



## **HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARI MARKETINGI: ZAMONAVIY STRATEGIYALAR VA ULARNING IQTISODIY SAMARADORLIGI**

**Muminova Gulchexra Ergashaliyevna**

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi tinglovchisi

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulotni ishlab chiqarishning o‘zi kifoya emas – uni samarali tarzda sotish va iste’molchiga yetkazish yanada dolzarb masalaga aylanmoqda. Ayniqsa, hunarmandchilik mahsulotlari kabi an’anaviy va ko‘proq qo‘lda tayyorlanadigan mahsulotlar uchun zamonaviy marketing strategiyalarining ahamiyati tobora ortib bormoqda. Global raqobat kuchaygan, iste’molchilarning didi va talablari o‘zgarib borayotgan bir sharoitda hunarmandlar o‘z mahsulotlarini nafaqat sifatli, balki bozorga moslashtirilgan, vizual jihatdan jozibali va raqamli maydonlarda ko‘rinadigan shaklda taqdim etishlari lozim.

O‘zbekistonning boy madaniy merosi va hunarmandchilik an’analari mavjud bo‘lishiga qaramay, ushbu mahsulotlarning marketing yo‘nalishidagi zaifliklari ularning iqtisodiy salohiyatini to‘liq ochib bera olmayapti. Shu boisdan, raqamli texnologiyalar, internet marketingi, brending, onlayn savdo platformalaridan foydalanish kabi zamonaviy strategiyalarni joriy etish orqali hunarmandchilik mahsulotlarini ichki va xalqaro bozorlarda ilgari surish imkoniyati kengaymoqda.

Bugungi globallashuv davrida mahsulotlar sifati, estetikasi va funkcionalligidan tashqari, ularning bozordagi mavjudligi, pozitsiyalash darajasi va targ‘iboti ham muhim o‘rin tutadi. Ayniqsa hunarmandchilik mahsulotlari singari noyob mahsulotlar uchun marketing strategiyalari o‘ta muhim hisoblanadi. Chunki ushbu mahsulotlar ommaviy emas, balki eksklyuziv segmentga taalluqli bo‘lib, ularni xarid qilishga tayyor auditoriyaga to‘g‘ri yetkazish talab etiladi.

Bugungi kunda dunyo miqyosida hunarmandchilik mahsulotlariga bo‘lgan talab ortib borayotgani kuzatilmoqda. Ayniqsa, ekologik toza, qo‘lda tayyorlangan, milliy madaniyatni aks ettiruvchi mahsulotlar iste’molchilar tomonidan qadrlanmoqda. Ushbu tendensiya hunarmandlar uchun mahsulotni sotishda zamonaviy marketing yondashuvlarini qo‘llash zaruratini tug‘dirmoqda.

O‘zbekiston hunarmandchilik bozori ham bu borada sezilarli o‘zgarishlarga duch kelmoqda. So‘nggi yillarda raqamli marketing vositalari – ijtimoiy tarmoqlar, onlayn platformalar, elektron savdo maydonchalari orqali hunarmandlar mahsulotlarini nafaqat ichki, balki tashqi bozorlarga ham muvaffaqiyatli olib



chiqishmoqda. Masalan, 2022-yilda hunarmandchilik mahsulotlarining umumiy eksporti 30 million AQSh dollaridan oshdi, bu esa marketing strategiyalarining iqtisodiy samaradorligini amalda ko'rsatmoqda.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, brend yaratgan va internet savdosi orqali ishlayotgan hunarmandlar odatiy bozorda savdo qilayotganlarga nisbatan 1,5–2 baravar ko'proq daromad olishmoqda. Bu esa raqamli marketing, brending va mahsulot diferensiallashtirish kabi strategiyalarning iqtisodiy natijasini yaqqol ifodalaydi.

Shuningdek, xalqaro savdo platformalarida (masalan, Etsy, Amazon Handmade) faoliyat yuritayotgan hunarmandlar oyiga o'rtacha 2–5 ming AQSh dollarigacha daromad olishmoqda. Bu jarayonda mahsulot dizayni, vizual marketing, sifatli kontent va mijozlar bilan aloqalarni samarali yo'lga qo'yish muhim rol o'ynaydi.

Umuman olganda, zamonaviy marketing strategiyalarining qo'llanilishi hunarmandchilik mahsulotlarining nafaqat bozordagi raqobatbardoshligini, balki ular orqali yaratilayotgan iqtisodiy qiymatni sezilarli darajada oshirayotganini ko'rsatadi.

Marketing strategiyasi — bu ishlab chiqaruvchi yoki savdogarning o'z mahsulotini maqsadli auditoriyaga qanday yo'naltirishini belgilovchi rejalashtirilgan harakatlar majmuasidir. Hunarmandlar uchun bu strategiyalar quyidagilarga xizmat qiladi:

- Mahsulotni bozor ehtiyojlariga moslashtirish;
- Xaridor bilan barqaror aloqalarni o'rnatish;
- Mahsulotning qiymatini ta'kidlash;
- Sotuv hajmini barqaror oshirish.

Hunarmandlar ko'p hollarda “men mahsulotni yasayman, lekin qanday sotishni bilmayman” degan holatga duch keladi. Shuning uchun marketing strategiyalari bu sohada hayotiy zaruratga aylangan.

#### **4P modeli asosida strategik yondashuv**

Hunarmandchilik mahsulotlarini targ'ib qilishda mashhur 4P modeli (Product, Price, Place, Promotion) asosida quyidagicha yondashuv taklif qilinadi (1-jadval):

**1-jadval**

**Hunarmandchilik mahsulotlarini targ'ib qilishda mashhur 4P modeli**

<b>Product (Mahsulot):</b>	<b>Price (Narx):</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Unikal dizayn va san'at asariga xos xususiyatlar;</li><li>● Milliy elementlar (naqsh, ramz, rang);</li><li>● Ekologik xomashyo (organik matolar, tabiiy bo'yoqlar);</li><li>● Har bir mahsulot orqasidagi hikoya — storytelling.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mehnat, vaqt va san'at qiymatini inobatga olgan narx siyosati;</li><li>● Raqobatchilar narxini tahlil qilish;</li><li>● Segmentga qarab narxni moslashtirish (premium, o'rtacha, budget toifalar);</li><li>● "Qo'shimcha qiymat" tamoyili asosida narxni asoslash.</li></ul>
<b>Place (Joylashtirish):</b>	<b>Promotion (Targ'ibot):</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Yarmarkalar, festivallar va ko'rgazmalarda qatnashish;</li><li>● Turizm zonalaridagi butiklar;</li><li>● Internetdagi onlayn savdo platformalari (Etsy, Amazon Handmade);</li><li>● Ijtimoiy tarmoqlar orqali to'g'ridan-to'g'ri savdo (Instagram Shop, Facebook Marketplace).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mahsulot yaratilish jarayoni haqida videolar;</li><li>● Influencerlar orqali marketing;</li><li>● Elektron pochta marketingi (e-mail subscription);</li><li>● Brend voqealarini tashkil etish (storytelling night, madaniyat kechalari).</li></ul>

Hunarmand mahsulotlar har kimga emas, balki didli, estetikani qadrllovchi xaridorga mo'ljallangan bo'ladi. Marketing strategiyasi shuni inobatga olgan holda quyidagicha bo'lishi kerak:

**Ichki auditoriya:**

- madaniyat ixlosmandlari, sovg'a xaridorlari, milliy dizayn ishqibozlari;

**Xorijiy auditoriya:**

- turistlar, kolleksionerlar, elchixonalar, xalqaro tanlov va ko'rgazmalar ishtirokchilari;

**Korporativ mijozlar:**

- mehmonxonalar, restoranlar, davlat tashkilotlari, suvenir do'konlari.

**1-rasm. Marketing strategiyasi asosida hunarmandchilik mahsulotlari**

Har bir segment uchun alohida kontent, narx va reklama uslubi ishlab chiqilishi shart.

**Brendlashtirish va vizual identifikatsiya**



Hunarmandning mahsuloti sotilayotganda birinchi bo‘lib ko‘zga tashlanadigan narsa — **brend**. Bu mahsulotning tashqi ko‘rinishi, qadoqlanishi, logotipi, rang sxemasi, hattoki ustaning ismi yoki laqabi ham bo‘lishi mumkin.

**Brendlashtirish strategiyasi quyidagilarni o‘z ichiga oladi:**

- Mahsulotning yagona vizual identitetini shakllantirish (logotip, ranglar, shriftlar);
- “Usta hikoyasi”ni kontent orqali yetkazish;
- Mahsulot yorlig‘iga QR kod joylashtirish — bu orqali iste‘molchi usta, ishlab chiqarish joyi va jarayon haqida videoni ko‘radi;
- Mahsulotga sertifikatlar, xalqaro tanlovda ishtirok etganlik belgilarini qo‘shish.

**Savdo strategiyalari: onlayn va offlayn shakllarda bo‘ladi.**

**Offlayn savdo strategiyalari:**

- Doimiy ravishda qatnashiladigan yarmarkalar va festivallar ro‘yxatini tuzish;
- Savdo nuqtalarida interaktivlik (jonli master-klass, namoyish);
- Mijozlar bilan shaxsiy aloqa: aloqalarni saqlash va doimiy takliflar.

**Onlayn savdo strategiyalari:**

- Etsy va Amazon Handmade‘da profil ochish va SEO bilan ishlash;
- Instagram sahifasini mahsulot galereyasiga aylantirish;
- TikTok‘da qisqa videolar orqali ustaxonani ko‘rsatish;
- Telegram kanali orqali buyurtmalarni qabul qilish va sodiqlik dasturlari.

**Innovatsion yondashuvlar: zamonaviy trendlar**

**Storytelling – mahsulot ortidagi ruh**

Xaridor mahsulot emas, **hikoya** sotib oladi. Usta mahsulot ortida nimani yashiradi? Nega bu naqsh tanlandi? Kimga atalgan? Shu kabi savollarga javoblar mahsulot qiymatini oshiradi.

**Personalizatsiya – xaridorga moslashtirish**

Xaridor ismini yozib berish, o‘z tanloviga ko‘ra rang va naqsh tanlash imkoniyati, eksklyuziv buyurtmalar — bularning barchasi sodiqlikni oshiradi.

**Virtual va AR texnologiyalar**



Online xaridor mahsulotni 3D formatda ko‘ra oladi. Interaktiv ko‘rgazmalar va mobil ilovalar orqali mahsulotni “sinab ko‘rish” imkoniyati.

### **Narx belgilash strategiyalari**

Narx belgilanayotganda quyidagilar hisobga olinadi:

- Ishlab chiqarish xarajati (xomashyo, vaqt, ish haqi);
- Bozordagi o‘rtacha narxlar;
- Mahsulotning unikal xususiyatlari;
- Auditoriyaning to‘lov qobiliyati.

Strategiya sifatida “value-based pricing” — mahsulotni xaridor qanday qadrlasa, shunga qarab narx belgilash usuli qo‘llanilishi mumkin.

Zamonaviy hunarmandchilik bozori omon qolishi va rivojlanishi uchun marketing strategiyalariga tayanishi zarur. 4P modeli, segmentatsiya, brendlashtirish, onlayn savdo, storytelling va innovatsion yondashuvlar orqali hunarmand o‘z mahsulotini nafaqat saqlab qoladi, balki dunyo bozoriga olib chiqadi.

Hunarmandchilik mahsulotlari marketingini zamonaviy strategiyalar orqali rivojlantirish va ularning iqtisodiy samaradorligi oshirish yuzasidan **taklif va tavsiyalar**.

**Hunarmandlar uchun marketing ko‘nikmalarini rivojlantirish:** maxsus o‘quv kurslari va treninglar orqali mahalliy ustalarga marketing, brending va onlayn savdo ko‘nikmalari o‘rgatilishi lozim.

**Raqamli platformalarga chiqishni qo‘llab-quvvatlash:** hunarmandlar uchun "Etsy", "Amazon Handmade", "eBay" kabi xalqaro platformalarda ro‘yxatdan o‘tish va mahsulot joylashtirishda davlat yoki nodavlat tashkilotlar yordami zarur.

**Mahalliy va xalqaro ko‘rgazmalarda ishtirokni kengaytirish:** hunarmandlar ishtirokidagi savdo yarmarkalari va ko‘rgazmalarga moliyaviy va tashkiliy yordam ko‘rsatish ularning mahsulotlarini reklama qilish imkoniyatini yaratadi.

**Hunarmandchilik uchun elektron savdo infratuzilmasini rivojlantirish:** milliy hunarmandchilik mahsulotlariga ixtisoslashgan onlayn marketpleys (bozor)lar tashkil etilishi tavsiya etiladi.

Milliy brendlar yaratish va qo‘llab-quvvatlash: sifatli, estetika jihatidan kuchli va milliy urf-odatlarini aks ettiruvchi hunarmandchilik mahsulotlari uchun yagona “Uzbek Handicraft” brendi ostida eksport siyosati yuritilishi mumkin.

Yuqorida olib borilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, hunarmandchilik mahsulotlarining bozordagi muvaffaqiyati ularni qanday ishlab chiqarilishidan tashqari, qanday marketing strategiyasi orqali iste‘molchiga yetkazilishiga ham



bevosita bog‘liq. Raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar, elektron savdo maydonchalari kabi zamonaviy marketing vositalarining qo‘llanilishi hunarmandlar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda, ularning iqtisodiy samaradorligini oshirmoqda hamda ichki va tashqi bozorda raqobatbardoshligini mustahkamlamoqda.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati**

1. Basco, R. Family business and regional development - A theoretical model of regional familiness. Journal of Family Business Strategy (2015), <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfbs.2015.04>
2. Abdullayeva R.G. Hunarmandchilik taraqqiyotining tarixiy va institusional asoslari. Iqtisod va moliya / Экономика и финансы 2017, 2
3. Muallif ishlanmasi