

<https://doi.org/10.36719/2789-6919/42/83-87>

Əli Əliyev

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
magistrant

<https://orcid.org/0009-0000-4536-6944>
ali.aliyev.11.11.2002@gmail.com

Ticarət və iqtisadi obyektlərin inkişafı üçün innovativ modellər

Xülasə

Bildiyimiz kimi, müasir dövrdə inkişaf etməkdə olan bir sıra sahələr vardır ki, bunlardan da ən öndə olanı iqtisadiyyatdır. Bu sahədə innovativ üsulların tətbiqi və onların tətbiqi mexanizmi xüsusi aktualıq kəsb edir. Məqalədə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi üçün tətbiq edilən yeni yanaşmalar, texnoloji yeniliklər və bazar strukturunun modernləşdirilməsi ilə bağlı müasir tendensiya araşdırılır. İnnovativ modellərin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə, o cümlədən ticarət, sənaye və xidmət sektorlarına necə integrasiya olunduğu müzakirə olunur. Bundan əlavə, məqalədə innovasiya və rəqabət üstünlüyünün iqtisadi subyektlərin inkişafına necə təsir etdiyi, müasir ticarət strategiyalarının qlobal və yerli bazarlarda uğurlu tətbiqi üçün önəmli faktorlar qeyd edilir. Ticarət və iqtisadi obyektlərin davamlı inkişafı üçün bu modellərin tətbiqinin faydaları, həmçinin qarşılaşdığı çətinliklər və maneələr təhlil edilir. Ümumilikdə, məqalə ticarət və iqtisadi obyektlərin inkişafı üçün innovativ yanaşmaların əhəmiyyətini vurğulayan və bu sahədə gələcək tədqiqat və tətbiqlər üçün tövsiyələr təqdim edən bir araşdırma. Məqalədə bu aspektdən sistemli şəkildə təhlillər aparılmış, təklif və tövsiyələr qeyd edilmişdir.

Açar sözlər: *iqtisadiyyat, ticarət, model, innovasiya, tətbiq*

Ali Aliyev

Azerbaijan State University of Economics
graduate student

<https://orcid.org/0009-0000-4536-6944>
ali.aliyev.11.11.2002@gmail.com

Innovative Models for the Development of Commercial and Economic Facilities

Abstract

As we know, in the modern era, a number of areas are developing, the most significant of which is the economy. The application of innovative methods and mechanisms of their implementation acquires special relevance in this sphere. The article deals with new approaches to accelerating economic development, technological innovations, and modern trends related to the modernization of the market structure. It discusses how innovative models are integrated into various sectors of the economy, including trade, industry and the service sector. In addition, the article examines how innovations and competitive advantages affect the development of economic entities, as well as important factors in the successful implementation of modern trade strategies on global and local markets. The advantages of applying these models for the sustainable development of commercial and economic objects, as well as the problems and obstacles that arise in this case, are analyzed. The whole article is a study that emphasizes the importance of innovative approaches to the development of commercial and economic objects and gives recommendations for future studies and applications in this area. This aspect is systematically analyzed in the article and suggestions and recommendations are given.

Keywords: *economy, trade, model, innovation, application*

Giriş

Bildiyimiz kimi, innovasiya yönümlü iqtisadiyyatın əsası innovasiya potensialıdır. İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan bəzi dövlətlərdə innovasiya potensialı yüksək qiymətləndirilir, iqtisadi inkişafın mənbəyi qəbul edilir və milli sərvətlərin vacib tərkib hissəsi hesab edilir.

Məqalədə elmi araşdırmalar zamanı müəyyən etdik ki, müasir dünyada innovasiya proseslərinin və innovasiya fəaliyyətinin artan rolu onların nəzəri-metodoloji və tətbiqi aspektlərinin elmi əsaslanmasına yeni tələblər təqdim edir. Ticarət və iqtisadi obyektlərin inkişafı üçün innovativ modellər, müasir iqtisadiyyatın dinamik tələblərinə uyğun şəkildə rəqabət üstünlüyü yaratmaq və səmərəliliyi artırmaq məqsədilə tətbiq olunan yeni yanaşmalar və həllərdir. Bu modellər həm məhsul və xidmətlərin təklifini, həm də müəssisələrin işgüzar fəaliyyətlərini daha çevik, faydalı və müştəri məmnuniyyətinə yönəltməyə yönəlir. Məqalədə aşağıdakı əsas aspektlər müzakirə olunur: innovativ modellər iqtisadi artım faktoru kimi. Qloballaşma və sürətli texnoloji irəliləyiş şəraitində innovasiyalar ticarət-iqtisadi obyektlərin rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün vacib bir alətə çevrilir. Məqalədə müxtəlif növ innovasiyalar – texnoloji, təşkilati və idarəetmə innovasiyaları analiz edilir (Tidd, Bessant, 2018).

Tədqiqat

Yuxarıda qeyd olunanları ümumiləşdirsək deyə bilərik ki, innovasiya potensialı iqtisadi potensialın ən vacib tərkib hissəsidir, buna görə də əvvəl iqtisadi potensialın mahiyyətini izah etməyi məqsəduyğun hesab edirik. İqtisadi potensial dövlətin və ya onun regionlarının iqtisadi qüvvəsinin əsasıdır. Bununla əlaqədar olaraq onun mahiyyətinin, struktur və göstəricilərinin təyini zərurəti yalnız ölkə, region, sahələr miqyasında deyil, həmçinin, ayrıca müəssisə və birləşmədə də yaranır. Bu onların potensial imkanlarının daha dolğun açılması, həmçinin istifadə olunmamış istehsal ehtiyatlarının ölçüsünün müəyyən edilməsi üçün lazımdır. İnnovativ modellərin növləri. Tədqiqatın əsas mövzularından biri, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində tətbiq olunan innovativ modellər arasındakı fərqlərdir. Məsələn, ticarət sahəsində innovasiyalar yeni rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, proseslərin avtomatlaşdırılması və ya biznes modellərinin dəyişdirilməsi ilə əlaqəli ola bilər, əksinə, sənayedə istehsalat innovasiyalarına və logistikanın yaxşılaşdırılmasına daha çox diqqət yetirilir.

Məqalədə innovasiyaların tətbiqinin faydaları, məsələn, istehsalın artırılması, xərcin azaldılması və müştəri xidmətinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması ətraflı şəkildə müzakirə olunur. Lakin, həmçinin innovasiyaların tətbiqində qarşılaşılan çağırışlar da qeyd edilir, məsələn, yeni texnologiyaların tətbiqinin yüksək maliyyəti, işçilərin yenidən təlimi ehtiyacı və ənənəvi biznes proseslərində dəyişikliklərə qarşı müqavimət.

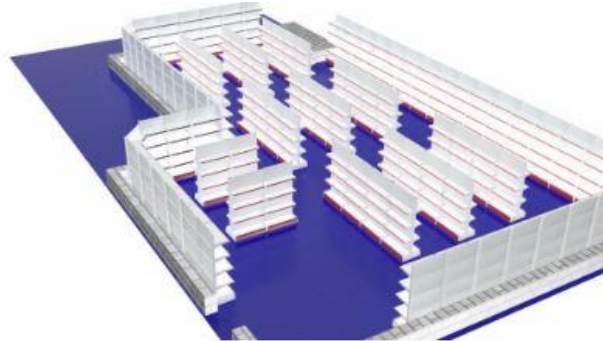
Məqalədə innovasiyaların şirkətlərin bazardakı mövqelərini gücləndirməyə, maliyyə göstəricilərini yaxşılaşdırmağa və davamlı rəqabət üstünlükləri yaratmağa necə töhfə verdiyi araşdırılır. Məqalədə həmçinin, dövlət və özəl investisiyaların innovasiya proseslərinin dəstəklənməsindəki rolu da müzakirə edilir.

İnnovativ modellərin gələcəyi. Məqalənin sonunda iqtisadi qeyri-sabitlik və dəyişikliklər şəraitində innovativ modellərin tətbiqinin perspektivləri müzakirə olunur. Müəllif, innovativ yanaşmaların uyğunlaşdırılmasında çevikliyin vacibliyini və texnoloji dəyişikliklərin ticarət və iqtisadi obyektlərin inkişafı üçün yeni imkanlar yaratmadakı rolunu vurğulayır. Beləliklə, məqalə innovativ modellərin müxtəlif aspektləri və onların müasir iqtisadiyyatda ticarət-iqtisadi obyektlərin uğurlu inkişafı üçün əhəmiyyəti haqqında geniş təhlil təqdim edir.

Tədqiqatçı A.Hüseynova göstərir ki, ticarət zalının planlaşdırılması prosesində xüsusi diqqət müştərilər tərəfindən ən çox ziyarət edilən zonanın formalaşdırılmasına və bir sıra digər aspektlərə yönəldilməlidir. Hər bir pərakəndə müəssisəsi özünəməxsus, fərdi bir üslub və imicə sahibdir. Bu mağaza imici bəzən müştərilər tərəfindən təsadüfi olaraq, onun xidmətlərindən uzun müddət istifadə etməklə yaranır. Lakin müəyyən mənada mağaza haqqında fikirlər rəhbərlik tərəfindən təşkilati tədbirlər və marketinq səyləri vasitəsilə də formalaşdırıla bilər. Mağazanın müştərilərin şüurunda formalaşan bütöv imicinin və onu müəyyən hərəkətlərə (alış-verişə) sövq edən əsas elementləri aşağıdakılardır (Hüseynova, 2014):

- Pərakəndə ticarət müəssisəsinin yerləşdiyi yer və onun müştərilər üçün əlçatanlığı;

- Əlavə xidmətlərin mövcudluğu və çeşidi (məsələn, rahat, yaxşı işıqlandırılmış və təhlükəsiz avtomobil dayanacağı);
- Bina fasadının memarlıq həlli;
- Rahat daxili planlaşdırma;
- Cazibədar interyer.



Şəkil-1

Ticarət sahələrinin formasına dair tələblər. Merçendayzinqin potensial istifadə imkanları əhəmiyyətli dərəcədə mağaza planlaşdırmasının rahatlığı və planlaşdırma tədbirlərinin mağaza üçün ən sərfəli məhsul qruplarını seçib uğurlu satış məqsədilə önə çıxarma qabiliyyətindən asılıdır. Mağazanın ticarət sahəsinin bölüşdürülməsi, müştərilərin mağaza ərazisində hərəkət marşrutunu böyük ölçüdə formalaşdırır. Ticarət zalının planlaşdırılması çox müxtəlif ola bilər və tez-tez pərakəndə ticarətçinin istəyindən və üstünlüklərindən asılı olmayaraq həyata keçirilir. İdeal halda, ticarət zalı yuvarlaq və ya kvadrat formada olmalıdır. Lakin təcrübə göstərir ki, satış üçün və müştəri xidmətləri üçün rahat və kifayət qədər uyğun olan forma, tərəflərin nisbəti 2:3 və ya 1:2 olan düzbucaqlı bir sahədir və ticarət zalının hündürlüyü 3,3 m olmalıdır. Daha “uzun” ticarət sahələri satışların effektivliyini azaldır və müştərilərin alış-veriş etmək motivasiyasını zəiflədir. Ümumi qəbul olunmuş bir həqiqət olaraq, ticarət zalının optimal formasının, onun perimetrinin sahəyə nisbətinin minimum dəyərə yaxınlaşması lazım olduğu qeyd olunur. Bu prinsipi pərakəndə ticarət müəssisəsinin layihələndirilməsi prosesində tətbiq etmək, daha sonra dövriyyə xərclərini azaltmağa, müştərilərin ticarət zalı üzrə hərəkətini sürətləndirməyə və alış-veriş zamanı psixoloji atmosferi yaxşılaşdırmağa imkan verəcəkdir (Prahalad, Ramaswamy, 2004).

D.J.Teece göstərir ki, mağazanın planlaşdırılmasının əsas prinsipi-ticarət zalının sahəsinin maksimum dərəcədə artırmaqdır. Məsələn, müasir mal ehtiyatlarının nəzarət və idarəetmə sistemlərindən istifadə etməklə və ya bəzi texnoloji əməliyyatları və işləri mağaza xaricinə çıxarmaqla bu sahə artırıla bilər. Eyni zamanda, aydındır ki, ticarət sahəsinin ölçüsünə məhsul çeşidinin genişliyi, məhsul vahidlərinin orta ölçüləri və malların düzülməsi üçün lazım olan ticarət mebelinin ölçüləri təsir göstərəcəkdir. Həmçinin, bir çox məhsulun təchizatında və satışında mövsümi dalğalanmaları qiymətləndirmək faydalıdır.



Şəkil-2

Ticarət zalının planlaşdırılmasının əsas vəzifəsi-müştərini bütün mağazadan keçirməyə, məhsulları nəzərdən keçirməyə və alış-veriş etməyə təşviq etməkdir. Merçendayzinin rolu isə ondan ibarətdir ki, mağazanın profilini, ölçülərini və yerləşməsinə nəzərə alaraq, ticarət zalının hansı texnoloji planlaşdırılmasını istifadə etməyin lazım olduğunu müəyyən edərsin. Mağazanın planlaşdırılması böyük ölçüdə ticarət zalındakı şöbələrin sayı və yerləşdirmə prinsipləri ilə müəyyən edilir. Şöbələrin ticarət sahəsində yerləşdirilməsi prosesində aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır (Helfat, Raubitschek, 2000).

Ticarət zalının planlaşdırılması zamanı nəzərə alınmalı amillər:

- Ticarət personalı üçün iş rahatlığı;
- Rentabellik;
- Oğurluqların qarşısının alınması imkanı;
- Müştərilərin ticarət zalında hərəkət etməsi və məhsulları nəzərdən keçirməsi zamanı rahatlıq;
- Məhsulun spesifik xüsusiyyətləri və xarici görünüşünün cazibədarlığı;
- Qəbul olunmuş ənənələr və s. (Schumpeter, 1942).

Ən çətin vəzifə-müştəriləri ticarət zalının küncələrinə cəlb etməkdir. Müştərilər həmişə küncələri düzəltməyə çalışır və yalnız orada xüsusi cəlbəedici məhsullar satılırsa, küncələrə girmirlər. Künc sahəsindən effektiv istifadə etməyin həllərindən biri, burada müştərinin dərhal görüb tanıyacağı kiçik şöbələrin yerləşdirilməsidir. Supermarketdə bunlar ola bilər: şərab bölməsi, delikateslər bölməsi, salat hazırlanması bölməsi, un məmulatlarının bişirilməsi sexi (bu sahələr müştərilər üçün cazibədar qoxular yayır). Tez-tez künc hissələrində davamlı tələbat olan məhsullar sərgilənir.

G.P.Pisano göstərir ki, "Ticarət-iqtisadi obyektlərin innovativ modellərinin inkişafı xüsusiyyətlərinin təhlili" mövzusunı daha dərinlən öyrənmək üçün aşağıdakı təkliflər və tədqiqat istiqamətləri nəzərdən keçirilə bilər. Rəqəmsal texnologiyaların ticarət-iqtisadi obyektlərin transformasiyasındakı rolu. Son illərdə rəqəmsallaşma biznesin aparılma üsullarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirib, xüsusilə ticarət və iqtisadiyyatda. Süni intellekt kimi texnologiyaların ticarət-iqtisadi obyektlərin inkişafında tətbiqinin təhlili innovativ modellərin formalaşması üçün əsas ola bilər.

1.Davranışlı və "yaşıl" texnologiyaların ticarət-iqtisadi obyektlərin inkişafına təsiri: Davamlı inkişaf və ekoloji innovasiyalar bir çox şirkətin strategiyasının vacib hissəsinə çevrilib. Ekoloji təmiz texnologiyaların tətbiqi, karbon izi azaldılması və istehsal proseslərinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədqiqatlar ticarət obyektlərinin rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün əsas istiqamət ola bilər.

2.İqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində innovativ biznes modellərinin təhlili: Sənaye sahəsindən asılı olaraq, innovativ modellər əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər. Məsələn, xidmətlər və pərakəndə ticarət sahəsində innovasiyalar yeni istehlakçı təcrübəsinin tətbiqini (məsələn, onlayn ticarət, şəxsi təkliflər) əhatə edə bilər, sənayedə isə istehsalatın avtomatlaşdırılması, robotlaşdırma və logistika sahəsində innovasiyalarla bağlı ola bilər.

3.Ticarət obyektlərinin inkişafı üçün innovativ modellərin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi: Dövlət siyasətinin və maliyyə alətlərinin innovasiyaların tətbiqini dəstəkləməkdəki rolunu araşdırmaq vacibdir. Bu, vergi güzəştləri, qrantlar, subsidiyalar və ya innovasiya mərkəzlərinin və klasterlərinin yaradılmasını əhatə edə bilər ki, bu da texnoloji irəliləyişi sürətləndirə bilər.

4.Ticarət-iqtisadi obyektlərdə innovasiyaların tətbiqi ilə bağlı risklər və maneələr: İnnovasiyaların tətbiqi yüksək ilkin sərmayələr, kadrların yenidən təlimi, əməkdaşlar və istehlakçılar tərəfindən dəyişikliklərə müqavimət kimi risklər və maneələrlə bağlıdır. Bu aspektlərin öyrənilməsi bu maneələrin aradan qaldırılması üçün effektiv strategiyaların müəyyən edilməsinə kömək edəcəkdir.

5.Qlobal tendensiyalar və ticarətdə innovativ modellər: müxtəlif ölkələrin müqayisəsi və təhlili: Müxtəlif ölkələrdə və bölgələrdə innovativ modellərin müqayisəli təhlili, ən yaxşı təcrübələri müəyyənləşdirməyə və onları yerli şəraitə uyğunlaşdırmağa kömək edə bilər. Bu, Avropa, Asiya və Şimali Amerikanın uğurlu nümunələrinin öyrənilməsinə əhatə edə bilər, burada innovasiyalar artıq aktiv şəkildə tətbiq edilir.

Nəticə

Nəticə olaraq qeyd etmək olar ki, innovativ modellər ticarət-iqtisadi obyektlərin inkişafında mühüm rol oynayır, onların bazar dəyişikliklərinə uyğunlaşmasına və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına kömək edir. Yeni texnologiyaların tətbiqi, biznes proseslərinin optimallaşdırılması və davamlı iş metodlarının istifadə edilməsi, artım və genişlənmə üçün yeni imkanlar açır.

Bununla belə, innovasiyaların uğurlu tətbiqi, hər bir sahənin spesifik xüsusiyyətlərini, eləcə də müəssisələrin qarşılaşa biləcəyi potensial riskləri və maneələri nəzərə alaraq modellərin seçilməsinə diqqətli yanaşma tələb edir. Bu yalnız texniki və maliyyə aspektlərini deyil, həm də kadr hazırlığı və korporativ mədəniyyətin dəyişdirilməsi ehtiyacını əhatə edir. İnnovasiyaların dövlət tərəfindən dəstəklənməsi və yeni texnologiyaların tətbiqi üçün əlverişli mühitin yaradılması vacibdir. Bu, ticarət-iqtisadi obyektlərin transformasiya prosesini sürətləndirəcək və onların qlobal iqtisadi dəyişikliklərə qarşı dayanıqlılığını artıracaqdır.

Gələcəkdə, qlobal tendensiyalar və sürətlə inkişaf edən texnoloji irəliləyişlər nəzərə alınmaqla, innovativ modellər inkişaf etməyə və transformasiya olmağa davam edəcək, biznes üçün yeni üfəqlər açacaqdır. Bu dəyişikliklər şirkətlərdən çevikliyi və zamanın çağırışlarına sürətli reaksiya vermək qabiliyyətini tələb edir ki, bu da onların uzunmüddətli uğuru və rifahı üçün vacib bir faktordur.

Ədəbiyyat

1. Huseynova, A. (2014). Methodology to evaluate the innovative capacity of business entities. *Наукowyй економічний журнал «Актуальні проблеми економіки»*, № 6 (156), с. 444-450.
2. Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Innovation and entrepreneurship: A practice-based guide*. Wiley.
3. Pisano, G.P. (2015). You need an innovation strategy. *Harvard Business Review*, 93(6), 44-54. <https://hbr.org/2015/06/you-need-an-innovation-strategy>
4. Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
5. Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creating unique value with customers. *Strategy & Leadership*, 32(3), 4-9. <https://doi.org/10.1108/10878570410699249>
6. Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. Harper & Row.
7. Davila, A., Epstein, M.J., & Shelton, R. (2006). *Making innovation work: How to manage it, measure it, and profit from it*. Pearson Prentice Hall.
8. Helfat, C.E., & Raubitschek, R.S. (2000). Product sequencing: Co-evolution of knowledge, capabilities, and products. *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 961-979. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10/11<961::AID-SMJ123>3.0.CO;2-K](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<961::AID-SMJ123>3.0.CO;2-K)
9. Teece, D.J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>

Daxil oldu: 03.11.2024

Qəbul edildi: 07.02.2025