

İNNOVASİYALI BİZNES MÜHİTİNİ FORMALAŞDIRAN AMİLLƏRİN XARAKTERİSTİKASI

Daxil olub: 24 sentyabr 2024-cü il
Qəbul olunub: 25 noyabr 2024-cü il

Received: 24 September 2024
Accepted: 25 November 2024

Nigar Gülmaliyeva
doktorant, Azərbaycan Kooperasiya
Universiteti
nigar.gulmaliyeva@gmail.com

Xülasə

XXI əsrin çağırışları innovasiyalı biznes mühitində kifayət qədər əhəmiyyətli dəyişikliklərə gətirib çıxarmışdır. Baş verən dəyişikliklərin araşdırılması məsələsi gündəmdədir. Tədqiqatın məqsədi innovasiyalı biznes mühitinin səciyyəvi cəhətlərinin aşkar edilməsi və mühityaradan amillərin təsirinin qiymətləndirilməsidir. Tədqiqatın metodikası tədqiqat prosesində müşahidə, müqayisəli təhlil, sintez və məntiqi ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilməsindən ibarətdir. Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti əldə olunmuş nəticələrin innovasiyalı biznes mühitinin müasir tələblərə uyğunlaşdırılmasında və onu formalaşdıran amillərin qiymətləndirilməsində istifadə edilə bilməsindədir. Tədqiqat nəticəsində müasir innovasiyalı biznes mühitinin mahiyyəti açıqlanmış, onu formalaşdıran amillərin xüsusiyyətləri müəyyən edilmişdir. Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi innovasiyalı biznes mühitinin müasir trendlərin təsiri altında əldə etdiyi yeni keyfiyyətlərin açıqlanması, həmin mühiti formalaşdıran amillərin tərkibində baş verən dəyişikliklərin müəyyən edilməsidir.

Açar sözlər: *innovasiya, amillər, biznes mühiti, model, təsnifat.*

CHARACTERIZATION OF THE FACTORS THAT SHAPE THE INNOVATIVE BUSINESS ENVIRONMENT

Nigar Gyulmalieva
Ph.d. candidate, Azerbaijan University of Cooperation
nigar.gulmaliyeva@gmail.com

Abstract

The challenges of the 21st century have led to significant changes in the innovative business environment. The issue of studying the changes that have occurred is on the agenda. The purpose of the study is to identify the features of the innovative business

environment and assess the impact of environmental factors. Research methodology - the research used the methods of observation, comparative analysis, synthesis and logical generalization. Applied significance of the study - the results obtained can be used to adapt the innovative business environment to modern requirements and to assess the factors that form it. Research results - the nature of the modern innovative business environment is explained, the characteristics of the factors that form it are determined. The originality and scientific novelty of the study lies in the disclosure of new qualities acquired by the innovative business environment under the influence of modern trends, and the definition of changes occurring in the composition of the factors that form this environment.

Keywords: *innovation, factors, business environment, model, classification.*

ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРОВ, ФОРМИРУЮЩИХ ИННОВАЦИОННУЮ БИЗНЕС-СРЕДУ

Нигяр Гюльмалиева
докторант, Азербайджанский университет кооперации
nigar.gulmaliyeva@gmail.com

Резюме

Вызовы XXI века привели к существенным изменениям в инновационной бизнес-среде. На повестке дня стоит вопрос изучения произошедших изменений. Цель исследования – выявить особенности инновационной бизнес-среды и оценить влияние факторов внешней среды. Методика исследования – в процессе исследования использовались методы наблюдения, сравнительного анализа, синтеза и логического обобщения. Прикладная значимость исследования – полученные результаты могут быть использованы при адаптации инновационной бизнес-среды к современным требованиям и при оценке факторов, ее формирующих. Результаты исследования - объяснена природа современной инновационной бизнес-среды, определены характеристики факторов, ее формирующих. Оригинальность и научная новизна исследования заключается в раскрытии новых качеств, приобретенных инновационной бизнес-средой под влиянием современных тенденций, и определении изменений, происходящих в составе факторов, формирующих эту среду.

Ключевые слова: *инновации, факторы, бизнес-среда, модель, классификация.*

Giriş

Biznes subyektlərinin uğurlu fəaliyyəti onları əhatə edən mühitdən bilavasitə asılıdır. Həmin mühitin mahiyyəti, müasir problemləri və əsas xarakteristikalarına münasibət fərqlidir. İnnovasiyalı biznes mühiti çoxsaylı və kifayət qədər fərqli amillərin təsiri altında formalaşır, biznesin uğuru fəaliyyət mühiti və onu şərtləndirən amillərin səciyyəvləndirilməsini tələb edir. Sivil bazar münasibətləri formalaşdıqca, o cümlədən iqtisadi azadlığın səviyyəsi yüksəldikcə biznes subyektinin fəaliyyət növləri və istiqamətlərinin seçimi imkanları genişlənir. Artan imkanlar fonunda innovasiyalı biznes mühitinin və onu formalaşdıran amillərin hərtərəfli xarakteristikası elmi-nəzəri və təcrübi araşdırmaların aparılmasını tələb edir.

Biznes mühitinin təşəkkülündə innovasiya amili

Günümüzdə biznes mühitinə işgüzar fəaliyyət üçün iqtisadi şərtlərin sistem əmələ gətirən mürəkkəb və dinamik məcmusu kimi baxılması məqsədəuyğundur. İnnovasiya amili həmin mühitin dinamizmini daha da artırır. Biznes mühitinin təşəkkülündə innovasiya amili aparıcı rola malikdirsə, başqa sözlə, innovasiyalı biznes fəaliyyəti üçün əlverişli şərait mövcuddursa, həmin mühiti innovasiyalı hesab etmək olar.

Biznesin daxili mühitində münasibətlərin xarakteristikası zamanı istifadə edilən göstəricilər, habelə innovativliyi şərtləndirən xarakteristikalar sistem əmələgətirmə qabiliyyətinə malik olmalıdır. Aşağıdakı mənbədə göstərildiyi kimi, “biznes mühitinin daxili hissəsi ilk növbədə müəssisənin fəaliyyətinə bilavasitə və davamlı surətdə təsir edən aşağıdakı göstəricilərlə xarakterizə oluna bilər: buraxılan məhsulların keyfiyyəti, istehsal proseslərinin təşkili, şirkətin maliyyəsi, istehsal strategiyası və s.” [1]. Eyni zamanda onu da qeyd etmək ki, daxili biznes mühitinin formalaşmasında keyfiyyəti tanıtmə (reklam), istehsalın təşkilinin təşkilatı və texnoloji inkişaf səviyyəsi, biznesin maliyyəyə çıxış vəziyyəti və s. kimi göstəricilər də az rol oynamır.

Məhsulların istehsalı və satışı prosesində müəssisə tərəfindən tənzimlənə bilən amillərin demək olar ki, hamısını biznesin daxili mühitinə aid etmək mümkündür. İstisnalar qismində olan amillərin seçim meyarı kimi, daxili biznes mühiti amillərinin qarşılıqlı bağlılığının aşağı səviyyəsi götürülə bilər. Həmin bağlılıq tənzimlənmə amillərin birində baş verən dəyişikliyin digər amillərdə dəyişikliklə müşayiət olunmasında ifadə olunur. İnnovasiya və integrasiya prosesləri daxili biznes mühiti amillərinin əhatə dairəsini genişləndirə və bir sıra hallarda sayını artırma bilər. Bu artım və genişlənmə prosesi davamlı olduğu təqdirdə daxili biznes mühitini şərtləndirən amillərin sayı artma bilər.

İnnovasiyalı biznes mühitini səviyyə əlamətinə görə makroiqtisadi (ümumi) və mikrosəviyyə (konkret) mühit kimi fərqləndirmək olar. Müvafiq makromühit amilləri, fəaliyyəti tədqiq olunan biznes subyektinin nəzarətində olmayan iqtisadi, hüquqi, texnoloji və digər amillərdir. Biznesin inkişafı prosesində aşağıdakı makromühit amillərinin təsirini nəzərə almaq tövsiyə olunur: “ölkə iqtisadiyyatının vəziyyəti; siyasi və hüquqi münasibətlər; iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin səmərəliliyi; elmi-texniki tərəqqinin səviyyəsi; sosial inkişaf səviyyəsi; mədəniyyətin vəziyyəti, cəmiyyətin mənəvi dəyərləri; həmkarlar ittifaqının və ictimai təşkilatların fəaliyyətinin səmərəliliyi; demoqrafik; təbii şərait, ekologiya; beynəlxalq vəziyyət; menecerlərin qarşısını ala bilmədiyi fəvqəladə hallar (fors-major)” [2, s.42].

Mikroiqtisadi mühit, konkret halda biznes subyekti ilə əhatə edilən mühitin bütün iştirakçılarının davranışları məcmusunda təzahür edir. Biznesin mikroiqtisadi mühitinə aşağıdakılar aid edilə bilər: “miüəssisənin məhsullarını alan müştərilər, istehsal fəaliyyətinin zəruri resurslarla təmin edilən təchizatçılar, eyni məhsulları və ya onların əvəzedicilərini təklif edən rəqiblər, biznes subyektinin maliyyələşmə üçün müraciət edə biləcəyi maliyyə qurumları, həmin subyektin öz işçilərini seçməli olduğu əlyetən insan kapitalının əhatə olunduğu əmək bazarı, səlahiyyətli orqanlar, fəaliyyətin həyata keçirildiyi sosial mühit” [3]. Biznesin daxili mikromühit elementlərinə qurumun fəaliyyətini şərtləndirən struktur, funksiyalar, səlahiyyətlər, onların bölgüsü, sosial-psixoloji iqlim, korporativ mədəniyyət və s. aid edilməlidir.

Biznesin xarici mühitinə xas olan cəhətlər qismində, onun dinamikliyi, mürəkkəbliyi, onun konkret biznes subyektinin maraqları baxımından idarə edilə bilməməsi, ətraf mühitlə qarşılıqlı əlaqəli olması qeyd edilməlidir. Həmin cəhətlər innovasiya amilinin əhəmiyyətli təsirinə məruz qala bilər. Biznes subyektinin daxili potensialından istifadə vəziyyəti onun xarici mühitlə əlaqələrinin xarakteri və səmərəliliyinə ciddi təsir göstərir. Başqa sözlə, müvafiq mənbələrdə göstərildiyi kimi “xarici mühit biznes subyektinin daxili potensialını lazımi səviyyədə saxlamaq üçün lazım olan resurslarla təmin edilən mənbədir. Müəssisə xarici mühitlə daimi mübadilə vəziyyətindədir və bununla da özünə yaşamaq imkanı yaradır. Lakin xarici mühitin resursları sonsuz deyil və ona eyni mühtdə olan bir çox digər təşkilatlar da iddia edir. Buna görə də, qurumun xarici mühtdən lazımi resursları əldə edə bilməyəcəyi ehtimalı həmişə mövcuddur. Bu, onun potensialını zəiflədə və biznes üçün bir çox mənfi nəticələrə səbəb ola bilər” [1, s.106]. Doğrudan da, biznes subyektinin resurs təminatının ahəngdarlığı onun inkişaf potensialının saxlanması və artırılmasında həlledici əhəmiyyətə malikdir.

Tədqiqatlarda və mütəxəssis rəylərində biznes mühitinin müxtəlif əlamətlər üzrə fərqləndirilməsinə rast gəlinir. Daha məqbul hesab etdiyimiz biznes mühitinin

adaptiv, vizioner, təşəkkül və klassik mühitlər kimi fərqləndirilməsidir.

Adaptiv biznes mühiti daim dəyişir və onun əsas xüsusiyyətlərinə iştirakçıların sayının çox olması, onların dəyişən mühitə uyğunlaşması, texnoloji inkişafın və iqtisadi artımın yüksək tempi, burada biznes subyektlərinin yaradıcı xarakterli fəaliyyətə üstünlük verməsi, risklərin yüksək ehtimalı aid edilir. Adaptiv biznes mühiti üçün bazar tələblərinin daim təshih olunması səciyyəvidir. Odur ki, bu mühitdə qərarların qəbul edilməsi sürəti və rəqəmsallaşma şəraitində kibercinayətkarlığın səviyyəsi və ona qarşı mübarizə xərcləri yüksək olur [4].

Vizioner (potensiallı) mühit digər biznes mühitlərinə nisbətən yeni ideyalara, texnologiyalara və trendlərə daha açıqdır. Bu mühitdə biznes subyektlər müştəri məmnunluğunu təmin etmək üçün kreativ yanaşmalara üstünlük verirlər. Bazarın müvafiq seqmentində baş verən dəyişikliklərin hər birinə adekvat texnoloji həllərlə cavab vermək istəyi, uzaqgörən qərarların işlənilib hazırlanması və qəbul edilməsi cəhdləri – haqqında danışılan mühitin səciyyəvi cəhətləri kimi qəbul edilə bilər. Vizioner biznes mühit, xüsusi hallarda mövcud potensialın reallaşdırılması məqsədi ilə qeyri-formal təşkilati struktura üstünlük verilməsini təşviq edir.

Formalaşmaqda olan biznes mühiti (təşəkkül mühiti), özlüyündə mərhələ olsa da, daim təşəkkül xarakteristikalarına malik mühit modeli kifayət qədər geniş yayıldığı üçün ayrıca olaraq nəzərdən keçirilir. Bu mühitdə dəyişikliklərin yüksək tezliyi, bəzi hallarda qeyri-müəyyənliyi xaos həddinə gətirib çıxara bilər. Qeyri-müəyyənlik normativ-hüquqi bazanın dəyişməsi sürətinin ümumiyyətlə dəyişikliklərdən, o cümlədən texnoloji yeniliklərdən geri qalması səbəbindən baş verməsi nadir hal deyildir. Belə vəziyyət biznes mühit iştirakçılarının görüşmələri üçün müxtəlif, o cümlədən virtual (rəqəmsal) platformaların yaradılmasına rəvac verir.

Klassik biznes mühiti üçün davamlı və orta artım, normativ-hüquqi bazada, təsərrüfatçılıq mexanizmində və texnologiyalarda sabillik xarakterikdir. Bu mühit üçün normal əks əlaqənin mövcudluğu şəraitində iş tapşırıqlarının iyerarxik struktur üzrə yuxarıdan aşağıya ötürülməsi, sazlanmış biznes proseslərinin qurulması, öhdəliklərin bölmələr və fəaliyyətlər ilə ciddi bağlılığı, vəzifələrin icrasında və cari proseslərin idarə edilməsində yüksək səmərəliliyə nail olmaq cəhdləri məqbul hesab edilir. Klassik biznes mühitinin çatışmayan cəhətlərinə adətən aşağıdakılar aid edilir: əməkdaşlığın və üfqi əlaqələrin inkişafının qeyri-qənaətbəxş vəziyyəti, mühafizəkarlıq, bürokratiya, təşkilat strukturun mürəkkəbliyi [5].

Biznes mühitinin əlverişliyi onun mühüm xarakteristikalarından biridir. Biznes mühitinin əlverişlilik dərəcəsinin nəzərə alınması çoxsaylı amilləri qiymətləndirməyi və müvafiq göstəriciləri hesablamağı tələb edir. Haqqında danışılan əlverişlilik, nəzəri baxımdan həmin mühitin dayanıqlığını, tədarük, loqistika, habelə risklərin

idarə edilməsi sisteminin etibarlılığını, biznes fəallığının stimullaşdırılması vəziyyətini əks etdirən inteqral göstərici kimi nəzərdə tutulur. Biznes mühitinin əlverişliyi biznes subyektlərinin uğurlu fəaliyyətində ifadə olunur [6].

Biznes mühitinin əlverişliyi indeksi müəyyən bir müddət ərzində biznes şəraitinin tənzimlənməsində ölkədə biznesin səmərəliliyinin mütləq səviyyəsini qiymətləndirməyə xidmət edir. 2005-ci ildən başlayaraq Doing Business göstəricisi ölkələr arasında müqayisəyə imkan verir. Belə ki, bu indeks hər bir ölkənin balları ilə ən yaxşı təcrübə arasındakı fərqi əks etdirir [7].

Biznes mühitinin təcrübi aspektdə qiymətləndirilməsi üçün, bir çox hallarda iki yanaşmaya üstünlük verilir: “birincisi, hakimiyyət orqanları tərəfindən yaradılmış institusional şəraitin məcmusunu xarakterizə edən dövlətdə və ayrı-ayrı regionlar səviyyəsində biznes mühitinin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi. İkincisi, biznes ictimaiyyəti tərəfindən institusional şəraitin subyektiv qavranılmasını nəzərdə tutan və biznesin hökumətə inamı, inkişaf perspektivləri ilə bağlı gözləntilər, ümumi məqsədlərə çatmaqda biznes strukturlarının birliyi kimi göstəriciləri özündə əks etdirən biznesin sosial rifahının qiymətləndirilməsi, biznesin sosial məsuliyyətinin inkişaf səviyyəsi və sosial sahəyə qoyulan investisiyaların həcmi nəzərə alınmalıdır” [8].

Müasir biznes mühitinin investisiya cəlbediciliyi onun mühüm xarakteristikası kimi diferensial yanaşma tələb edir. Məsələn, ondadır ki, mikro, kiçik və orta biznes (KOB) subyektləri üçün investisiya cəlbediciliyi ilə iri biznes təmsilçilərinin müvafiq xarakteristikaları ciddi surətdə fərqlənir. KOB subyektləri, xüsusilə mikro və kiçik biznes təmsilçilərinin investisiya cəlb etməsi imkanları məhduddur. Həmin məhdudiyyətlərin hamısını biznes mühitinin əlverişsizliyi ilə izah etmək düzgün olmazdı. Orta və xüsusilə iri biznes subyektlərinin investisiya fəallığı və biznes mühitinin investisiya cəlbediciliyi arasında bağlılığın daha sıx olması müşahidə edilir. Ümumilikdə innovasiyalı biznes mühitinin investisiya cəlbediciliyinin yüksəldilməsi baxımından aşağıdakı mövqe ilə razılaşmağı mümkün hesab edirik. “Biznes institutunun dəstəklənməsi və gələcək inkişafı üçün kapital bazarını formalaşdırmaq, özəl investorları fəallaşdırmaq və maliyyə savadlılığının səviyyəsini yüksəltmək zəruridir. Crowdfunding metodundan istifadə özəl biznesin strateji inkişafı üçün səmərəli mexanizmə çevriləcəyini və mikromaliyyə təşkilatlarının xidmətlərinə alternativ olacağını, eyni zamanda bütün iştirakçılar üçün məqbul gəlirliliyi təmin edəcəyi gözləniləndir” [9].

İnnovasiyalı biznesdə mühityaradan amillər

Biznesdə innovasiyaların mühityaratma qabiliyyəti və onu şərtləndirən amillərin səciyyələndirilməsi işgüzar fəaliyyət mühitinin dəyərləndirilməsi baxımından

aktual məsələdir. Davamlı olaraq dəyişən və bu prosesin get-gedə daha sürətlə baş verdiyi biznes mühitində innovasiyalı fəaliyyətə üstünlük verilən biznes subyektinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsində idarəetmənin səmərəliliyi amili daha böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Biznes mühitinin əlverişliyi qiymətləndirilərkən biznes subyektin innovasiyalara həssaslığı məsələsi nəzərdən keçirilməlidir. Bir sıra tədqiqatçılar və mütəxəssislər biznes mühitinin bir çox aspektlərini innovasiyalı fəaliyyət üçün maneə hesab edirlər. Bazara yeni məhsulla çıxan şirkətlər arasında aparılmış sorğunun nəticələrinə görə “onlar öz fəaliyyəti üçün biznes mühitinin bütün aspektlərini, innovativ olmayan şirkətlərlə müqayisədə daha ciddi maneələr kimi nəzərdən keçirirlər” [10]. Bu, əlbəttə ilkin təhlil mərhələsi üçün xarakterik yanaşmadır. Əslində, müraciət edilən mənbənin adından göründüyü kimi, biznes mühitə innovasiyaların hərəkət-verici qüvvələrindən biri kimi baxılır. Həmin qüvvəni reallaşdırmaq, biznes subyektinin inkişaf dinamikasını saxlamaq üçün biznes mühitində innovasiyalı fəaliyyət sahəsini genişləndirmək istiqamətində atdığı addımlar ətraflı təhlil edilməlidir.

Aşağıdakı mənbədə təqdim olunan belə bir mövqe ilə razılaşmaq olar ki, “biznes mühitinin innovasiya proseslərinə bilavasitə təsir göstərən tərkib hissələrinə aşağıdakılar daxildir: ideyalar bazarı, rəqabət bazarı, innovasiyalar, kapital bazarı, innovativ investisiyalar, innovasiya infrastrukturunun elementləri, inzibati sistem əməkdaşları” [8].

Biznes mühitinə münasibətdə, mənbələrin əksəriyyətində biznes subyektlərinin xarici mühiti əhəmiyyətli dəyişdirmək iqtidarında olmadığı qeyd olunur. Göstərilir ki, biznes subyekti daxili komponentləri kənar tələblərə və tədidlərə uyğunlaşdırmaq məcburiyyətində olur. Onu da qeyd edək ki, mövcud mənbələrdə biznes mühiti səciyyələndirilərkən, adətən institusional təminatın yeri və roluna lazımı qədər etina edilmir [11].

İnnovasiyalar biznes proseslərinə bilavasitə və dolaylı təsirə malikdir. Həmin təsir həm proseslərin xarakterində, həm də onların idarə edilməsi sistemində öz əksini tapır. Biznes mühitinin xarakteristikaları biznes proseslərinin optimallaşdırılmasının həm məqsəd funksiyasında, həm də əsas məhdudiyyət şərtlərində nəzərə alınmalıdır.

Biznes prosesi müştərinin dəyərli saydığı nəticələr əldə etmək, başqa sözlə, əlavə dəyər yaratmaq üçün müəssisədə informasiya və material axınlarını dəyişməyə yönəlmiş əməliyyatlar ardıcılığı kimi qəbul edilən prosesdir. Resurslar biznes prosesin ayrılmaz tərkib hissəsidir və müvafiq resursların təsnifatına yanaşmalar fərqlidir. Zənnimizcə, biznes prosesinin resurslarının aşağıdakı təsnifatını məqbul hesab etmək olar: “xammal ehtiyatları, pul vəsaitləri, əmlak, peşəkar bacarıqlar, kadrlar, biliklər, informasiya, innovasiyalar, texnologiyalar” [12, s.21]. Qeyd olunan təsnifata üstünlük verilməsinin

səbəblərinə onun təcrübi tələblərə cavab verməsi, mövcud informasiya bazasına uyğunluq və fəaliyyətdə olan uçot sisteminə yaxınlıq aid edilə bilər.

İnnovasiyalı biznes mühitini şərtləndirən amillər qismində informasiya amilinin mühüm rolu barədə müvafiq mənbələrdə kifayət qədər materiallara rast gəlinir. İnformasiyanın asimmetriyasına gəldikdə isə vəziyyət bir qədər fərqlidir. Xüsusilə biznes mühitinin təşəkkülü və inkişafı mərhələlərində informasiyanın asimmetriyası amilinin yeri və rolu az öyrənilmişdir. Aşağıdakı mənbədə göstəriləndiyi kimi informasiyanın asimmetriyası biznes subyektinin səmərəli fəaliyyəti yolunda ciddi maneə hesab edilir. Biznes subyektləri demək olar ki, hər addımda informasiya asimmetriyasının neqativ təsirlərinə məruz qalır [13].

İnnovasiyalı biznesdə B2B (biznes üçün biznes) və B2C (müşəri üçün biznes) modelləri arasında fərqləri aşağıdakı kimi səciyyələndirmək olar:

- B2B modelində informasiyanın asimmetriyası amilinin təsiri, B2C modelinə nisbətən daha zəifdir. Bunun səbəblərinə aşağıdakılar aiddir:

- B2C modelində sövdələşmə şansı var və biznes subyekti ilə müşəri arasında əlaqələr təkrarlanmaya bilər;

- B2B modelində B2C modelindən fərqli olaraq emosional məqamlar, demək olar ki, yoxdur;

- B2B-də rəqəmsal mühitin üstünlüklərindən yararlanma imkanı genişdir.

Onu da qeyd etmək ki, innovasiyalı biznes mühiti modelləri arasında fərqləndirmə əlamətlərində kəşmə halları arta bilər. Nümunə üçün deyək ki, elektron ticarətin arealının genişlənməsi topdan və pərakəndə ticarət arasında məkan və zaman fərqlərini, xeyli dərəcədə aradan qaldırır.

Biznes subyekti resurslardan innovasiyalı istifadənin texnoloji-iqtisadi məsələlərini həll edərkən, insan-maşın sisteminin müxtəlif komponentlərindən istifadə edir. Son illərdə əldə edilmiş təcrübənin ilkin araşdırılması belə deməyə müəyyən qədər əsas verir ki, proqramlı əsasda işləyən qurğular arasında əlaqələr biznes mühitinin əsas xarakteristikalarına bilavasitə təsir edir.

Həmin xarakteristikaların kəmiyyətcə qiymətləndirilərək, dinamikada səciyyələndirilməsi qurğu və avadanlıqlar arasında informasiya mübadiləsi sayəsində təmin edilməlidir. Hazırda bu baxımdan, ən perspektivli yanaşma Əşya-ların İnternetinin (İoT) imkanlarının reallaşdırılmasıdır. İnnovasiyalı biznes mühitində nəinki inkişaf etmiş ölkələrdə, hətta postsovet məkanı ölkələrində belə, investorların Əşyaların İnternetindən istifadə prosesinə artan diqqəti müşahidə edilir [14].

Yeri gəlmişkən qeyd etmək ki, müasir biznesin inkişafında mühüm rol oynayan əsas amillərdən biri rəqəmsallaşma proseslərinin intensivləşməsidir. Bu amil biznes mühitin əsas xarakteristikalarına ciddi surətdə təsir göstərir. Müvafiq mənbələrdə

göstərilədiyi kimi, rəqəmsallaşmanın biznes mühitinə təsiri aşağıdakı istiqamətlərdə baş verir: “biznesin təşkili və aparılması üsullarına, onun marketing strategiyalarına; biznesin resurslarla təminatına; rəqəmsal sferada xərclərə (bu təsir istehsal və tranzaksiya xərclərinin azalmasında ifadə olunur); şəbəkə və miqyas effektinə [15, s.39].

Biznes mühitinə çoxvektorlu təsirə malik olan rəqəmsallaşma biznes modeli seçiminə də təsirsiz qalmır. Aşağıdakı mənbədə göstərilədiyi kimi, “rəqəmsal texnologiyaların, xüsusilə əşyaların interneti texnologiyalarının geniş tətbiqi biznes modellərin aşağıdakı növlərinin inkişafını şərtləndirir: rəqəmsal platformalar; servis biznes modelləri. Bu modellər resurslara sahiblik əvəzinə resurslardan istifadəyə əsaslanır, əmtəələrin və xidmətlərin fərdiləşməsini nəzərdə tutur, məhsulu arzu edilən nəticə üçün zəruri həcmdə istehlak etməyə imkan verir” [16, s.99-100].

Son onilliklərdə biznes-injiniringin (biznes mühəndisliyi) inkişafı səviyyəsi biznes mühitini şərtləndirən mühüm amilə çevrilmişdir. Biznes subyektinin təşkilati strukturu və faktiki biznes proseslərin qurulması və idarə edilməsinin idarəetmə texnologiyası kimi biznes injiniringin rolu artır. Mütəxəssislərin (menecerlərin) fikrincə biznes proseslərinin əsaslı olaraq yenidən qurulmasını nəzərdə tutan reinjiniring biznes subyektinin inkişafında yeni trayektoriyaya və keyfiyyət səviyyəsinə çıxmağın kifayət qədər səmərəli vasitəsidir. Məhz reinjiniring optimallaşdırma və yenidən layihələndirmənin zəruriliyini əsaslandırmağa imkan verir.

Formalaşan innovasiyalı biznes mühitinin imkanlarından ölkəmizdə də yararlanmaq mümkündür. Belə ki, Azərbaycanda innovasiyalı biznesin təşəkkülü və təşviqində müsbət dinamika müşahidə olunur. Hesab edirik ki, innovasiyalı biznes mühiti xarakterizə olunarkən Azərbaycanda bu sahədə qanunvericiliklə və iqtisadi göstəricilərlə bağlı vəziyyətin dəyərləndirilməsi məqsədəuyğundur.

Azərbaycanda innovasiyalı biznes mühitini və biznes münasibətlərini tənzimləyən qanunvericilik bazası sürətlə formalaşır. Müvafiq normativ-hüquqi aktlara, ilk növbədə "Mikro, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu (Bakı şəhəri, 2 dekabr 2022-ci il № 661-VIQ), Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi (Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir) və Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər (Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir) aid edilir. Dövri mətbuatda Azərbaycanda 2023-cü ilin sonunda innovasiyalı fəaliyyət haqqında qanunun işlənilib hazırlandığı barədə məlumat yayılmışdır.

Azərbaycanda rəsmi statistikada və digər mənbələrdə innovasiyalı biznes fəaliyyətinin faktiki vəziyyətini əks etdirən göstəricilər məhdud tərkibdə və əsasən

sənaye fəaliyyəti üzrə təqdim olunur (Azərbaycanın sənayesi. Statistik məcmuə. Sənaye müəssisələrinin innovasiya fəaliyyəti bölməsi). Bundan başqa Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarlıq və Azərbaycanda rəqəmsal inkişaf adlı statistik məcmuələrdə innovasiyalı biznes fəaliyyətinə dair bəzi göstəricilər təqdim olunur. Müvafiq göstəricilər bazasının zənginləşməsi istiqamətində atılan addımlar, yaxın perspektivdə ölkədə innovasiyalı biznes mühitinin təşəkkül tapacağı barədə nikbinliyə əsas verir.

Nəticə

İnnovasiyalı biznes mühitinin xarakteristikası və onu formalaşdıran amillərin tədqiqi göstərir ki, innovasiya amilinin biznes mühitinə təsiri güclənməkdədir. Həmin təsir biznes mühiti növlərinin təsnifatında da özünü göstərir. Belə ki, innovasiyalı biznes mühiti modelləri arasında fərqləndirmə əlamətlərində kəsişmə hallarının artması müşahidə olunur. Biznesdə rəqəmsallaşma onun təşkili və aparılması üsullarına, bazar araşdırmaları strategiyalarına, resurs təminatına, xərclərə və s. təsir etməklə biznes mühitinin əsas xarakteristikalarında öz əksini tapır. İnnovasiyalı biznes mühitini şərtləndirən əsas amillərə informasiyanın asimmetriyası, biznes injininin inkişaf səviyyəsi və tətbiq arealı, rəqəmsal mühitin üstünlüklərinin reallaşdırılması səviyyəsi əlavə edilməlidir.

Ədəbiyyat

1. Моисеенко А.А. Внешняя и внутренняя среда бизнеса // Актуальные вопросы экономических наук. 2009. №6-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vneshnyaya-i-vnutrennyaya-sreda-biznesa>
2. Акимов О. Ю. Малый и средний бизнес. Эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития. М.: Финансы и статистика, 2011. 715 с., с.42
3. <https://ru.economy-pedia.com/11031923-business-environment>.
4. Zinchenko, Olha & Privarnikova, Irina & Samoilenko, Alla. (2022). Adaptive strategic management in a digital business environment. *Baltic Journal of Economic Studies*. 8. 78-85. 10.30525/2256-0742/2022-8-3-78-85
5. Navarro-Meneses, Francisco J. (2014). The Problem of the 'Environment' in the Theory of the Firm: Framing the Need for an Open Complex System Approach. *SSRN Electronic Journal*
6. Умнов В.А., Плюхина А.А. Условия развития и критерии успешности предприятий малого и среднего бизнеса // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2022. №3-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-razvitiya-i-kriterii-uspeshnosti-predpriyatiy-malogo-i-srednego-biznesa>
7. <https://archive.doingbusiness.org/ru/data/doing-business-score>
8. Астафьева О.В. Исследование влияния институциональных условий на инновационное развитие экономических систем // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. №44 (326). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vliyaniya-institutsionalnyh-usloviy-na-innovatsionnoe-razvitiye-ekonomicheskikh-sistem>.с.2-13
9. Богоутдинов Б.Б., Баранников А.Л. Инвестиционная привлекательность и стратегия развития субъектов предпринимательства // Экономическая политика. 2016. №6. URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-privlekatelnost-i-strategiya-razvitiya-subektov-predprinimatelstva>
10. Бизнес-среда как одна из движущих сил инновационной деятельности. <https://2014.tr-ebrd.com/ru/the-business-environment-as-a-driver-of-innovation/index.html>].
 11. Калинин В.А. Понятие бизнес-среды в теории активных систем. http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/98201/1/Kalinkovich_19.pdf
 12. Дрожжинов В.И. Реинжиниринг бизнес-процессов в компании // Ваш банк. Экономист. 2011. № 2, с. 20–22, s.21
 13. Плужникова И.И., Рябчук П.Г. Преодоление информационной асимметрии как средство повышения успешности предприятий малого и среднего бизнеса // АНИ: экономика и управление. 2017. №2 (19). URL: [https:// cyberleninka. ru/article/n/preodolenie-informatsionnoy-asimmetrii-kak-sredstvo-povysheniya-uspeshnosti-predpriyatiy-malogo-i-srednego-biznesa](https://cyberleninka.ru/article/n/preodolenie-informatsionnoy-asimmetrii-kak-sredstvo-povysheniya-uspeshnosti-predpriyatiy-malogo-i-srednego-biznesa)
 14. [https:// tass.ru/ekonomika/17100371](https://tass.ru/ekonomika/17100371)
 15. Сафрончук М.В. Влияние цифровой трансформации на бизнес и деловую среду. Цифровая экономика № 2 том 3, февраль 2018, s. 38 -44
 16. Balayev R.Ə. Rəqəmsal mühitdə iqtisadi münasibətlər: aqrar və urbanizasiya aspektləri. Bakı, “MSV NƏŞR”, 2022, 268 s.