

İQTİSAD ELMLƏRİ

UOT:33.

BİZNES FƏALİYYƏTİNİN DAYANQLI İNKİŞAFINDA İNNOVASIYALARIN ROLU

Bağirova Aytəkin Məhərrəm qızı, Şirinova Səkinə Fəxrəddin qızı
Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti
Sabo.1194@mail.ru

Xülasə: *Müasir dünyada biznes subyektləri gərgin rəqabət mühitində güclü qalmaq üçün innovasiyalara uyğunlaşmağa çalışırlar. Bazar şərtlərinin öhdəsindən gəlmək üçün innovativ yenilikləri tətbiq etmək müəssisələr üçün prioritet məsələlərdən birini təşkil edir. Müəssisələr innovativ işlər həyata keçirərkən, maraqlı tərəflər arasında öz nüfuzlarını qorumağa da diqqət yetirirlər. İnnovasiyanın biznes sferasına iqtisadi inkişafının mühüm aspektlərindən biri kimi müəyyən edilməsi dövlətimizin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasətin miqyasını da əks etdirir. Biznesə yönəldilən investisiyaların onların inkişafına müsbət təsir etməklə yanaşı iqtisadi artıma da müəyyən töhfələr verir. Bu tədqiqatın məqsədi müəssisələrdə həyata keçirilən innovasiya fəaliyyətlərinin onların korporativ reputasiyasına təsirini araşdırmaqdır.*

Açar sözlər: rəqabət, investisiya, innovasiya, informasiya, texnologiya

Ключевые слова: конкуренция, инвестиции, инновации, информация, технологии

Keywords: competition, investment, innovation, information, technology

Giriş:

Bəşər tarixi boyu daim yeniliklər içində olan dünya böyük tərəqqiyə nail olmuşdur. Bu yeniliklər ictimai quruluş baxımından səmərəli dəyişikliklərə səbəb olmaqla geniş miqyaslı dəyişikliklərə zəmin yaratmışdır. Bu dəyişikliklər bəzən barıtın ixtirası kimi bəşəriyyət üçün böyük dağıntılara səbəb olsa da, təkərin ixtirası ilə insan həyatını xeyli asanlaşmasında töhfə vermişdir. Bu yeniliklər ictimai həyatla yanaşı biznes mühitində sirayət etmişdir. Müasir dövrdə innovasiya amili iş həyatında kütləvi istehsal, gərgin iş şəraiti, idarəetmə üslubunda dəyişikliklər, təşkilati formalar yenilənməsi ilə bu konsepsiyanın tətbiqini şərtləndirir. Müasir informasiya əsrində bu cür yeniliklər müəssisələrdə rəqabət amilindən birinə çevrilir. Qloballaşma prosesinin daha çox hiss olunduğu indiki vaxtda bizneslər üçün rəqabət mühitini innovasiyasız təsəvvür etmək mümkün deyil.

Müəssisələr innovasiyanın bir hissəsinə çevrilmiş və qeyri-maddi dəyərlər arasında ən mühüm anlayışlardan biri olan korporativ reputasiyalarında baş verən dəyişiklikləri izləməyə başlamışlar. Hazırki dövrdə biznes subyektləri bu istiqamətdə qərarlar qəbul etmiş, mövcud resurslara uyğun olaraq daha keyfiyyətli məhsul və xidmətlər istehsal etmiş, satışdan əvvəl və satışdan sonrakı xidmətləri mövcud şərtlərə uyğunlaşdırmışlar. Müasir biznesdə innovasiyaların və korporativ reputasiyanın həyati əhəmiyyətini dərk edən biznes sahibləri və menecerlər bazar şəraitində rəqabətə davamlı olmağa çalışırlar. Rəqabət üstünlüyü təmin edəcək daimi strategiyalar hazırlamaq istəyən müəssisələr təkcə innovasiya imkanlarını təkmilləşdirmək üçün deyil, həm də təşkilatlarına innovasiya yönümlü təşkilati mədəniyyəti yerləşdirmək üçün səy göstərmişlər.

Ölkəmizdə innovasiya anlayışı ümumiyyətlə “texnologiyada yeniliklər” kimi qəbul edilir. Ümumiyyətlə, yeni texnoloji məhsulun inkişafında innovasiyanın rolu böyükdür. Bununla belə, innovasiyanın yalnız yeniliyi izah etmək üçün istifadə olunması qeyri-adekvat ola bilər. Bu anlayış son illərdə həyatımızda daha tez-tez istifadə olunmağa başlayıb, media və sosial media vasitəsilə geniş yayılıb. Bu səbəbdən dövlət qurumları tərəfindən innovasiyanın təşviqi və özəl sektorda innovasiya işinin dəstəklənməsi üçün müxtəlif addımlar atılmışdır[1, səh. 24].

Sürətli və ani dəyişiklikləri bir həqiqəti ortaya qoyur ki, müəssisələr inovativ tentensiyalarla ayaqlaşa bilməsələr, rəqabət imkanlarından uzaqlaşa bilərlər. Bu halda belə qənaətə gəlinir ki, innovasiya biznes və dövlət qurumlarının iqtisadi dinamizminin mənbəyidir. İnnovasiya təkcə texnoloji yenilikləri deyil, həm də insan həyatını asanlaşdıran bütün növ kommersiyalaşdırılmış yenilikləri və inkişafı əhatə edir [3,səh 24]. Buna görə də müəssisələr son illərdə innovasiya səylərini artırırırlar. Bu maraq ondan irəli gəlir ki, innovasiyalar gələcəkdə biznesə rəqabət üstünlüyü təmin etmək üçün ən mühüm diferensiasiya strategiyası kimi görünür. Müəssisələr rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün innovasiyalardan istifadəyə daha çox səy göstərməlidirlər. Daim dəyişən istehlakçı tələbatları və nəticədə innovativ məhsul və xidmətlər təklif edən rəqiblər müəssisələri rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün innovasiyalara sövq edir. Müəssisələr başa düşürlər ki, innovasiyalar olmadan rəqabətqabiliyyətli olmaq çətindir. Bu kontekstdə yüksək innovasiya qabiliyyətinə malik sahibkarlar rəqabətli dünyada bir addım öndə olmaq şansı əldə edirlər.

Müəssisələrin yerli, milli və qlobal səviyyədə dəyişikliklərə uyğunlaşmalı olması, ətraf mühitin təklif etdiyi imkanları qiymətləndirməli və xarici mühitin yaratdığı təhlükələri aradan qaldırmalı olması onları fəaliyyətlərini yenidən qurmağa vadar edir. Bu kontekstdə qlobal dəyişikliklərdə və rəqabət mühitində sabit struktura malik müəssisələrin yaşaması bu müəssisələrin fəaliyyətlərində strateji innovativ yanaşmasından və ətraf mühitin yaratdığı imkan və təhdidlərə müəyyən üsullarla reaksiya vermə sürətindən asılı görünür. . Beləliklə, bizneslərin ətraf mühitin təzyiqi ilə üzləşdiyi şəraitdə öz fəaliyyətlərində göstərəcəkləri strateji yanaşmalar onlara innovasiya yönümlü təşkilatlara çevrilməyə imkan verir. Müəssisələr keyfiyyətli məhsul və xidmətlərlə yüksək müştəri məmnuniyyətini təmin etmək üçün çalışaraq getdikcə artan rəqabət şəraitində uğur əldə etməyi hədəfləyirlər. Bunun üçün onlara yeni texnologiyalar lazımdır. Texnologiya təkcə müəssisələrin deyil, həm də ölkələrin uğur və rəqabət səviyyələrinə təsir göstərir. Bu səbəblə texnologiyanın ötürülməsi təşkilatlara bütöv şəkildə təsir edən bir əhəmiyyət kəsb edir.

Qlobal ekoloji şəraitdə və iqtisadi böhranlarda baş verən dəyişiklikləri rəqabət üstünlüklərinə çevirmək məhsulun inkişaf etdirilməsi üzrə üstün göstəricilərə malik olan müəssisələr üçün mühüm məsələyə çevrilmişdir. Məhsulun inkişaf göstəricilərini artırmaq üçün müəssisələrin kifayət qədər resursları olmalıdır [4,səh14]. İndiki vaxtda müəssisələr məhsul inkişaf göstəricilərini yaxşılaşdırmaq və müxtəlif resurslar əldə etmək üçün rəqabət aparırlar. Reputasiyanın qurulması prosesi qurumların etibarlılığının artırılmasında, müştərilər tərəfindən qəbul edilməsində və korporativ imicinin yaxşılaşdırılmasında mühüm rol oynamışdır. Korporativ reputasiyanın qurulması prosesinə təsir edən əsas amillər müştərilərin şikayətlərinin idarə edilməsi, innovasiyalar və öyrənmədir. Ədəbiyyatda innovasiya performans və reputasiya arasındakı əlaqəni araşdıran tədqiqatlar aşkar edilmişdir. Mövzu ilə bağlı seçilmiş bəzi araşdırmalar var.

Müəssisələrin innovasiya imkanlarının artırılması və üstünlük təşkil edən rəqabət mühitində seçilmək üçün mühüm alət olan innovasiya həm də korporativ reputasiyanın

yaradılması üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İnnovasiya müştərilərin tələblərinə cavab vermək üçün həllər, məhsul və xidmətlər təqdim etmək üçün yeni yollar axtararaq müəssisələrin reputasiyasını artırmışdır [2,səh 4].

Yeni texnologiyaların inkişafı biznes subyektlərinin strateji hədəflərinə çatmaq üçün vacib məsələlərdən hesab olunur. Müəssislərin strateji hədəfləri innovasiya meyilləri ilə sintez təşkil etdikdə yeni məhsulların işlənməsinə və bazara çıxarılmasına, istehsalatda yeni texnologiyaların mənimsənilməsinə gətirib çıxarır. Beləliklə, hazırda innovasiyalar biznesin perspektiv inkişaf istiqamətlərini təyin edir və müəssisənin bazar imkanlarının yüksəldilməsində mühüm rol oynayır. İqtisadi artım və tərəqqi amili kimi innovasiyalar rəqabət şəraitində biznes subyektlərinin öz funksional vəzifə deyil əsas strateji məqsədi olmalıdır.

Nəticə:

İnnovasiya amili son illər hər bir ölkədə, biznes subyektləri üçün rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsində ən təsirli elementlərdən hesab olunur. Bu gün sahibkarlıq və innovasiya anlayışın bir-birindən təcrid etmək qeyri-mümkündür. Bazar iqtisadiyyatında rəqabətin əsas meyarlarından birinə çevrilən innovasiyanın başlıca məqsədi əmək məhsuldarlığını artırmaq və sahibkarın mənfəət artımını təmin etməkdən ibarətdir. Yəni innovasiya, yalnız iqtisadi artım vasitəsi deyil deyil, eyni zamanda iqtisadi inkişafın dayanıqlılığını və sosial- iqtisadi standartların yüksək səviyyəsinin təmin olunması baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qeyd olunan məqamların spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq belə qənaətə gəlirik ki, müasir dövrdə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən hər bir biznes subyekti mövcud innovasiya tendensiylərinə qoşulmalı bu istiqamətdə mövcud olan gerilikləri aradan qaldırmaq üçün bütün imkanlarından maksimum səmərə ilə istifadə etməlidir.

Ədəbiyyat

1. A.B.Abbasovun ümumi redaktəsi ilə. Biznesin təşkili və idarə edilməsi.Dərslik. Bakı: - İqtisad Universiteti. Nəşriyyatı-2011- səh.561
- 2.A.H.Tağıyev İnnovasiya (3 saylı broşura). Bakı-Təknurl Nəşriyyatı- 2012. s.46
- 3.Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M. İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri. Bakı: Elm, 2009. S.231
- 4.Alegre, J., Chiva, R. ve Lapiedra, R. (2009) —Measuring Innovation in Long Product Development Cycle Industries: An insight in Biotechnology, Technology Analysis & Strategic Management

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

Ширинова Сакина Фахреддин, Багирова Айтекин Магеррам

Резюме

В современном мире субъекты предпринимательства стараются адаптироваться к инновациям, чтобы оставаться сильными в жесткой конкурентной среде. Применение инновационных инноваций для адаптации к рыночным условиям является одним из приоритетных вопросов для предприятий. Несмотря на то, что предприятия являются инновационными, они также сосредоточены на поддержании своей репутации среди заинтересованных сторон. Определение инноваций как одного из важных аспектов экономического развития в деловой сфере отражает масштаб экономической политики,

реализуемой нашим государством. Вклад этих инвестиций, направленных в бизнес, в экономический рост будет выше. Целью данного исследования является изучение влияния инновационной деятельности, осуществляемой на предприятиях, на их корпоративную репутацию.

THE ROLE OF INNOVATIONS IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BUSINESS ACTIVITY

Bagirova Aytekin Magerram, Shirinova Sakina Fakhreddin

Summary

In today's world, business entities try to adapt to innovations in order to stay strong in the intense competitive environment. Applying innovative innovations to cope with market conditions is one of the priority issues for enterprises. While businesses are innovative, they also focus on maintaining their reputation among stakeholders. Defining innovation as one of the important aspects of economic development in the business sphere reflects the scale of the economic policy implemented by our state. The contribution of these investments directed to business to economic growth will be higher. The purpose of this study is to investigate the impact of innovation activities carried out in enterprises on their corporate reputation.

Rəyçi: dosent Əlöysəd Əsgərov

Aqrobiznes, menecment və marketing kafedrasının 23 oktyabr 2024-cü il tarixli iclasın 02 sayılı protokolu

Daxil olduğu tarix 24 oktyabr 2024-cü il