

Bu il Azərbaycanda H.Əliyev ili qeyd olunur. Mingəçevir Dövlət Universitetində Ulu Öndərin ideologiyasının təbliği istiqamətində davamlı işlər görülür. Məhz H.Əliyev ideologiyasının təbliği və təşviqi sayəsində Azərbaycan məğlub ölkədən qalib ölkəyə, dinamik inkişaf edən ölkəyə çevrilmişdir. Əminik ki, ümummilli liderimizin uğurlu daxili və xarici siyasətinin davamçısı Prezident İlham Əliyev tərəfindən Azərbaycan iqtisadi cəhətdən daha da qüdrətlənəcək, sürətli regional iqtisadi inkişafa nail olacaqdır.

Ədəbiyyat:

1. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019-2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”, Bakı, 2018
2. Ulu öndər Heydər Əliyev və regional inkişaf siyasəti. URL: https://azertag.az/xeber/Ulu_ondər_Heydər_Aliyev_ve_regional_inkisaf_siyaseti-2340053
3. Heydər Əliyev Fondunun təşəbbüsü ilə “Regional İnkişaf” İctimai Birliyi yaradılıb. URL: <https://riib.az/site/news/1-heyder-eliyev-fondunun-tesebbusu-ile-regional-nkisaf-ctimai-birliyi-yaradilib->
4. Heydər Əliyev və xarici siyasətin Azərbaycan modeli. URL: <http://www.anl.az/down/meqale/xalqqazeti/2010/may/118928.htm>

AKADEMİK SAHİBKARLIQ EKOSİSTEMİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Əzizli Nurlan Nizami oğlu

*Elmi rəhbər: İbrahimov Müslüm Azad oğlu, i.e.d, professor
Mingəçevir Dövlət Universiteti (Azərbaycan)*

Akademik sahibkarlıq (ing Academic entrepreneurship) mürəkkəb ekosistemdir. Çünki bu ekosistem kommersiya nəticələrinin yaradılmasında və davam etdirilməsində bir sıra əhəmiyyətli maneələr və ya çətinliklərlə üzləşir. Əsas problemlərdən biri ondan ibarətdir ki, universitet tədqiqatçıları adətən bazar və ya tələb tərəfi haqqında məlumatsızdırlar ki, bu da sırf akademik sahədən kənardadır. İnkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etmiş ölkələr kontekstində universitet tədqiqatçılarının sənaye biliklərinə çıxışı daha da çətin ola bilər, çünki kommersiyalaşdırma üzrə tərəfdaş firmaların zəif mənimsəmə qabiliyyətinə görə universitetlər tez-tez laboratoriya innovasiyalarından kənarında gələcək inkişaf və ya problemlərin həlli istiqamətində işlər görməlidirlər. Universitet tədqiqatçıları öz bilik çatışmazlığını necə aradan qaldıra və bazara daha yaxşı təsir göstərə bilərlər? Belə bir problemlə bağlı sorğular bir neçə müəllifi universitet alimləri və sənaye praktikantları arasında iki istiqamətli bilik transferinin vacibliyini vurğulamağa vadar etmişdir. Akademik sahibkarlıq ümumiyyətlə texnologiya və ya biliyin universitetdən sənayeyə (U-I) ötürülməsi prosesi olsa da, akademik sahibkarların sənayedən öyrənmələri, yəni biliklərin sənayedən universitetə (I-U) ötürülməsi əvəzedilməz məsələdir. Tərs bilik axınları (I-U) (sənayedən universitetə) geniş yayılmış üsuldur. Çünki akademik sahibkarlar kommersiyalaşdırılmaq üçün daha yüksək potensiala malik yeni ideyalar yaratmaq və bazar tələblərinə uyğun olaraq yeniliklərini

təkmilləşdirmək üçün sənaye təcrübələrindən öyrənirlər. Xüsusilə qeyd edilmişdir ki, akademik tədqiqatçılar dörd növ sənaye bilikləri əldə edə bilirlər:

- sahibkarlıq normaları,
- bazar məlumatları,
- tamamlayıcı texnologiyalar
- tətbiq kontekstləri.

İnnovasiya ekosistemi perspektivinə əsaslanaraq, biz aşağıdakı tədqiqat suallarını tədqiq etməklə akademik sahibkarlıq ekosistemində sənayedən universitetə biliklərin ötürülməsi haqqında tam təsəvvür əldə etməyə çalışırıq: Akademik sahibkarlıq ekosisteminin inkişafı və formalaşması üçün əsas xüsusiyyətlər hansılardır?

Akademik sahibkarlıqda kommersiyyalaşdırılma məsələləri üçün universitet tədqiqat nəticələrini universitetin hüdudlarından kənara çıxarmaq məqsədi ilə universitetlər və sənaye tərəfdaşları tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyətlərə istinad edilib. Buna görə də, universitet-sənaye əməkdaşlığı akademik sahibkarlıqda əsas komponentlərdən biridir və bu məsələlər akademik ədəbiyyatlarda geniş şəkildə təhlil edilmişdir.

Cari tədqiqatlar akademik tədqiqatçıların sənaye biliklərini iki əsas maraqlı tərəfdən öyrənmə biləcəyini təklif edir. Birincisi, bilik kommersiyyalaşdırma üzrə tərəfdaş firmalardan, istər lisenziya sahibləri, istərsə də törəmə şirkətlərdən akademiklərə ötürülür. Bunun səbəbi, tez-tez birgə tədqiqat layihələri və universitet və tərəfdaş firma arasında uzunmüddətli əlaqələrlə müşayiət olunmasıdır.

Biznes səbəblərindən əlavə, akademiklərin sənaye ilə birgə tədqiqata cəlb edilməsi sənayedən öyrənmə də daxil olmaqla, tədqiqatla bağlı motivasiyalarla güclü şəkildə məlumatlandırılır. Başqa bir məsələ, tədqiqatçılar sənaye bilikləri əldə etmək üçün öz sənaye təcrübələrindən öyrənirlər. Bir çox tədqiqatçılar əvvəlki sənaye təcrübəsi olan heyətin müsbət təsirini xüsusi vurğulayırlar.

Digər müəlliflər əvvəlki sənaye təcrübəsini akademik sahibkarların öyrənmə biləcəyi mühüm məlumat mənbəyi kimi görmüşlər. Məsələn, Lubango və Pouris (2007) Cənubi Afrika akademik tədqiqatçılarının patent müraciətlərinin təhlili əsasında sənayedə iş təcrübəsi olan universitet alimlərinin, biliklərin sənayedən akademiya ötürülməsində effektiv kanal olmaq və universitetin yaradıcılıq səviyyələrini artırmağı hədəfləyirlər. Eynilə, Este və Patel (2007) qeyd edir ki, universitet və sənaye arasında ikitərəfli bilik transferi təkcə birgə tədqiqat və konsaltinq layihələri vasitəsilə deyil, həm də əməkdaşların mobilliyi vasitəsilə müxtəlif formalarda olur.

Akademik sahibkarlıq xüsusilə qərbdə daha çox inkişaf etmişdir. ABŞ və Böyük Britaniyada akademik mühitin inkişafı, sahibkarlıq sahəsində aparılan elmi tədqiqatların çoxluğu bu ölkələrdə akademik sahibkarlığın sürətli inkişafına təkan vermişdir. Həqiqətən də, 2000-ci ildən bəri akademik sahibkarlıq tədqiqatları durmadan genişlənsə də, əksər məqalələr əsasən ABŞ və Böyük Britaniyada yerləşən biznes məktəblərindən olan nisbətən kiçik bir qrup alim tərəfindən nəşr olunur.

Nadir hallarda ABŞ və Avropadan kənarında bu mövhuma müxtəlif kontekstlərdə diqqət yetirir. Nəticə olaraq qeyd edə bilərik ki, akademik sahibkarlıq biliyin məhsullara, proseslərə və təşkilata çevrilməsi və onların iqtisadi artıma və

innovasiyaya töhfəsi olan kommersiyalaşdırma vasitəsidir.

Ədəbiyyat:

1. Wright, M., Piva, E., Mosey, S., & Lockett, A. (2009). Academic entrepreneurship and business schools. *Journal of Technology Transfer*, 34, 560–587
2. Wright, M., Vohora, A., & Lockett, A. (2004). The formation of high-tech university spinouts: The role of joint ventures and venture capital investors. *Journal of Technology Transfer*, 29, 287–310.
3. Wu, W. (2010). Managing and incentivizing research commercialization in Chinese Universities. *Journal of Technology Transfer*, 35, 203–224.

SAHIBKARLIĞIN FORMALAŞMASINA VƏ İNKİŞAFINA TƏSİR GÖSTƏRƏN AMİLLƏR

Məlikaslanova Fidan

Mikayılov Tuqay

Mingəçevir Dövlət Universiteti (Azərbaycan)

Sahibkarlıq prosesində yeni maddi dəyərlər yaradılır. Bu sahibkarlıq növünə əmtəə istehsalı, istehsal təyinatlı əmtəələrin istehlakı, istehsalla bağlı xidmətlər, müxtəlif xidmətlərin göstərilməsi, elmi-texniki və informasiya fəaliyyəti daxildir. İstehsal fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən hər bir sahibkar hansı fəaliyyət növü ilə məşğul olacağını, hansı əmtəələri istehsal edəcəyini və xidmətlər göstərəcəyini əvvəlcədən müəyyən etməlidir. Sahibkar öz istehsal fəaliyyətini təşkil edərkən həmçinin bu fəaliyyət növünə təsir edən amilləri araşdırmalı və onları nəzərə almalıdır. Sahibkarlığın təşkili və həyata keçirilməsi üçün ən vacib amillər bu sahibkarlıq növü ilə məşğul olmaq istəyən sahibkarın mövcudluğu, müvafiq istehsal fondlarının və işçi qüvvəsinin olmasıdır. Ancaq bunlardan əlavə sahibkarlığın təşkili, müvəffəqiyyətli fəaliyyəti bir sıra başqa amillərdən də asılıdır və sahibkar mütləq bu amilləri nəzərə almalıdır. Ümumi şəkildə bu amillər müəssisədaxili və müəssisəxarici amillərə ayrılır. Müəssisədaxili amillər sahibkarlıq bilavasitə təsirinə məruz qala bilən və onun tərəfindən idarə oluna bilən amillərdir. Müəssisədaxili amillərin idarə edilməsi nisbi xarakter daşıyır. Sahibkar bu amillərin formalaşması üsullarını və ya onlardan istifadə edilməsi üçün mövcud variantlardan birini seçmək imkanına malik olur. Bundan əlavə, sahibkar daxili amillərin hər birinin inkişafının istiqamətləndirilməsi imkanına da malik olur. Sahibkarlıq fəaliyyətinə təsir göstərən əsas daxili amillər aşağıdakılardır:

- sahibkarın məqsədi; məqsədə nail olmaq üçün seçilən texnika və texnologiya; seçilmiş texnika və texnologiyaya uyğun təşkilatı struktur; struktur bölmələrinin vəzifələri; qarşıya qoyulan vəzifələrin icraçılarının peşə-ixtisas tərkibi və hazırlıq səviyyəsi.

Sahibkar seçdiyi məqsəd və vəzifələrin müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsi üçün müvafiq texnika və texnologiya seçməlidir. Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, elmi-texniki tərəqqi inkişaf etdikcə, istehsalın mexanikləşdirilməsi, avtomatlaşdırılması, kompüterləşdirilməsi səviyyəsi yüksəldikcə, məhsulun