



SIYOSIY MARKETING STRATEGIYALARI

Marjona ABDUJABBOROVA

O'zbekiston Milliy universiteti

Ijtimoiy fanlar fakulteti

“Siyosatshunoslik” yo'nalishi

3-bosqich talabasi

abdujabborova2007@icloud.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada siyosiy marketing strategiyalarining nazariy asoslari, ularning zamonaviy siyosiy jarayonlardagi o'rni va amaliy ahamiyati tahlil qilingan. Siyosiy marketingning siyosiy partiyalar, davlat institutlari va siyosiy liderlar faoliyatidagi strategik funksiyalari, saylovchilar bilan samarali kommunikatsiyani yo'lga qo'yish mexanizmlari hamda raqamli texnologiyalarning siyosiy marketing strategiyalariga ta'siri yoritilgan. Shuningdek, jamoatchilik fikrini o'rganish, elektorat ehtiyojlarini aniqlash va siyosiy kampaniyalarni rejalashtirishda marketing yondashuvlaridan foydalanishning o'ziga xos jihatlari tahlil etilgan. Tadqiqot natijalari siyosiy marketing strategiyalaridan samarali foydalanish siyosiy kommunikatsiya sifatini oshirish, fuqarolarning siyosiy ishtirokini rag'batlantirish hamda siyosiy institutlarga nisbatan jamoatchilik ishonchini mustahkamlashga xizmat qilishini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: siyosiy marketing, siyosiy marketing strategiyasi, siyosiy kommunikatsiya, siyosiy partiyalar, elektorat, saylov kampaniyasi, raqamli marketing, jamoatchilik fikri, strategik boshqaruv.

Аннотация: В данной статье рассматриваются теоретические основы стратегий политического маркетинга, их роль и практическое значение в современных политических процессах. Проанализированы стратегические функции политического маркетинга в деятельности политических партий, государственных институтов и политических лидеров,



а также механизмы построения эффективной коммуникации с электоратом. Особое внимание уделено влиянию цифровых технологий на развитие стратегий политического маркетинга, использованию маркетинговых инструментов при изучении общественного мнения, выявлении потребностей избирателей и планировании политических кампаний. Результаты исследования показывают, что эффективное применение стратегий политического маркетинга способствует повышению качества политической коммуникации, расширению политического участия граждан и укреплению общественного доверия к политическим институтам.

Ключевые слова: *политический маркетинг, стратегии политического маркетинга, политическая коммуникация, политические партии, электорат, избирательная кампания, цифровой маркетинг, общественное мнение, стратегическое управление.*

Abstract: *This article examines the theoretical foundations of political marketing strategies, as well as their role and practical significance in contemporary political processes. It analyzes the strategic functions of political marketing in the activities of political parties, public institutions, and political leaders, with particular emphasis on mechanisms for establishing effective communication with the electorate. The study also explores the impact of digital technologies on the development of political marketing strategies and the application of marketing tools in public opinion research, voter segmentation, and the planning of political campaigns. The findings demonstrate that the effective implementation of political marketing strategies enhances the quality of political communication, promotes citizens' political participation, and strengthens public trust in political institutions.*

Keywords: *political marketing, political marketing strategies, political communication, political parties, electorate, election campaign, digital marketing, public opinion, strategic management.*

Kirish



XXI asrda siyosiy jarayonlarning tobora murakkablashuvi, axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi va fuqarolarning siyosiy faolligining ortishi siyosiy subyektlardan jamoatchilik bilan samarali muloqotni yo'lga qo'yishni talab etmoqda. Bunday sharoitda siyosiy marketing strategiyalari siyosiy partiyalar, davlat institutlari va siyosiy liderlarning jamiyat bilan o'zaro munosabatlarini tashkil etish, saylovchilar ehtiyojlarini aniqlash hamda ularning ishonchini qozonishda muhim boshqaruv vositasi sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu jihatdan siyosiy marketing bugungi kunda faqat saylovoldi kampaniyalarini tashkil etish usuli emas, balki siyosiy boshqaruvning strategik yo'nalishlaridan biri sifatida e'tirof etiladi.

Ilmiy adabiyotlarda siyosiy marketing marketing konsepsiyasining siyosiy sohaga tatbiq etilishi sifatida talqin qilinadi. Mazkur yondashuv saylovchilarni oddiy ovoz beruvchilar emas, balki siyosiy jarayonlarning faol ishtirokchilari sifatida ko'rib, ularning ehtiyojlari, manfaatlari va kutilmalarini chuqur tahlil qilishni nazarda tutadi. Shu bois siyosiy marketing strategiyalarini ishlab chiqishda ijtimoiy fikrni o'rganish, auditoriyani segmentatsiya qilish, siyosiy brending, siyosiy kommunikatsiya va raqamli texnologiyalardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi [1].

So'nggi yillarda siyosiy kommunikatsiyaning raqamli makonga ko'chishi siyosiy marketing strategiyalarining mazmunini tubdan o'zgartirdi. Ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt, katta hajmdagi ma'lumotlarni (Big Data) tahlil qilish hamda raqamli platformalar siyosiy subyektlarga saylovchilar bilan bevosita muloqot qilish, ularning siyosiy kayfiyati va xatti-harakatlarini tahlil etish hamda maqsadli kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqish imkonini bermoqda. Natijada siyosiy marketing nafaqat saylov kampaniyalari davrida, balki siyosiy faoliyatning barcha bosqichlarida qo'llaniladigan uzluksiz strategik jarayonga aylanmoqda [2].

Rivojlangan demokratik davlatlar tajribasi siyosiy marketing strategiyalaridan samarali foydalanish fuqarolar bilan ochiq muloqotni rivojlantirish, siyosiy institutlarga nisbatan ishonchni mustahkamlash hamda davlat boshqaruvi



samaradorligini oshirishga xizmat qilishini ko'rsatmoqda [3]. Shu bilan birga, zamonaviy siyosiy marketing faqat saylovda g'alaba qozonishga emas, balki jamoatchilik manfaatlarini inobatga olgan holda uzoq muddatli siyosiy munosabatlarni shakllantirishga qaratilgan strategik faoliyat sifatida baholanmoqda.

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan demokratik islohotlar, siyosiy institutlar faoliyatining takomillashuvi hamda fuqarolik jamiyati institutlarining rivojlanishi siyosiy marketing strategiyalarini ilmiy jihatdan o'rganish zaruratini yanada oshirmoqda. Siyosiy partiyalar va davlat institutlari faoliyatida zamonaviy marketing yondashuvlarini qo'llash fuqarolar bilan samarali kommunikatsiyani rivojlantirish, siyosiy ishtirokni rag'batlantirish va siyosiy boshqaruv sifatini oshirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

Mazkur maqolaning maqsadi siyosiy marketing strategiyalarining nazariy asoslarini tahlil qilish, ularning zamonaviy siyosiy jarayonlardagi o'рни va ahamiyatini yoritish hamda siyosiy kommunikatsiya samaradorligini oshirishdagi rolini ilmiy jihatdan asoslashdan iborat.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya

Siyosiy marketing strategiyalari zamonaviy siyosatshunoslik va marketing fanlarining eng dolzarb yo'nalishlaridan biri bo'lib, uning nazariy asoslari siyosiy kommunikatsiya, saylov texnologiyalari va strategik boshqaruv konsepsiyalari bilan chambarchas bog'liq. Ilmiy adabiyotlarda mazkur tushunchaga turlicha yondashuvlar mavjud bo'lib, ularning aksariyatida siyosiy marketing saylovchilar ehtiyojlarini aniqlash, siyosiy subyektlarning faoliyatini jamiyat manfaatlariga moslashtirish hamda samarali kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqishga qaratilgan boshqaruv mexanizmi sifatida talqin etiladi [4].

Siyosiy marketing nazariyasining rivojlanishida Filipp Kotler va Neil Kotlarning ilmiy qarashlari alohida o'rin tutadi. Mualliflar siyosiy marketingni an'anaviy marketing tamoyillarining siyosiy sohaga moslashtirilgan shakli sifatida baholab, uning asosiy vazifasi saylovchilar talabini o'rganish, siyosiy taklifni shakllantirish hamda jamoatchilik bilan samarali muloqotni ta'minlashdan iborat



ekanligini qayd etadilar (Kotler & Kotler, 1999). Bu yondashuv siyosiy marketingni faqat saylov kampaniyalari bilan bog'lamasdan, siyosiy boshqaruvning strategik elementi sifatida ko'rib chiqish imkonini beradi. Jennifer Lees-Marshment siyosiy marketingni siyosiy partiyalar faoliyatini boshqarishning zamonaviy modeli sifatida izohlab, elektorat manfaatlariga yo'naltirilgan siyosiy faoliyat uzoq muddatli siyosiy muvaffaqiyatning muhim omili ekanligini ta'kidlaydi. Muallifning fikricha, siyosiy partiyalar jamiyatdagi ijtimoiy-siyosiy o'zgarishlarni muntazam tahlil qilishi, fuqarolar bilan ikki tomonlama muloqotni rivojlantirishi va o'z strategiyasini jamoatchilik ehtiyojlari asosida takomillashtirib borishi lozim [5].

So'nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlarda siyosiy marketing strategiyalarining raqamli transformatsiyasi, ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlili texnologiyalarining siyosiy kommunikatsiyaga ta'siri keng o'rganilmoqda. Bu esa siyosiy marketingning nazariy asoslari bilan bir qatorda uning amaliy imkoniyatlarini ham kengaytirib, siyosiy jarayonlarda yangi yondashuvlarning shakllanishiga zamin yaratmoqda.

Mazkur tadqiqotda siyosiy marketing strategiyalarining nazariy va amaliy jihatlarini o'rganishda tizimli yondashuv, tahlil va sintez, qiyosiy tahlil hamda ilmiy umumlashtirish metodlaridan foydalanildi. Tadqiqotning nazariy asosini siyosiy marketing, siyosiy kommunikatsiya va strategik boshqaruv sohasidagi xorijiy olimlarning ilmiy ishlari tashkil etdi. Shu qatorda, siyosiy marketing strategiyalarining zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini aniqlash maqsadida ilmiy adabiyotlar o'zaro qiyoslandi va mavjud yondashuvlar umumlashtirildi. Tadqiqot davomida siyosiy marketing strategiyalarining siyosiy partiyalar faoliyatidagi o'rni, elektorat bilan kommunikatsiyani rivojlantirishdagi ahamiyati hamda zamonaviy siyosiy boshqaruv tizimidagi roli kompleks tahlil qilindi.

Muhokama va natijalar

Adabiyotlar tahlili siyosiy marketing strategiyalarining samaradorligi bir qator omillarga bog'liqligini ko'rsatdi. Jumladan, saylovchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish, auditoriyani segmentatsiya qilish, siyosiy brendni shakllantirish hamda



an'anaviy va raqamli kommunikatsiya vositalaridan kompleks foydalanish strategiyaning muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy omillar hisoblanadi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalarning keng qo'llanilishi siyosiy subyektlarga elektorat bilan tezkor va interaktiv muloqotni yo'lga qo'yish imkoniyatini yaratmoqda.

Qiyosiy tahlillar natijasida rivojlangan demokratik davlatlarda siyosiy marketing strategiyalaridan foydalanish siyosiy partiyalar faoliyatining ajralmas qismiga aylangani aniqlandi. Ushbu davlatlarda marketing vositalari nafaqat saylov kampaniyalarida, balki siyosiy dasturlarni ishlab chiqish, jamoatchilik fikrini o'rganish va davlat boshqaruvi samaradorligini oshirish jarayonlarida ham qo'llaniladi. Bu esa siyosiy institutlarning fuqarolar oldidagi ochiqqligi va hisobdorligini ta'minlashga xizmat qilmoqda.

Tadqiqot davomida O'zbekistonda ham siyosiy marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlari tahlil qilindi. Mamlakatda saylov tizimini takomillashtirish, siyosiy partiyalar faoliyatini rivojlantirish hamda davlat organlarining ochiqqligini ta'minlash bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar siyosiy marketing vositalarini qo'llash uchun qulay sharoit yaratmoqda. Biroq siyosiy marketingning zamonaviy vositalaridan foydalanish darajasi, elektorat bilan ikki tomonlama kommunikatsiyani yo'lga qo'yish va ma'lumotlarga asoslangan strategik qarorlar qabul qilish amaliyoti hali yetarli darajada rivojlanmagan.

Tadqiqot natijalarini umumlashtirish asosida siyosiy marketing strategiyalarining samaradorligini ta'minlovchi quyidagi ustuvor yo'nalishlar belgilandi:

- elektorat ehtiyojlari va jamoatchilik fikrini muntazam monitoring qilish;
- raqamli kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanish;
- siyosiy brending va imijni tizimli boshqarish;
- fuqarolar bilan ikki tomonlama muloqot mexanizmlarini rivojlantirish;
- marketing tadqiqotlari natijalarini siyosiy qarorlar qabul qilish

jarayoniga integratsiya qilish.



Olingan natijalar siyosiy marketing strategiyalarini ilmiy asosda shakllantirish siyosiy kommunikatsiya samaradorligini oshirish, fuqarolarning siyosiy jarayonlardagi ishtirokini faollashtirish hamda siyosiy institutlarga nisbatan jamoatchilik ishonchini mustahkamlashga xizmat qilishini ko'rsatadi.

Xulosa

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, siyosiy marketing strategiyalari zamonaviy siyosiy boshqaruv tizimining muhim tarkibiy qismi bo'lib, siyosiy partiyalar, davlat institutlari va fuqarolar o'rtasida samarali kommunikatsiyani ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Siyosiy marketing vositalaridan ilmiy asosda foydalanish elektorat ehtiyojlarini aniqlash, jamoatchilik fikrini o'rganish, siyosiy qarorlar sifatini oshirish hamda fuqarolarning siyosiy jarayonlardagi ishtirokini faollashtirishga xizmat qiladi.

Tahlillar shuni tasdiqladiki, zamonaviy raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va ma'lumotlarga asoslangan tahliliy yondashuvlarning siyosiy marketing strategiyalariga integratsiya qilinishi siyosiy kommunikatsiya samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Bunda siyosiy subyektlarning ochiqqligi, shaffofligi va jamoatchilik bilan ikki tomonlama muloqotga asoslangan faoliyati fuqarolar ishonchini mustahkamlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

Shu munosabat bilan siyosiy marketing strategiyalarini takomillashtirish, ularni zamonaviy boshqaruv texnologiyalari bilan uyg'unlashtirish hamda siyosiy faoliyatda ilmiy asoslangan marketing yondashuvlarini keng qo'llash dolzarb vazifalardan biri bo'lib qolmoqda. Mazkur yondashuv siyosiy institutlar faoliyati samaradorligini oshirish, demokratik boshqaruv tamoyillarini mustahkamlash hamda davlat va jamiyat o'rtasidagi o'zaro ishonchli munosabatlarni rivojlantirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.



1. Kotler, P., & Kotler, N. (1999). Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes. In B. I. Newman (Ed.), Handbook of Political Marketing. Sage Publications.
2. Lees-Marshment, J. (2001). The Marriage of Politics and Marketing. Political Studies, 49(4), 692–713.
3. Newman, B. I. (Ed.). (1999). Handbook of Political Marketing. Sage Publications.
4. Lees-Marshment, J. (2001). The Marriage of Politics and Marketing. Political Studies, 49(4), 692–713.
5. Lees-Marshment, J. (2019). Political Marketing: Principles and Applications (3rd ed.). Routledge.