

А.Ж. Қаххоров,
катта илмий-ходим изланувчи, ТДИУ

ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГНИНГ ИҚТИСОДИЙ ФАОЛИЯТ СИФАТИДАГИ МАЗМУН-МОҲИЯТИГА ИЛМИЙ ШАРҲ

В данной статье исследуется место и роль инновационного маркетинга, теоретические основы его применения в развитии современных предприятий. Автором осуществлен своеобразный подход по системной организации инновационного маркетинга в рамках инновационной деятельности предприятия. А также, обоснованы преимущества средств и методов инновационного маркетинга от традиционного в продвижении товаров и услуг на рынке.

In given article investigated the place and role of innovative marketing, theoretical bases of its application in development of the modern enterprises. Also given by the author original approach on the system organisation of innovative marketing within the limits of innovative activity enterprises, proved advantages of means and methods of innovative marketing from traditional in advancement of the goods and services in the market.

Калитли сўзлар: инициация, инновация, диффузия, анъанавий маҳсулот, инновацион маҳсулот, инновацион фаолият, маркетинг, инновацион маркетинг, анъанавий маркетинг.

Республикада амалга оширилаётган кенг қамровли ижтимоий-иқтисодий ислохотлар бугунги кунда хўжалик субъектлар фаолиятини замонавий механизмлар асосида такомиллаштиришни талаб этади. Бозор муносабатлари шароитида, долзарб муаммоли масалаларни, рўй берадиган ўзгаришлар ва юзага келиши мумкин бўладиган имкониятларни олдиндан кўра олиш, хўжалик сиёсати ва стратегиясини ишлаб чиқишда янгича услуб, янгича техника-технология орқали ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш давр талабидир. Айнан шу “янгилик” атамаси бугунги кунда **“инновация”**, **“инновацион фаолият”**, **“инновацион маркетинг”** деб аталади.

Ўзбекистон иқтисодиёти ривожланишининг ҳозирги босқичида инновация, инсоният тараққиёти ва иқтисодий ўсишининг асосий омилига айланмоқда. Инновацияларни алоҳида корхоналар ва қолаверса бутун иқтисодиётнинг фаолият кўрсатишига таъсирини муҳим аҳамияти мамлакатимиз ҳамда хорижий иқтисодчилар томонидан тадқиқ этилган ҳамда ўрганилган.

Инновацион фаолият ва инновацион маркетинг тушунчаларининг асосини “инновация” сўзи тавсифлайди. Таъкидлаш керакки, бу тушунчага ўзбек, рус ва хориж адабиётларида ҳам кўплаб таърифлар берилган. “Инновацион фаолият” атамаси негизида, кўриниб турибдики, авваламбор, **“инновация”** сўзи, ушбу сўз негизининг ўзида эса, **“новация”** сўзи ётади. Ўзбек тили луғатига бу сўзлар хорижий тиллардан кириб келган. Чунончи,

инглизча “**innovation**”, русчасига “**инновация**” сўзи луғатларда “**нововедение**”, “**новаторство**” сифатида талқин этилган Рус тилида берилган талқинга кўра, бу сўз ўзбек тилига “**янгилик киритиш**”, “**янги усул**”, “**киритилган янгилик**” каби маъноларда таржима қилинган ва изоҳланган. Ўзбек тили изоҳли луғатида “**Инновация**” атамасига – иқтисодиётда техника ва технологиянинг янги турлари (авлодлари)ни жорий этиш мақсадида сарфланган маблағлар тушунчаси сифатида келтирилган[1].

“Инновация” моҳиятан мураккаб ва кўп қиррали масала бўлиб, бу иқтисодчи олимлар ёндашувидаги фарқлар билан ҳам изоҳланади.

Хорижнинг иқтисодий адабиётларида “инновация” салоҳиятли фан-техник тараққиётни янги маҳсулотлар ва технологиялар кўринишида рўёбга чиқиши сифатида талқин қилинади [2].

Инновацион назарияни асосий ривожланиш босқичи В.Зомбрет, В. Митчерхил, Й. Шумпетер тадқиқотларига тўғри келган. Инновациялар назариясини шаклланиши ва ривожланишига, дастлаб, австриялик иқтисодчи олим Й. Шумпетернинг ҳиссаси катта. У инновацион конъюнктура силжишлари манбаларини таҳлил қилиш натижасида, ишлаб чиқаришнинг янги омилларини ажратди ва уларга қуйидагиларни киритди [3]:

- янги хусусиятларга эга маҳсулотни ишлаб чиқариш;
- янги илмий кашфиёт ёки тижоратлаштириш усулига асосланган ишлаб чиқариш услубини жорий этиш;
- саноатнинг бирон бир тармоғида тақдим этилмаган, янги савдо бозорларини ўзлаштириш;
- хомашёнинг янги манбасидан фойдаланиш;
- ишлаб чиқаришни тегишли тарзда қайта ташкил этилишини амалга ошириш, монополликни таъминлаш.

Бутун жаҳон иқтисодчи олимлари “инновация” атамасига таъриф беришда, турлича ёндашувларни амалга оширишган. Улар “инновация”га бир-биридан фарқли равишда инновацияларни яратиш, ривожланиш каби таърифлар билан бойитганлар. Масалан, биринчи ёндашув тарафдорларидан бири Х.Бернет: “Инновация – яратиладиган янгилик, ҳар қандай ғоя, фаолият ёки моддий натижа” бўлиши мумкин деган маънода таъриф берган бўлса, П.Ф. Друкер эса инновацияни “бизнеснинг янги бир тури” деб қайд этган.

Иккинчи ёндашув олимлари биринчи ёндашув олимларидан фарқли равишда асосий эътиборни ишлаб чиқаришга қаратишган. Умуман олганда, жаҳоннинг кўзга кўринган иқтисодчи олимлари “инновация”га таърифларни турлича бериб, бир-бирларини фикрини тўлдириб боришган.

Масалан, Я.Кук ва П.Майерслар «инновация – ғоянинг пайдо бўлишидан унинг тайёр маҳсулотга айланиб, бозор истеъмолига чиқгунга қадар бўлган бутун жараён» деб таъриф беришган[4].

М.Додгсоннинг таъкидлашича эса «инновация – бу ўзига илмий, технологик, ташкилий ва молиявий фаолиятни мужассам этган ҳолда тижоратга янги (ёки такомиллашган) маҳсулот, ёки янги (ёки такомиллашган) ишлаб чиқариш жараёнини, ёки янги (ёки такомиллашган) ускунани тақлиф этишдир» [5].

Баъзида инновацияга жараёнли тизим сифатида қаралади, шунинг билан янгилик киритишни вақтда ривожланиши ва яққол акс эттирилган босқичлилиги тан олинади [6].

М.Саидовнинг фикрича, инновация, аввало, иқтисодийётни ривожлантиришга қўйилмаларнинг самаралилиги билан тавсифланади, ишлаб чиқаришда мавжуд бўлган олдинги авлод техникаси ва технологиясини анча самарали, экологик соф ва ресурсларни тежашга имкон берувчи ишлаб чиқариш воситалари билан алмаштиришни ифодалайди [7]. Юқорида таъкидлаб ўтилган фикрларни жамлаб, инновацион ғояларни жорий қилиш ва амалга ошириш жараёнини “инновацион фаолият” деб таъриф берамиз. Инновацион жараён ва инновацион фаолият бир маъноли атама ҳисобланиб, янгиликни яратиш, кенг тарқатиш ва атроф-муҳитга жорий этиш масалалари ҳал этиш жараёни ҳисобланади. **“Инновацион фаолият”** - янгиликларни жорий этиш, ишлаб чиқариш янги технологиялари негизида рақобатбардош маҳсулот (товар) турларини яратиш ва тижоратлаштиришга қаратилган жараёнлар мажмуасидан иборат. Бу жараён ғоянинг пайдо бўлиши, унинг мақсадини аниқлаш ва амалга оширишдан то ишлаб чиқаришни ташкил этиш, маҳсулот ишлаб чиқариш, уни сотиш ва иқтисодий самара олишгача бўлган ишларни ўз ичига олади. Фикримизча, инновация ютуқларининг иқтисодий натижалари ишлаб чиқариш жараёнида моддий ресурсларни, маҳсулот бирлигига сарфланадиган жонли ва буюмлашган меҳнатни тежашни, киши бошига меҳнат унумдорлигининг ошиб боришини, атроф-муҳитнинг экологик жиҳатдан ифлосланиш даражасини камайтиришни таъминлашда, ишлаб чиқариш, ижтимоий соҳада банд бўлганларнинг иш ҳақи ва даромадларининг ўсиб бориши, кам таъминланган оилаларни ижтимоий ҳимоялаш даражасини ошиб бориши ҳамда ижтимоий инфратузилмани ривожланиб боришида ифодаланади.

Маҳсулотни янгилаш ва янги технологияларни жорий этиб харажатларни камайтириш, маҳсулот сифатини яхшилаш, кўшимча фойда олиш инновацион фаолиятнинг мақсадидир. Инновацияларнинг асосий мақсади маълум фойда олиш экан, иккала таъсир этувчи босимда ноаниқлик даражаси юқори бўлганлиги учун инновациялар ҳар доим ҳам муваффақиятли бўлмайди.

Инновацион фаолиятнинг таркибини инновацион жараёнлар ташкил этади. Бу фаолият еттита жараёнлардан ташкил топган бўлиб, улар бир-бирига чамбарчас боғлиқ бўлган инновацион жараёнларни тартибга солиб турадиган тизимга эгадир (1-расм).

Инновацион жараёнлари қуйидаги элементлардан ташкил топган:

- инициация;
- инновацион маркетинг;
- ишлаб чиқариш инновацияси;
- инновацияни амалга ошириш;
- силжитиш инновацияси;
- диффузия (тажрибани оммалаштириш) инновацияси
- самарадорликни баҳолаш;



1-расм. Инновацион фаолиятни ташкил этиш жараёнлари

1. Инициация жараёнида биричи бўлиб мақсад ва вазифалар аниқланиб, ғоялар генерацияси, янги маҳсулотни яратиш концепциясига мувофиқ тажрибасини ўтказиш ва намуналар прототипини ишлаб чиқиш, конструкциялаш ва тайёрлаш ишларини амалга оширади.

2. Инновацион маркетинг жараёнида инновацион маҳсулотни бозорга чиқаришдан олдин тадқиқот ўтказиш (инновацион маҳсулотга нисбатан истеъмолчиларнинг фикри, бозор потенциалини баҳолаш, янги маҳсулотни сотишда истеъмолчилар қобилияти ўрганиш, инвестор излаш)ни ўз ичига олади.

3. Инновацияларни ишлаб чиқариш жараёнида, маркетинг тадқиқоти натижаларидан олинган маълумотлар асосида ишлаб чиқаришни ташкил этиш кўйидагилар орқали амалга оширилади: моддий техника ва технологияларни тайёрлаш, малакали ходимларни жалб қилиш, ишлаб чиқариш хомашё ва материаллар, патент, лицензия ва бошқаларни сотиб олишдан иборат. Бунда инновацион фаолиятни амалга оширувчи юридик шахслар ва инновацион фаолиятда иштирок этувчи жисмоний шахслар инновацион фаолият субъектлари ҳисобланади. Инновацион маркетинг фаолиятига ёрдам кўрсатувчи инновацион инфратузилма корхоналари, инвесторлар, илмий тадқиқот институтлари, маориф муассасалари, давлат ҳокимият органлари субъектларидир.

4. Инновацион фаолиятни амалга ошириш жараёни, тайёр инновацион маҳсулотни бозорга киритиш ва сотишни рағбатлантиришдан иборат.

5. Инновацион маҳсулотни силжитиш жараёнида маркетинг ахборотларини олиш ва фойдаланишни ташкил қилиш, реклама ва савдо нуқталарида назоратни ўрнатиш, алоҳида маслаҳатхоналарни ташкил қилиш

ишлари амалга оширилади.

6. Диффузия жараёнида инновацияларни хусусиятларини ўзгариши ва шароитларни яхшиланиши, янги бозорларни қўлга киритиш билан боғлиқ масалалар бажарилади.

7. Инновацион маҳсулот ва инновацион фаолиятнинг самарадорлигини баҳолаш. Бунда инновацион жараённинг самарадорлиги таҳлил қилиниб, таҳлилга кўра эҳтиёжни қондирилиши ёки савдони ривожлантириши бўйича чора тадбирлар ишлаб чиқилади.

“Инновацион фаолият” ва **“инновацион маркетинг”** тушунчалари корхона фаолиятида ўзаро боғлиқ бўлиб, исталган корхонада инновацион маркетингни ташкил қилмасдан туриб инновацион фаолиятдан фойдаланиб бўлмайди ёки инновацион маркетинг технологиялари жорий қилинмас экан, унинг инновацион фаолияти самарали бўлмайди.

Ҳозирги замоннинг машҳур менежмент назариячиси П. Друкер маркетинг ва инновация атамасини бир-бирига боғлаб қуйидаги фикрларни айтган: *“Хар қандай компанияга фойда олиб келувчи нарса бу- маркетинг ва инновация ҳисобланиб, қолгани уринишларнинг ҳаммаси эса харажат ёки зарардир”*[9].

Маркетинг ва инновация тушунчалари ҳозир куннинг янгилиги эмаски, бу тушунчаларни ўтган асрда ҳам тадбиркорлар ва сиёсатчилар ўз фаолиятларида қўллаб келиб, долзарблигини таъкидлаб ўтганлар. Ўша вақтда бу бўйича умумий тушунчалар бўлсада, “инновацион маркетинг” нима ёки инновация ҳақида сўз кетганда янги кўринишдаги озиқ-овқат ва истеъмол товарлари, техника ва технологияларга оид, шу ғояларни ижтимоий кўринишда бўлиши, маҳсулот ёки хизматларни осон ва самарали тижоратлаштириш деган фикрлар олға сурилган.

XXI-аср, яъни ахборот асрига келиб бутун дунё олимлари-ю ҳамда тадбиркорлари маркетинг ва инновацияни бири-бирига яқин алоқадор деб тўлақонли тан олинганлиги ҳамда замонавий корхоналар фаолиятида инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш давр талаби эканлиги ҳаммамизга маълум. Бозордаги муросасиз рақобат шароитида маҳсулот ёки корхонани давомийлигини таъминлаш учун инновацион маркетинг фаолиятининг қуйидаги кўринишлари вужудга келган; бошланғич инновацион ғояларни қидириш ва инновацион салоҳиятни аниқлаш бўйича тадқиқотлар ўтказиш, янги маҳсулот реализацияси ва янги фаолият (хизмат) турини яратиш ёки барча инновацион жараёнларни бошқариш бўйича янги усуллар ишлаб чиқиш, сотишни мувофиқлаштириш учун янги шароитлар яратиш бўйича чора-тадбирларини киритиш лозимлигини айтиб ўтишимиз мумкин.

Бугунги кунда **“Инновацион маркетинг”** маркетинг фаолиятида янги пайдо бўлган йўналиш ҳисобланиб, инновацион маҳсулот ва хизматларни шакллантиришда ишлаб чиқариш технологияларни жорий этиш ҳамда ушбу инновацион ғояни тижоратга тайёрлашни амалга оширади. У корхонага инновацион маҳсулотни максимал самара билан жорий қилиш имконини берадиган усул ва воситалар мажмуидан фойдаланади. Инновацион маркетинг технологияларини ўз вақтида қўллаш инновациялар ишлаб чиқиш билан боғлиқ

таваккалчиликни камайтиради, чунки улар потенциал талабни баҳолаш, мақсадли бозор сегментини аниқлаш ва ишланмаларни давом эттириш керакми, улар кутилган самарани берадимидеган саволларга жавоб беришга имконият яратади.

Инновацион маркетингнинг асосий мақсади инновацияларни бозорга киритиш стратегиясини ишлаб чиқиш ва янги маҳсулотни бозорда мустаҳкам ўрин эгаллашини таъминлаш, анъанавий маркетингдан фарқли равишда инновацион маркетингнинг воситалари асосида инновациялар бозорини тадқиқ этиш, бозорни кузатиш, бозор конъюнктурасини таҳлил қилиш, талабни шакллантириш, истеъмолчилар хулқ-атвори бўйича бозор сегментларини ишлаб чиқиш ётади.

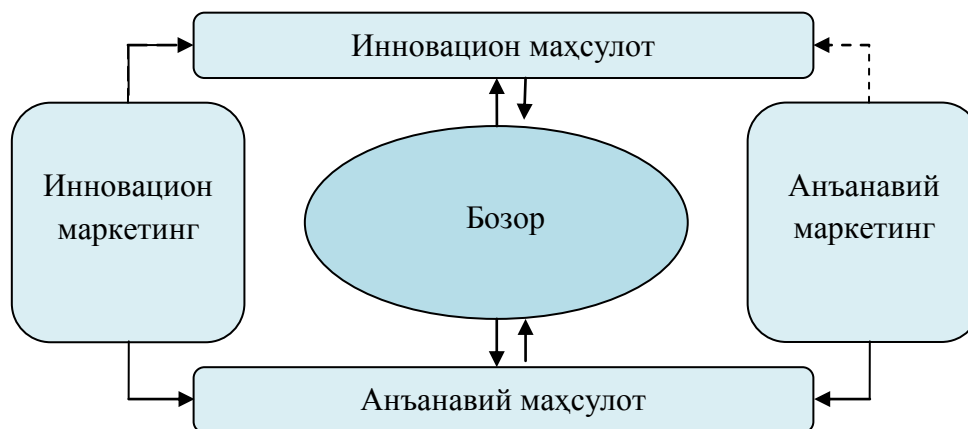
Хизмат кўрсатишда эса **“инновацион маркетинг”**, айирбошлаш натижасида янгиликларга бўлган эҳтиёжни қондириш орқали фойда олишга йўналтирилган инсон фаолияти мажмуини тушунмоқ лозим. Бу фаолият янгиликларга эҳтиёжни аниқлашдан тортиб янги инновацион хизматларни яратиш, бозорга кириб бориш, хизматларнинг ҳаётийлик даври, амалиётда қўллаш, инновацион хизматларни сотиб олиш учун харидорларни қизиқишини орттириш, янгиликларга бўлган талабни ва уларни яратилиш истикболларини аниқлаш каби вазифаларни ўз ичига олади. Хизмат кўрсатиш инновацияси ва хизматлар инновацияси илм-фан ва амалиётга етарли даражада қўлланилмаган кенг тушунчали атамадир.

Инновацион маҳсулот ва инновацион хизматнинг асосий фарқли белгилардан бири шундаки, инновацион хизмат янгилик бозордаги муваффақияти тегишли техник билимларни амалга ошириш жараёнини инновацион маҳсулотга нисбатан камроқ талаб қилади. Инновацион хизматни тижоратлаштиришда техникага нисбатан кўпроқ иқтисодий ва ижтимоий соҳадаги жараёнларни қамраб олади.

Юқоридаги кўриб ўтилган олим ва мутахассисларнинг инновацион маркетингга берган таъриф ва тавсифларини таҳлил қилар эканмиз, улар томонидан асосан инновацион маҳсулотни бозорга силжитиш билан боғлиқ маркетинг фаолият нуқтаи назардан ёндашилганлигининг гувоҳи бўламиз. Лекин, фикримизча биз, маркетингни иқтисодий фаолият сифатида олиб кўрадиган бўлсак, унда қўлланиладиган янги восита ва усуллар ҳам инновацион фаолият бўлиб юзага чиқади. Бундан келиб чиқиб, инновацион маркетингга қуйидагича муаллифлик таърифини келтиришни лозим топдик.

Инновацион маркетингга, бир томондан, инновацион маҳсулотни силжитиш, иккинчи томондан, ҳар қандай маҳсулотни инновацион воситалар ёрдамида силжитишга йўналтирилган фаолият сифатида таъриф беришимиз мумкин.

Демак, инновацион маркетингга берилган таърифдан келиб чиқиб маҳсулотни силжитишда маркетингнинг у ёки бу воситасидан фойдаланишимиз мумкин (2-расм).



2-расм. Инновацион маркетинг ва анъанавий маркетинг воситаларида маҳсулотларни бозорга силжитишнинг умумий кўриниши

Ушбу маркетингнинг воситалари маҳсулот силжитиш ҳолатидан фойдаланиш қуйидагича ифода этилади:

➤ анъанавий маркетинг воситаларидан инновацион маҳсулотларни силжитишда фойдаланиш;

➤ анъанавий маҳсулотни инновацион маркетинг воситалари билан силжитишда фойдаланиш;

➤ инновацион маркетингдан ҳам анъанавий маҳсулотларни ҳам инновацион маҳсулотларни силжитишда қўллаш. Бу расмда кўрсатилган комбинацияларнинг энг мураккаби инновацион маҳсулотни яширин талаб даврида инновацион маркетинг воситалари ёрдамида силжитиш ҳисобланади. Аммо анъанавий маҳсулотни доимий талаб шароитида анъанавий маркетинг воситалари ёрдамида силжитишнинг энг оддий усули сифатида қарашимиз мумкин.

Юқоридаги мулоҳазалардан келиб чиқиб, ҳар бир фаолиятда янгича қараш, янги усулларда хомашёларни яратиш ва ишлаб чиқаришга сарфлаш, истеъмолчилар эҳтиёжини тўлақонли қондиришга қаратилган фаолиятини амалга ошириш, инновацион маҳсулотни силжитишгача бўлган барча жараёнларнинг ҳар бирида инновацион маркетингни ўзида намоён қилади.

Замонавий бозор шароитида инновацион маркетинг инновацион фаолиятнинг бир тури сифатида юзага келар экан, бунда, янги маҳсулот ва хизмат турларини ишлаб чиқиш жараёнларини ўзлаштиришда кўпроқ эътибор ушбу инновацион маҳсулотларни баҳолашга эмас, балки бозорни ўрганишга қаратилади. Бу эса ўз навбатида инновацион маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг янги маҳсулотлари ёки кўрсатадиган хизматларини самарали ва муваффақиятли бозорга силжитишда инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиши муҳим аҳамият касб этади.

Фойдаланилган адабиётлар руйхати

1. Ўзбек тилининг изоҳли луғати 2-китоб, Т.; 2006. 212-б
2. Йўлдошев Н.Қ., Мирсаидова Ш.А., Голдман Й.Д. Инновацион менежмент – Т.; ТДИУ.Дарслик 2011. 6-б.

3. Камилжанов Б.И. Инновациявий менежмент услубларини такомиллаштириш Т.; Фан, – 2007. 172 б.
4. Cooke Ian, Mayers P. Introduction to Innovation and Technology Transfer Boston: Artech House, Inc., 1996.
5. Dodgson M. The management of technological innovation: An international and strategic approach. – Oxford University Press, 2000.
6. Шумпетер И. История экономического анализа. П-2004.
7. Саидов М.Х. Олий таълим иқтисодиёти, инвестициялари ва маркетинги: Ўқув қўлланма.-Т.; Молия, 2003.-74 б.
8. Т. И. Шерстобитова. “К вопросу концептуальных основ инновационный маркетинг” .Общественные науки. Экономика журнал №4 (16) 2010 г.