

Pedaqoji heyətin innovasiyalı idarəolunma işinin mahiyyəti

Zərifə Əliyeva

Xəzər Universitetinin fəlsəfə doktoru hazırlığı üzrə doktorantı

E-mail: aliyeva.zarifa79@gmail.com

Rəyçilər: p.ü.e.d., akad. H.H. Əhmədov,
p.ü.e.d., prof. İ.H. Cəbrayilov

Açar sözlər: innovasiya, təhsil, idarəetmə, fəaliyyət, proses, pedaqoji heyət, funksional konsepsiya, rəhbərlik

Ключевые слова: инновация, образование, управление, действие, процесс, педагогический персонал, функциональная концепция, руководство

Key words: innovation, education, management, action, process, pedagogical staff, functional concept, administration

Elmi ədəbiyyatda innovasiyanın mahiyyətinin tərfi bir neçə cür verilmişdir. Bunlardan əsas iki yanaşma daha çox diqqəti cəkir: biri yeniliyə yaradıcı prosesin nəticəsi kimi, yeni məhsul, texnologiya, üsul kimi baxır. Bizə, innovasiyanın yaradıcı prosesinin yeni məhsulu kimi, yəni istifadəsi onu istifadə edənlərdən stereotip olan bacarıqlarını dəyişməyi tələb edən nəticəsi kimi olan tərfi daha yaxındır. Bazar iqtisadiyyatında innovasiyaların ən vacib xüsusiyyəti istehlakçı xüsusiyyətlərinin yeniliyidir. Texniki yenilik isə ikinci plandadır.

Bir çox müəlliflər “yenilik” və “innovasiya” anlayışlarını fərqləndirməyə çalışır. Yenilik - fəaliyyətin hər hansı sahədə (kəşflər, ixtiralar, konsepsiyalar, prinsiplər) əsas tətbiq olunan tədqiqat, inkişaf və ya eksperimental işin yekun nəticəsidir.

İnnovasiya – idarəetmə obyektinin dəyişilməsi və elmi texniki, iqtisadi, sosial, ekoloji və digər effektlərin alınması üçün istifadə olunan yeniliyin son nəticəsidir.

İndiyə qədər “innovasiya” anlayışının tərifinə birmənalı yanaşma yoxdur. İnnovasiyanın tərifinə olan müxtəlif yanaşmalara nəzər yetirək.

İnnovasiya sənayedə yeni növ istehlak malları, yeni istehsal və nəqliyyat vasitələri, bazarlar və təşkilat formalarını tətbiq və istifadə etmək üçün olan dəyişiklikdir (9, 89).

İnnovasiya — idarəetmə obyektinin dəyişilməsi və elmi texniki, iqtisadi, sosial, ekoloji və digər effektlərin alınması üçün istifadə olunan yeniliyin son nəticəsidir (6,110).

İnnovasiya — xüsusi sosial ehtiyacları təmin edən və bir sıra təsirə malik olan əsaslı şəkildə dəyişdirilmiş vasitələrin yaradılması və inkişafının yekun nəticəsidir (5,79).

İnnovasiya — intellektual fəaliyyətin ticariləşdirilməsinin son nəticəsidir.

İnnovasiyaların təsnif edilməsinə dair bəzi yanaşmaları gözdən keçirək. (8, 206)

1. İnnovasiyaların istifadə edildikləri sahəyə görə təsnifatı: — texnoloji (məhsulların və xidmətlərin istehsalı); — ekoloji (təmiz maşınlar, enerji resurslarının bərpası); — iqtisadi (iqtisadi proseslərin idarə edilməsi); - sosial-siyasi (sosial hərəkətlər, siyasi partiyalar, səhiyyə və s.); — dövlət-hüquqi (dövlət hakimiyyəti, qanunvericilik, dövlətlərarası qurumlar); — cəmiyyətin mənəvi sahəsi (sənət, elm, etika, din, təhsil); — hərbi və hüquq-mühafizə sahəsi (silahlı qüvvələrin strukturu, hərbi əməliyyatların aparılması və qanunun nizam-inizamın təmin edilməsi).

2. İnnovasiyaların yenilik baxımından təsnifatı. Yenilik baxımından innovasiyalar əsasən birinci və ikinci səviyyəyə bölünür. Birinci səviyyəyə görə innovasiyaların yaradılması üçün

əsas olan tədqiqat və inkişafdır. İkinci səviyyəyə görə yeniliklər müəssisə üçün yenilikdir, lakin ümumilikdə bazar üçün yeni deyildir.

3. Davranış səbəbləri ilə əlaqədar innovasiyalar. Bu halda, innovasiyaları qruplaşdıran amil müəssisənin xarici mühitdə olan dəyişikliklərə qarşı reaksiyasıdır, yəni xarici mühitdəki dəyişiklikləri idarəetməsi (strateji innovasiyalar), və ya xarici mühitin dəyişikliklərinə uyğunlaşmasıdır (adaptasiya innovasiyaları).

4. Obyekt innovasiyaları. Bu yanaşma innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün müəyyən bir sahəni müəyyənləşdirir: qida; marketinq; idarəetmə; texnoloji.

Ədəbiyyatda innovasiya və innovativ proseslərin bir çox təsnifatı vardır, və onların hər biri xüsusi diqqətə layiqdir. Bu, təşkilatın fəaliyyətində innovasiyaların idarəçilikdə çox geniş əhatə dairəsini və böyük əhəmiyyətini bir daha vurğulayır.

Innovasiya prosesi — elmi biliklərin innovasiyaya çevrilmə prosesidir. İnnovasiya prosesinin mərhələləri fundamental, tətbiqi tədqiqatlar, eksperimental inkişaf, istehsal dizaynı, yeni məhsulların dizaynı, yeni texnologiyaların inkişafı, məhsul (xidmət) istehsal prosesləri, məhsulun satış prosesinin təkmilləşdirilməsidir. Bu zaman, innovasiya bazar iqtisadiyyatında istehsal və kommersiya problemlərini həll etmək üçün istifadə edilən vasitə rolunu oynayır və innovasiya prosesi nəzəri biliklərə yeni məlumatlar əsasında yaradılmış malların istifadə müddətində yiyələnməkdən ibarət olan ardıcıl işlər kompleksidir.

İnnovasiya prosesi tətbiqi ilə (bazarda yeni məhsulun, xidmətin yaranması) bitmir, tətbiqdən sonra dayanmır, çünki yayıldıqca yenilik inkişaf edir, yeni istehlakçı xüsusiyyətlərini əldə edir. Bu zaman, “innovativ dövr” anlayışı yaranır, o, istehlakçı ilə yeni bir məhsulun, xidmətin, metodun, texnologiyanın və yeniliklərin elmi komponentlərinin arasında rəyin/əlaqənin formalaşdırılmasını nəzərdə tutur.

İnkişaf üçün iki variant vardır: monoton və innovativ. Dəyişikliklərin innovativ yolu prosesin bəzi elementlərinin əvəz edilməsidir: məqsədlərin, üsulların, prinsiplərin, bu zaman isə, monoton variant konservativ, stabildir.

Eyni zamanda, innovativ inkişafı həyata keçirilmiş yeniliklərin zənciri kimi alqılanır. O, dar sahəni deyil, marketinq, idarəetmə, kadr hazırlığı, maliyyə, satış və s. kimi sahələri də əhatə edəndə daha uğurlu olur. Beləliklə, innovativ inkişaf kompleks şəkildə, yəni hərtərəfli olmalıdır. Hər bir innovativ inkişaf yalnız əsas innovativ proses deyildir, eyni zamanda da, onun həyata keçirilməsi üçün lazım olan amillərin və şərtlər sisteminin, yəni innovativ potensialın inkişafıdır (4, 55). İnnovativ potensial maliyyə, iqtisadiyyat və intellektual resursları, hüquqi, idarəetmə, təşkilat, maddi texniki, sosial və informativ amillərdən ibarətdir və onlar iqtisadi sistemin innovativ fəaliyyətə hazırlıq dərəcəsini təyin edir.

İnnovasiya prosesinin iki əsas komponenti: yenilikçi layihələrin həyata keçirilməsi və innovativ potensialın inkişafıdır. İnnovasiya prosesinin komponentlərə ayrılmasına bu cür yanaşmanın yetərincə qiymətləndirilməməsi innovativ potensialın xüsusiyyətləri kimi elmi – texniki, sənaye – texniki, kadr və ya digər komponentləri ilə bağlı göstəricilər hesab edilir. Belə hallarda müəssisənin faktiki innovativ potensialı təcrid olunmur, ölçülmür və nəticə etibarlı ilə məqsəduyğun olaraq inkişaf etmir. Beləliklə nəticədə — yeni rəqabətqabiliyyətli malların və xidmətlərin artması əldə edilmir.

İnnovativ potensial müəssisənin ümumi potensialının və təşkilatın digər elementləri ilə yanaşı – istehsal – texnoloji, maddi – iqtisadi, kadr potensialları və s. bir elementdir, bütün potensialın mərkəzidir və onu təşkil edən bütün hissələrə daxil olur. Əlbəttə ki, ümumi potensialın hissələri arasında daha kompleks dialektik əlaqələr var, amma bir şey şübhəsizdir: innovativ potensial istehsal dövrünün yekun hissəsinə və son nəticəyə əhəmiyyətli dərəcədə

təsir edən real effektivliyi müəyyən edir.

İnnovativ inkişafın stimullaşdırılmasının əsas yönünün fondların və ilk növbədə maşın alətlərinin parkının yenilənməsi haqda olan fikir geniş yayılmışdır. Buna qarşı etiraz etmək çətindir. Lakin, təşkilatın istehsal – texnoloji imkanlarını gücləndirərək və onun digər hissələrinə eyni dərəcədə toxunulmasa, maliyyə vəsaitlərin dayandırılmasına gətirib çıxarır (4, 59).

Tədqiq edilən obyektin müxtəlif növlərini daha detallı şəkildə təsnifləşdirərək xarakterizə etmək mümkündür (2, 91). Bir çox müəlliflər aşkar (real, statistik) və gizli (mümkün, dinamik) innovativ potensialları ayırırlar. Bu vəziyyətdə, birincisi sistemin müəyyən bir müddətdə və müəyyən bir vəziyyətdə olan resurslarını və istifadə üsullarını birbaşa təsvir edir. İkincisi isə resurslar, yəni, mövcud imkanlar yaradılan gizli perspektivi

İnnovativ potensialı bu üç növə də bölmək vacibdir: istifadə edilən, istifadə edilməyən və arzuolunan. İnnovativ potensialın birinci növü – sistem tərəfindən məqsədlərə çatmaq üçün faktiki olaraq istifadə ediləndir. İkinci – gizli və yaxud aşkar formada mövcuddur, ancaq xüsusi (obyektiv və yaxud subyektiv) səbəblərə görə rəqabət üstünlüklərin siyahısına, yəni ehtiyat adlandırılan daxil edilməmişdir. Üçüncü – potensial, hansının ki vurğulanan xüsusiyyətlərə nəzərən tərkibi və səviyyəsi optimaldır, yəni idealdır.

Göstərilən növlərlə yanaşı fəaliyyət göstərə bilən və fəaliyyət göstərə bilməyən innovativ potensialları da vurğulamaq məqsədəuyğundur. Fəaliyyət göstərə bilən – hər zaman və xüsusi şəraitlərdə məqsədə çatmaq üçün və yaranmış məsələləri həll etmək üçün aktiv edilə bilər. Bir sıra obyektiv və subyektiv amillərə əsasən sistemin var olma proseslərinə qoşula bilməyən potensial isə ikinci növə aiddir.

Öz növbəsində, innovativ potensialı iki növə bölmək olar – insanyönlü və texnikayönlü. Birinci növ – obyektin(sistemin) potensialı, və onun strukturunda əsas rol, fərqli məsələlərin həlli zamanı prioritetdə olan, insan kapitalına aiddir. Bu növ, adətən, bazara çıxan yeni təşkilatlara aiddir. Bazarda yerləşməyi özlərinə əsas məqsəd kimi qoyaraq, onlar şəxsiyyətin bacarıqlarını (liderin, kadr personalını) maksimal dərəcədə aktivləşdirir və, bu zaman, məsələlərin həllinə yaradıcı yanaşırlar və idarəetmənin “demokratik” üsullarını istifadə edirlər. Öz növbəsində, ikinci tip – texnikayönlü innovativ potensial – obyektin (sistemin) potensialıdır, əsas rəqabət üstünlüyü əşyalandırılmış resursların (informasiya, dəyişdirilmiş və maddiləşdirilmiş) tərkibinə daxil olduğu maddi – texniki hissəsinin üstünlüyüdür. Bu növ, adətən, bazarın böyük təcrübəyə malik olan, “yaşlı” təşkilatlarına xasdır.

Relevant innovativ potensial – imkanları arzuolunan məqsədlərə çatmağa yetəcək potensialdır. Relevant olmayan isə — keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri qoyulan məqsədə uyğun olmayan potensialdır.

Müxtəlif müəlliflər mütləq potensialı (faktiki əldə olan resurslar innovativ funksiyaya həyata keçirməyə imkan verən), nisbi (əldə olan resursların səmərəli istifadəsini xarakterizə edən), maksimal real (əlavə xərclər hesabına maksimal innovativ məhsul demək olar ki, artmır, onun artımının xərcləri isə kəskin artır), effektiv (müvafiq təkliflər zamanı innovativ fəaliyyətin sərhəddə olan gəliri marginal xərclərə bərabərdir), optimal (innovativ fəaliyyətə minimal xərclərlə nail olunur) və s.(2, 93).

Geniş mənada yeniliklər, innovativ menecmentin predmeti, idarə edilən inkişafın formasıdır. Məqsədyönlü olmayan bir çox dəyişikliklər özbaşına yaranır, — o zaman, onlar innovasiya sayılmırlar.

İdarəetmənin əsas məqsədi – istehsalın, elmi-texniki inkişafın, planlaşdırılmış innovasiyaların intensivləndirilməsidir. Yəni, istehsalatın nəticələri ona edilən xərclərdən

daha tez böyüməlidir. Bu zaman “İntensiv” yeniliklər anlayışı yaranır. Onlara aiddir:

— Eyni yeniliyin bir və daha çox məqsədlərə çatmasına hesablanan çoxməqsədli yeniliklər;

— Radikal, əsas yeniliklər, hansılar ki fərdi inkişafın köhnə bazanı yeni şəraitlərə uyğunlaşdırma bilməyində istifadə edilir;

Yeniliyin həyata keçirilmə prosesi də intensivləşdirilməlidir. Burada iki yolu qeyd etmək olar:

— innovativ proseslərin tezləşdirilməsi, yəni yeniliklərin həyat dövrlərinin qısaldılması; mərhələdən mərhələyə keçməsi, ilkin mərhələlərin uzunluğu (dizayn, planlaşdırılma) və son mərhələlər (yeniliyin istifadəsi, yeniliyin köhnəlməsi) üçün optimal vaxtın təyin edilməsi;

— yeniliyin potensialının maksimal reallaşdırılması.

İnnovasiyaların qaydaları və dəyişiklikləri aşağıda qeyd edilir:

— Vəziyyətin kəskin gözlənilməz dəyişilməsi: kiminsə gözlənilməyən uğuru və ya əksinə uğursuzluğu və ya xaricdən gələn impuls, və ona reaksiya olaraq innovasiyanın yaranması.

— Uyğunsuzluğun aşkar olunması:

a) həyatın bəzi reallıqları arasındakı,

b) reallığın və insanların gözləntilərin arasındakı,

c) dəyişən dəyərlərin və istehlakçıların gözləntilərinin arasındakı,

d) bir prosesin ritmi, məntiqi zamanı.

— İstehsal və ya istehlak prosesinin bəzi dəyişən ehtiyacları.

— bazar hissələrinin və ya istehsal strukturunda olan dəyişikliklər.

— əhalinin strukturunda olan dəyişikliklər.

— ictimai şüurda olan (fikirlər, əhvallar) dəyişikliklər.

— yeni bilik (kəşf, ixtira, rəşionalizasiya), öz özlüyündə deyil, yeniliyin impulsu şəklində olan (1, 62).

Monitoring zamanı biznes mühitində innovativ imkanları vurğulamaq gərəkdir. İnkişafın idarə edilməsinin 5 əsas prinsipi vardır:

1. Sistemətiklik. Sistemətik yeniliklər innovasiya imkanların təhlilinin nəticəsidir.

2. Tələbat. Yeniliklər gözləntilərə və potensial istehlakçıların verdişlərinə uyğun olmalıdır.

3. Fokus. Yeniliklər müəyyən bir ehtiyac və son nəticəyə yönəldilməlidir. Sadə və yönləndirilmiş yeniliklər ən səmərəlidir. Nə qədər ki, yenilik mürəkkəbdir, onun həyata keçirilməsi daha çox risk daşıyır.

4. Məqsəduyğunluq. Yeniliklər strategiyaya, texnoloji imkanlara, resurs potensialına uyğun olmalıdır.

5. Təşkilati təhlükəsizlik. Şirkətin təşkilati strukturu yenilikçi siyasətinə və bazarda dəyişikliklərə uyğun olmalıdır.

Yeniliklər müəssisənin bazarda mövqeyinin uzunmüddətli qorunub saxlanmasına və güclənməsinə səbəb olur. Bununla yanaşı, innovativ fikirlər və təkliflər tez-tez bürokratiya və konservativlikdə boğulur. Nəticədə, bir çox təşkilatın işçilərinin yaradıcı ideyalarından yararlanmadığı bir vəziyyət vardır.

Məqalənin aktuallığı. Məqalədə vurğulanan məsələlər aktuallığı ilə diqqət çəkir, araşdırılması əhəmiyyət kəsb edir.

Məqalənin elmi yeniliyi. Məqalədə toxunulmuş problem praktik əhəmiyyətə malik olduğu kimi elmi cəhətdən də əsaslandırılıb.

Məqalənin praktik əhəmiyyəti və tətbiqi. Məqalədən məktəb direktorları, tələbələr,

magistrantlar, doktorantlar, ümumiyyətlə bu problemlə maraqlanan hər kəs bəhrələnmə bilər.

Ədəbiyyat

1. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship. N.Y., 1985.
2. Кравченко С.И., Кладченко И.С. Исследование сущности инновационного потенциала//Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 68. Донецк, Дон-НТУ, 2003.
3. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука та наукознавство, 2001, №2
4. Соколов Д. В., Титов А. Б., Шабанова М. М. Предпосылки анализа и формирования инновационной политики. СПб.: ГУЭФ, 1997.
5. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2002.
6. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: учебник. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 2008.
7. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2005.
8. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

З. Алиева

Значение инновационного управления педагогическим составом

Резюме

Инновационный процесс — это процесс превращения научных знаний в инновации. Научный подход к управлению предполагает управленческие решения как целостный процесс. Его содержание позволяет изучить проблему. Изменение представлений об инновационных проблемах в современных условиях обеспечило развитие ситуационного подхода к инновационному управлению. Эти и другие вопросы освещены в данной статье.

Z. Aliyeva

The essence of the innovative managerial work of pedagogical staff

Summary

The innovation is a process of transformation of scientific knowledge into the innovation. Being the basis of management the scientific approach considers management decisions as a complete process. Its content allows studying the raised problem. Changing ideas about innovation issues in modern conditions has led to the development of a situational approach to innovative management. These issues have been clarified in this article.

Redaksiyaya daxil olub: 25.09.2019