

UOT 330.13.6

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.034

## YÜNGÜL SƏNAYEDƏ İNNOVASIYA MARKETİNQİNİN MAHIYYƏTİ VƏ ƏHƏMİYYƏTİ

<sup>1</sup>Fazil Cəmil oğlu Kərimov, <sup>2</sup>Uğur Səbuhi oğlu Süleymanov

<sup>1</sup>Azərbaycan Texnologiya Universiteti

<sup>2</sup>Şəki Regional Elm Mərkəzi

[f.kerimov@atu.edu.az](mailto:f.kerimov@atu.edu.az)

***Xülasə.**İnnovasiyalı məhsullar bazarlarında rəqabətin kəskinləşməsi, rəqabətli mövqeləşdirmənin üstün bir amilə çevrilməsi innovasiya fəaliyyətində və eləcə də yüngül sənayedə innovasiyalı məhsullar bazarında marketing konsepsiyasından istifadəni, marketing prinsiplərinin tətbiqini zəruri etmişdir.*

*İnnovasiya marketingi innovasiya bazarında fəaliyyət göstərən yüngül sənayenin alt bölmələrinə aid olan müəssisənin marketing fəaliyyətini özündə birləşdirir.*

*İnnovasiya marketingi həmçinin bazar üçün yeni məhsulun yaradılmasını və kommersializasiyasını nəzərdə tutur.*

*Məqalədə innovasiya marketinginin mahiyyəti, yüngül sənayenin fəaliyyət sahələrində innovasiya marketinginin tətbiqinin zəruriliyi qeyd olunmuşdur. Yüngül sənayedə istehsal texnologiyasını təkmilləşdirmək və rəqabətqabiliyyətli məhsul yaratmaq məqsədilə daima innovasiyaya meyilli olmağın vacibliyi mövzuda vurğulanmışdır.*

***Açar sözlər:** rəqabət, mövqeləşdirmə, marketing-miks, məhsul konsepsiyası, investisiya*

Müasir dövrdə, bazar iqtisadiyyatı münasibətləri şəraitində innovasiyalı məhsullara olan tələbatın təmin edilməsi uğrunda milli iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sektorları arasında rəqabət mübarizəsi kəskinləşir. Bu mübarizə əyani şəkildə ölkəmizdə yüngül sənaye sahəsində də özünü göstərir.

Azərbaycanın yüngül sənayesinə xas olan mühüm cəhət - təsərrüfat vəsaitlərinin sürətli dövriyyəsi, sahənin məhsullarına dəyişilməz tələbat, istehsalın dinamik surətdə genişlənməsi, avadanlığın və texnologiyaların operativ yenilənməsidir. Bütün bu amillər yüngül sənayedə innovasiyalı məhsulların yaradılması üçün əsasdır. [1,s.110]

Marketing yenilik, innovasiyalı bir məhsula və xidmətə müsbət təsir göstərən, yeni ideyaları özündə formalaşdıran bir fəaliyyətdir. İnnovasiyalı məhsullar bazarında ənənəvi marketing konsepsiyasından istifadə, marketing – miks çərçivəsində kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Belə tədbirlər kompleksi innovasiya məhsulunun realizasiyası məqsədilə qiymət, məhsul siyasəti, səmərəli bölgü və satış kanallarının yaradılması, aktiv stimullaşdırma tədbirlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. [2,s.95]

İnnovasiya marketinginin məqsədi, müəssisənin fəaliyyətində rəqabətqabiliyyətliliyin yüksəldilməsi məqsədilə innovasiya strategiyalarının formalaşmasını və realizasiyasını müəyyənləşdirməkdir. İnnovasiya marketingi yüngül sənayenin bütün fəaliyyət sahələrində yaradıcı yanaşma tətbiq olunmasını nəzərdə tutur, müəssisənin istehsal texnologiyasını təkmilləşdirmək və rəqabətqabiliyyətli məhsul yaratmaq məqsədilə daima yeni ideyaların axtarışına, onların istehsala tətbiqinə istiqamətləndirir.

Yüngül sənayedə innovasiya fəaliyyətində müasir marketing yanaşmaları strateji xarakterə malikdirlər. Bununla əlaqədar innovasiya marketinginin ikili xarakterini qeyd etmək vacibdir. Birinci halda, innovasiya marketingi innovasiyalı məhsullar bazarlarında fəaliyyət göstərən yüngül sənaye müəssisələrinin innovasiya ilə bağlı marketing fəaliyyətini özündə əks etdirir, və daha çox strateji xarakter daşıyır. Bu marketing fəaliyyəti daha geniş miqyası əhatə etməklə, innovasiyalı məhsulun

bazara irəlilədilməsi ilə yanaşı, bazarın tələblərinə uyğun olaraq innovasiyanın yaradılması prosesinin idarəedilməsi ilə də əlaqədardır və eyni zamanda, marketing – MİKS-dən istifadə etməklə innovasiya prosesinin həyata keçirilməsinin taktikasının və strategiyalarının hazırlanmasında iştirakı da nəzərdə tutur. İkinci halda isə, innovasiya marketingi innovasiya bazarında fəaliyyət göstərən innovasiya müəssisəsinin marketing fəaliyyətini özündə birləşdirir, bazar üçün yeni məhsul, yeni texnologiya, yeni idarəetmə sistemlərinin, bir sözlə innovasiyanın yaradılmasını və kommersializasiyasını nəzərdə tutur. [3,s.143]

Hal-hazırda Azərbaycanda yüngül sənaye sahələrinin yenidən təşkil edilməsi nəticəsində məhsul istehsalının həcminin və keyfiyyətinin artımı, innovasiyalı məhsulların bazara çıxarılması prosesinin artması müşahidə olunur. Xammal emalı, toxuculuq və tikiş, dəri və dəridən olan məmulatlar istehsalı sahələrində vəziyyət daha da yaxşılaşmışdır. Respublikada dəri, dəridən olan məmulatlar və ayaqqabı istehsalında mühüm irəliləyişlər olmuşdur, bu imkanlardan daha səmərəli istifadə edilməlidir.

Hazırda xalçaçılıq sahəsində respublikanın şəhər və rayonlarında onlarca müəssisə və sexlər fəaliyyət göstərir. Perspektivdə bu sahənin xammal bazasının möhkəmləndirilməsi, istehsal-texniki səviyyəsinin artırılması, xalçaların keyfiyyətinin və rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi, innovasiyalı məhsulların artması istiqamətində tədbirlər görülür.

Yüngül sənayedə innovasiya məhsullar üzrə marketing sisteminin formalaşması bir sıra marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur ki, onlara da əsasən aşağıdakıları aid etmək olar:

- Marketing tədqiqatlarının həyata keçirilməsi.
- İnnovasiya məhsulunun yaradılması və realizasiyası prosesinin planlaşdırılması.
- Məhsul konsepsiyasının hazırlanması.
- Yeni məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin olunması.
- Yeni məhsulun bazara irəlilədilməsi və kommersiyalaşdırılması.
- İnnovasiyanın investisiya imkanlarının tədqiqi.
- İnnovasiya layihələrinin marketing idarəedilməsi. [4, s.205]

Yüngül sənaye sahələrinə məxsus olan müəssisələrdə innovasiya məhsulu üzrə marketing alətlərinin tətbiqi istiqamətlərindən biri yeni məhsulun və texnologiyanın yaradılması prosesində zəruri informasiyanın əldə edilməsidir. Belə informasiyaya hər şeydən əvvəl, yeni məhsulun potensial alıcıları, kommersializasiya imkanları, rəqiblər, bazarın tələbatı, müəssisənin daxili imkanları və məhdudiyətləri haqqında olan informasiyalar aid edilir. Belə məlumatlar innovasiya məhsulları üzrə marketing qərarlarının qəbulunda xüsusi əhəmiyyətə malik olurlar.

Məlumatların toplanması üsullarına əsasən marketing tədqiqatları, eksperiment və müşahidə metodları aid edilir. İnnovasiyalı məhsulun yaradılması və realizasiyasının bütün mərhələlərində marketing tədqiqatlarından istifadə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İnnovasiya məhsulunun yaradılması və realizasiyası prosesinin planlaşdırılması innovasiya fəaliyyətində marketing sisteminin vacib elementlərindən biri hesab olunur. [5,s.163]

Yüngül sənayedə innovasiya məhsullar üzrə marketing sisteminin elementlərindən biri də məhsul konsepsiyası çərçivəsində məhsul siyasətinin formalaşmasıdır. Marketing tədqiqatlarının həyata keçirilməsi əsasında, məhsul çeşidinin planlaşdırılması, müəssisənin məhsul siyasətini formalaşdırmağa və həyata keçirməyə imkan verir. Məhsul marketing kompleksinin bir elementi kimi müəssisənin fəaliyyətində olduqca mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məhsul siyasəti digər marketing strategiyalarının hazırlanması və həyata keçirilməsində də olduqca mühüm rol oynayır.

Məhsul siyasəti - əmtənin rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin edilməsini nəzərdə tutan, alıcıların tələbini ödəməyə və mənfəət əldə etməyə yönəldilən, məhsul çeşidinin formalaşması və planlaşdırılmasının həyata keçirilməsini nəzərdə tutan, müvafiq marketing strategiyalarının və tədbirlər kompleksinin həyata keçirilməsi istiqamətlərini müəyyənləyən tədbirlər sistemidir. Müəssisənin məhsul siyasətinin formalaşması üzrə qəbul olunan istənilən qərar strateji xarakter daşıyır və qısamüddətli nəticələrin deyil, uzunmüddətli rəqabətqabiliyyətliliyin və rəqabət üstünlüyünün təmin olunmasına istiqamətlənir. Müəssisənin məhsul siyasətinin formalaşması son nəticədə innovasiya

məhsulu üzrə marketing alətlərinin tətbiqi istiqaməti kimi çıxış edir. Müəssisənin innovasiya məhsulu üzrə marketing sisteminin elementlərindən biri də yeni məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsindən ibarətdir. [6]

Müəssisənin innovasiya məhsulu üzrə marketing sisteminin elementlərindən biri kimi innovasiya layihələrinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi və bu zaman tətbiq olunan marketing metodları hesab olunur. Beləliklə, innovasiya məhsulları üzrə innovasiya layihəsinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi innovasiya fəaliyyətində marketingin tətbiqi istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir, bu sahəyə çəkilən xərclərin özünü doğrultmasını müəyyənləşdirməyə imkan verir. İnnovasiya məhsulunun bazara irəlilədilməsi və kommersialaşdırılması prosesində marketingin tətbiq olunması istiqamətlərindən biri də yeni bazarlara çıxış strategiyasının formalaşmasından ibarətdir. [7,s.206]

Marketing innovasiyası prosesi zamanı şirkətlər daha çox araşdırma və inkişaf fəaliyyətinə daha çox investisiya ayırır. Burada həm ixtisaslı kadrlar həm də müasir texnologiyaların cəlb nəzərdə tutulur. Bu qərar şirkətə kifayət qədər maliyyə tələb edə bilər lakin nəticənin şirkət üçün rəqabət üstünlüyü əldə edərək fəaliyyətini uzatması, istehsal edilən məhsul və ya xidmətlərin daha keyfiyyətli olması daha çox müştərinin cəlb olunmasına, mövcud müştərilərin daha keyfiyyətli və yeni məhsul və ya xidmətlərlə təmin edilməsinə, rəqiblərdən önə keçərək fərqli və ya innovasiyalı məhsulla bazar payını artırmaqla yanaşı rəqiblərindən bir neçə addım önə keçə , nəticə etibarilə ölkə iqtisadiyyatının və sosial rəfahın inkişafına müsbət təsir edə bilər. [8]

Məhsulun üzərində müştərilərin fikirləri nəzərə alınaraq edilən müəyyən dəyişikliklər, məhsulun qramında və ya paketlənməsində edilən yenilənmələr, məhsulların müştərilərə müxtəlif və rəqiblərdən fərqli kanallarla çatdırılması, bu kanalların axtarılması, inkişaf etdirilməsi, yeni texnologiya və metodlardan istifadə edərək məhsulun bazarda tanıtımı marketing innovasiyasının bir hissəsidir. Bu strategiyadan istifadə edən şirkətlər müştərilərin diqqətində olur və müştərilər satın alma davranışlarını bu məhsulun üzərində mərkəzləşdirməklə yanaşı bu davranışını dəyişmək ehtimalı çox olur.

Rəqəmsal marketing bu strategiyanın ayrılmaz bir hissəsidir və şirkətlərin istər gələcək istərsə də mövcud vəziyyətdə qərarlarına təsir göstərəcək dərəcədə əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Müasir metodla müştərilərin marka, məhsul və ya xidmət barədə reaksiyaları, davranışları izlənilir, müsbət və ya mənfi fikirləri, bu fikirlərin idarə edilməsi, cavablandırılması və müştərinin daha da məmnun edilərək həm marka həm də şirkət üçün əhəmiyyətliyi artırılır

Yüngül sənaye sferasında istehsalın qaydaya düşməsində son dövrdə müəyyən yaxşılığa doğru dəyişikliklər baş versə də, burada həllini tapmamış xeyli sayda problemlər yer alır. Bu problemlərin öz həllini tapması Azərbaycanda təkcə iqtisadi deyil, həm də çoxlu sayda sosial məsələlərin yoluna qoyularaq həlli mümkündür. Yüngül sənayenin canlanmasına nail olmaq lazımdır. Çünki bu, respublikamızın tələb olunan miqdarda istehlak malları ilə təminatına, idxalın aşağı salınmasına və bu sahədə xaricdən asılılığı minimuma endirməyə imkan verəcək. Bununla yanaşı, iş qabiliyyətli əhalinin xeyli hissəsinin iş yerləri ilə təmin olunmasına imkan yaranacaq.

Beləliklə, aydındır ki, ölkəmizdə inkişaf dövrünü yaşayan və daha çox əhəmiyyət kəsb edən marketing innovasiyasının tətbiq olunması halında şirkətlərin rəqiblərini üstələyərək əldə edə biləcəyi faydalar, rəqabət qabiliyyətlilik və ən əsası müştəri məmnuniyyəti uğrunda bazarda uzunmüddətli mübarizə aparmaq qarşısında duran ən mühüm məsələlərdir.

Belə bir şəraitdə rəqabət üstünlüyü və davamlılığını təmin edən şirkətlərin əsas mənbəyinin yenilikçilik olduğu qəbul edilməkdədir. Qloballaşma ilə birlikdə dəyişən rəqabət vəziyyətində müştəri istək və ehtiyaclarının qarşılınması keyfiyyət, maya dəyəri, sürət kimi amillərin yerini alaraq, şirkətləri yeni məhsul və proses inkişaf etdirməyə, təşkilati quruluşlarında dəyişikliklər etməyə məcbur edir.

Respublikamızda son dövrlərdə yüngül sənayenin sürətli inkişafı göstərir ki, innovasiya marketinginin tətbiqi, əhalinin tələb olunan miqdarda innovasiyalı istehlak malları ilə təminatına, idxalın aşağı salınmasına və bu sahədə xaricdən asılılığı minimuma endirməyə imkan verəcək. Bununla yanaşı, iş qabiliyyətli əhalinin xeyli hissəsinin iş yerlərilə təmin olunmasına imkan yaranacaq. Odur ki, yüngül sənaye kimi mühüm bir sahənin inkişaf etdirilməsi dövlət başçımızın ölkəmizin milli iqtisadiyyatının inkişafına istiqamətləndirilən daxili siyasətin prioritetini təşkil edir.

**ƏDƏBİYYAT**

1. Arif Şəkərəliyev, Qoşqar Şəkərəliyev. Azərbaycan iqtisadiyyatı: reallıqlar və perspektivlər. Bakı 2016.
2. Fikrət Quliyev, Marketingin idarə edilməsi, Bakı 2018.
3. İslam İbrahimov, Kərim Kərimov. Sənayedə investisiya və innovasiya fəaliyyəti, (Dərs vəsaiti), Bakı 2017.
4. Qrem Huley, Con Sonders, Naycel Pirs, Marketing strategiyası və rəqabətli mövqeləşdirmə, Rus dilindən tərcümə - Bakı, İqtisad Universiteti nəşriyyatı, Bakı 2018.
5. Qeyri - neft sənayesinin iqtisadiyyatı, (Dərslik), Bakı 2018.
6. Milli iqtisadiyyat və İqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Preidentinin Fərmanı, 6 dekabr 2016.
7. Oqtay Məmmədli, Şahin Xurşudov, Fazil İsmaydov, Rəhmiyyə İbrahimova, Gülnarə Turabova, Marketing, ( Dərslik), Bakı 2016.
8. <http://economy.gov.az/>

УДК 330

**СУТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА  
В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**<sup>1</sup>Фазиль Джамиль оглы Керимов, <sup>2</sup>Угур Сабухи оглы Сулейманов<sup>1</sup>Азербайджанский Технологический Университет<sup>2</sup>Шекинский региональный научный центр[f.kerimov@atu.edu.az](mailto:f.kerimov@atu.edu.az)

*Резюме.* Обострение конкуренции на рынках инновационной продукции и превращение конкурентного позиционирования в доминирующий фактор обусловили необходимость использования концепции маркетинга и применения принципов маркетинга в инновационной деятельности и на рынке инновационной продукции в легкой промышленности.

Маркетинг инноваций охватывает маркетинговую деятельность предприятий, входящих в подразделения легкой промышленности, работающих на рынке инноваций.

Инновационный маркетинг также подразумевает создание и коммерциализацию нового продукта для рынка.

В статье рассматривается сущность инновационного маркетинга и необходимость применения инновационного маркетинга в отраслях легкой промышленности. Тема подчеркивала важность постоянного внедрения инноваций для совершенствования технологий производства в легкой промышленности и создания конкурентоспособной продукции.

UDC 330

**ESSENCE AND MEANING OF MARKETING  
OF INNOVATION IN LIGHT INDUSTRY**<sup>1</sup>Fazil Jamil oglu Kerimov, <sup>2</sup>Ugur Sabuhi oglu Suleymanov<sup>1</sup>Azerbaijan University of Technology<sup>2</sup>Sheki Regional Science Center[f.kerimov@atu.edu.az](mailto:f.kerimov@atu.edu.az)

*Summary.* The intensification of competition in the markets of innovative products, the transformation of competitive positioning into a dominant factor, has necessitated the use of the

*marketing concept and the application of marketing principles in innovation activities, as well as in the market of innovative products in light industry.*

*Innovation marketing combines the marketing activities of an enterprise belonging to subdivisions of light industry operating in the innovation market.*

*Innovation marketing also involves the creation and commercialization of a new product for the market.*

*The article highlights the essence of innovation marketing, the need to apply innovation marketing in the areas of activity of light industry. The importance of always being inclined to innovation in order to improve production technology in light industry and create competitive products is emphasized in the topic.*

Redaksiyaya daxilolma: 25.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025

