 - a. Texnoloji

b. İqtisadi

c. Sosial

d. Siyasi

e. Mədəni

f. Elmi

9. Sizcə Azərbaycanda hansı sahələrdə innovasiyaya ehtiyac duyulur? (bir neçə variant seçmək mümkündür)

a. İqtisadi

b. Sosial

c. Texnoloji

d. Digər: _____

10. Sizcə açıq innovasiyanın inkişafına potensial maneələr nələrdir? _____

11. Sizcə Azərbaycanda innovativ qurumlar hansılardır? _____

12. Azərbaycanda açıq innovasiya anlayışını hansı forma(lar)da təbliğ etmək olar? _____

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1. Sosial innovasiyaların tipologiyası.....	14
Cədvəl 2. Gələn (inbound) açıq innovasiya fəaliyyəti.....	24
Cədvəl 3. Gedən (outbound) açıq innovasiya fəaliyyəti.....	25
Cədvəl 4. Əməkdaşlıq fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi üçün izlənən yollar.....	82
Cədvəl 5. Müştəri fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi üçün izlənən yollar...	26
Cədvəl 6. Açıq innovasiyanın müsbət tərəfləri.....	39
Cədvəl 7. Açıq innovasiyanın mənfi tərəfləri.....	40
Cədvəl 8. 2013-cü ilin “İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaları ili” elan edilməsi ilə əlaqədar Tədbirlər Planı.....	54
Cədvəl 9. Azərbaycanda innovasiya mühitinin inkişafına təkan verən qabaqcıl qurumlar.....	84

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1. Qapalı İnnovasiya modeli.....	17
Şəkil 2. Açıq İnnovasiya modeli.....	20
Şəkil 3. Elmi ədəbiyyatda açıq innovasiya mövzusunun inkişafı.....	42
Şəkil 4. İllərə görə açıq innovasiya üzrə elmi məqalələrə edilən istinadların sayı.....	43
Şəkil 5. Ştaynbays institutların coğrafi əhatə dairəsi (çıxışı).....	50
Şəkil 6. EİT İKT sahəsində fəaliyyət göstərən laboratoriyaların Açıq İnnovasiya Fəaliyyətləri (Katalizatorları).....	51

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. Müəssisələrin startaplarla qurulan əməkdaşlıqda həyata keçirdiyi fəaliyyətlərin tezliyi.....	28
Qrafik 2. On-off tədbirlər və resursların paylaşımı.....	29
Qrafik 3. Korporativ Startap Sürətləndiriciləri.....	30
Qrafik 4. Startaplarda korporativ investisiya fəaliyyəti.....	31
Qrafik 5. Tesla Motors-un gəlirləri, 2013-2019-cu illər.....	36
Qrafik 6. Elektromobillərin bazardakı payı və satışı üzrə proqnoz.....	37
Qrafik 7. Azərbaycanın Qlobal İnnovasiya İndeksi üzrə dəyərləndirilməsi	57
Qrafik 8. Azərbaycanda tədqiqat və inkişaf üzrə ayrılan xərclər sektorlar üzrə bölgüsü.....	58
Qrafik 9. Açıq İnnovasiya haqqında məlumatlılıq.....	71
Qrafik 10. Açıq İnnovasiya tətbiqlərinin sahələr üzrə istifadəsi.....	72
Qrafik 11. Azərbaycanda innovasiyaya ehtiyac duyulan sahələr.....	73