



ХОТИН-ҚИЗЛАР ТАДБИРКОРЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ИЖТИМОЙ МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ МЕХАНИЗМЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

*Аёллар ва болаларни реабилитация қилиш
Сирдарё вилояти ҳудудий маркази директори
Маманазарова Соҳиба Абдуганиевна*

Аннотация.

Мазкур мақолада хотин-қизлар тадбиркорлигини ривожлантиришда ижтимоий маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг назарий ва амалий жиҳатлари ёритилган. Хотин-қизларнинг иқтисодий фаоллигини ошириш, тадбиркорлик ташаббусларини қўллаб-қувватлаш, маркетинг коммуникацияларини такомиллаштириш ҳамда рақамли платформалар имкониятларидан самарали фойдаланиш масалалари кўриб чиқилган. Шунингдек, хотин-қизлар тадбиркорлигини ривожлантиришга қаратилган ижтимоий маркетинг механизмларини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: хотин-қизлар тадбиркорлиги, ижтимоий маркетинг, рақамли маркетинг, ижтимоий-иқтисодий ривожланиш, бандлик, маркетинг коммуникациялари, тадбиркорлик фаоллиги, ижтимоий инновациялар.

Кириш

Бугунги кунда хотин-қизларнинг иқтисодий фаоллигини ошириш, уларнинг тадбиркорлик салоҳиятини рўёбга чиқариш ва жамиятдаги ижтимоий-иқтисодий мавқеини мустаҳкамлаш муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Хотин-қизлар тадбиркорлигининг ривожланиши янги иш ўринларини яратиш, оилавий даромадларни ошириш, маҳаллий



иқтисодиётни фаоллаштириш ва аҳоли фаровонлигини таъминлашга хизмат қилади.

Тадбиркорликни қўллаб-қувватлашда молиявий ресурслар, имтиёзли кредитлар ва касбий таълим билан бир қаторда маркетинг имкониятларидан фойдаланиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Чунки тадбиркорлик фаолиятининг барқарорлиги нафақат маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишга, балки бозор талабини аниқлаш, истеъмолчилар билан самарали мулоқот ўрнатиш ва маҳсулотларни тўғри тарғиб қилишга ҳам боғлиқ.

Шу нуқтаи назардан, ижтимоий маркетинг технологияларини хотин-қизлар тадбиркорлигини ривожлантириш жараёнларига татбиқ этиш долзарб илмий йўналишлардан биридир.

Адабиётлар таҳлили

Маркетинг назариясида истеъмолчилар эҳтиёжларини ўрганиш, бозор талабини таҳлил қилиш ва қиймат яратиш масалалари муҳим ўрин тутади. Филип Котлер ва Нэнси Ли ижтимоий маркетингни ижтимоий аҳамиятга эга бўлган мақсадларга эришиш учун маркетинг тамойилларидан фойдаланиш билан боғлайдилар.

Ижтимоий маркетинг анъанавий тижорат маркетингидан фарқли равишда нафақат иқтисодий натижа, балки ижтимоий хулқ-атворни ўзгартириш, аҳолининг хабардорлигини ошириш ва жамият учун фойдали натижаларга эришишга ҳам йўналтирилади.

Хотин-қизлар тадбиркорлиги нуқтаи назаридан мазкур ёндашув тадбиркорлик кўникмаларини шакллантириш, бозорга чиқиш имкониятларини кенгайтириш, рақамли саводхонликни ошириш ва





тадбиркор аёллар ўртасида ҳамкорлик алоқаларини ривожлантиришга хизмат қилиши мумкин.

Шу билан бирга, ижтимоий маркетингнинг хотин-қизлар тадбиркорлигини қўллаб-қувватлаш тизимидаги ўрнини ҳудудий хусусиятлар, мақсадли гуруҳлар эҳтиёжлари ва маркетинг коммуникацияларининг самарадорлиги асосида ўрганиш зарур.

Тадқиқот методологияси

Тадқиқотда тизимли ёндашув, қиёсий таҳлил, илмий умумлаштириш ва мантиқий таҳлил усулларида фойдаланиш назарда тутилади. Ушбу усуллар ижтимоий маркетинг технологияларининг хотин-қизлар тадбиркорлигига таъсирини назарий жиҳатдан асослаш ҳамда уларни амалиётга татбиқ этиш йўналишларини белгилаш имконини беради.

Эмпирик тадқиқотни кенгайтириш учун хотин-қизлар тадбиркорлари ўртасида сўровнома ўтказиш, тадбиркорлик субъектлари фаолиятини ўрганиш ва рақамли маркетинг воситаларидан фойдаланиш даражасини баҳолаш мумкин.

Асосий қисм ва таҳлил

Хотин-қизлар тадбиркорлигини ривожлантиришда учрайдиган муаммолардан бири маҳсулот ва хизматларни бозорга олиб чиқиш, янги миқдорларни жалб этиш ва рақобат муҳитига мослашиш билан боғлиқ. Айрим тадбиркорлар ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш кўникмаларига эга бўлсалар-да, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, бозорни сегментлаш ва рақамли тарғибот воситаларидан фойдаланишда қийинчиликларга дуч келиши мумкин.





Мазкур муаммоларни ҳал этишда ижтимоий маркетинг технологиялари бир нечта йўналишда қўлланилиши мумкин.

Биринчидан, **мақсадли аудиторияни ўрганиш** орқали хотин-қизларнинг тадбиркорликка бўлган эҳтиёжлари, мавжуд имкониятлари ва тўсиқларини аниқлаш мумкин. Олинган маълумотлар асосида улар учун мос ўқув дастурлари, маслаҳат хизматлари ва маркетинг ечимлари ишлаб чиқилади.

Иккинчидан, **рақамли маркетинг коммуникацияларини ривожлантириш** муҳим аҳамиятга эга. Ижтимоий тармоқлар, электрон савдо платформалари ва мессенжерлар орқали тадбиркор аёлларнинг маҳсулотларини кенг аудиторияга тақдим этиш, мижозлар билан мулоқот ўрнатиш ва сотув имкониятларини кенгайтириш мумкин.

Учинчидан, **ижтимоий шериклик механизмларини жорий** этиш зарур. Давлат ташкилотлари, тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш институтлари, таълим муассасалари ва хусусий сектор ўртасидаги ҳамкорлик хотин-қизларга бизнес режалаштириш, маркетинг ва молиявий саводхонлик бўйича амалий ёрдам кўрсатиш имконини беради.

Тўртинчидан, **тадбиркор аёллар ўртасида тажриба алмашиш тармоқларини шакллантириш** мақсадга мувофиқ. Муваффақиятли тадбиркорлик тажрибаларини оммалаштириш, менторлик дастурларини йўлга қўйиш ва маҳсулотларни биргаликда тарғиб қилиш орқали бозорга чиқиш имкониятларини кенгайтириш мумкин.

**Ижтимоий маркетинг механизмларини такомиллаштириш
йўналишлари**





Хотин-қизлар тадбиркорлигини ривожлантиришда ижтимоий маркетинг механизмларини такомиллаштириш учун қуйидаги йўналишлар таклиф этилади:

1. Худудлар кесимида хотин-қизларнинг тадбиркорлик эҳтиёжлари ва маркетинг кўникмаларини ўрганиш тизимини жорий этиш.
2. Тадбиркор аёллар учун рақамли маркетинг, электрон савдо ва мижозлар билан ишлаш бўйича амалий ўқув дастурларини ташкил этиш.
3. Маҳаллий маҳсулот ва хизматларни тарғиб қилишга қаратилган рақамли ахборот майдонларини ривожлантириш.
4. Хотин-қизлар тадбиркорлигини қўллаб-қувватлашда давлат, хусусий сектор ва жамоат ташкилотлари ҳамкорлигини кучайтириш.
5. Ижтимоий маркетинг дастурлари самарадорлигини тадбиркорлик фаоллиги, бозорга чиқиш имкониятлари, мижозлар қамрови ва бизнеснинг барқарорлиги каби кўрсаткичлар орқали баҳолаш.

Ушбу таклифларнинг амалий натижадорлигини аниқлаш учун худудлар ва мақсадли гуруҳлар кесимида эмпирик маълумотлар тўплаш, дастурларнинг натижаларини таққослаш ҳамда иқтисодий ва ижтимоий кўрсаткичларни мунтазам мониторинг қилиш талаб этилади.

Илмий янгилик

Мақоланинг таклиф этилаётган илмий янгилиги хотин-қизлар тадбиркорлигини ривожлантиришда ижтимоий маркетинг, рақамли коммуникациялар ва институционал ҳамкорликни ўзаро боғловчи концептуал ёндашувни шакллантиришдан иборат.



Ушбу ёндашувда хотин-қизларнинг эҳтиёжларини ўрганиш, мақсадли маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш, рақамли воситалардан фойдаланиш ва натижаларни баҳолаш ягона механизм сифатида қаралади.

Мазкур илмий янгиликни тўлиқ асослаш учун таклиф этилаётган механизмни мавжуд ёндашувлар билан қиёслаш, унинг таркибий элементларини аниқ белгилаш ва эмпирик тадқиқот натижалари билан тасдиқлаш лозим.

Хулоса ва таклифлар

Тадқиқотнинг назарий таҳлили шуни кўрсатадики, ижтимоий маркетинг технологияларидан фойдаланиш хотин-қизлар тадбиркорлигини қўллаб-қувватлашнинг қўшимча воситаси бўлиши мумкин. У тадбиркорликка оид ахборотни етказиш, бозор имкониятларидан хабардорликни ошириш, рақамли кўникмаларни ривожлантириш ва ҳамкорлик алоқаларини мустаҳкамлашга хизмат қилади.

Хотин-қизлар тадбиркорлигини барқарор ривожлантириш учун маркетинг фаолиятини молиявий қўллаб-қувватлаш, касбий таълим ва институционал ҳамкорлик билан уйғунлаштириш мақсадга мувофиқ.

Келгусида мазкур йўналишда ҳудудий тадқиқотлар ўтказиш, тадбиркор аёллар ўртасида сўровномалар ташкил этиш ва ижтимоий маркетинг дастурларининг натижадорлигини баҳолаш орқали амалий тавсияларни такомиллаштириш мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Kotler, P., Lee, N. *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. 4th edition. SAGE Publications, 2019.



2. Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A. *Marketing Management*. 16th edition. Pearson, 2022.
3. World Bank. *Women, Business and the Law 2024*. Washington, DC: World Bank, 2024.
4. International Labour Organization. *Women's Entrepreneurship Development: Assessment, Planning and Practice*. Женева: ILO. Тегишли нашр ва библиографик маълумотлар журналга топширишдан олдин аниқлаштирилиши лозим.
5. Ўзбекистон Республикасининг хотин-қизларни қўллаб-қувватлаш, тадбиркорликни ривожлантириш ва бандликни таъминлашга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари. Фойдаланилган аниқ ҳужжатлар рўйхати тадқиқот давомида шакллантирилади.