

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY TA‘LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida UDK: 339.13:338.45:66(575.1)

MO‘MINOVA DILDORA DILSHADOVNA

**KIMYO SANOATI KORXONALARI FAOLIYATINI
RIVOJLANTRISHDA MARKETING KOMMUNIKATSIYA
STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH**

08.00.11 – Marketing

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) darajasini olish uchun tayyorlangan
dissertatsiya

Ilmiy rahbar: Akramov T.A.
i.f.d., professor.

Toshkent - 2026

M U N D A R I J A

KIRISH.....	3
KORXONALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTRISHDA	
I BOB. MARKETING KOMMUNIKATSIYA STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....	14
1.1. Marketing kommunikatsiyalarining ilmiy-nazariy asoslari va xususiyatlari.....	14
1.2. Kimyo sanoati korxonalarida marketing kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqishdagi zamonaviy yondashuvlar	26
1.3. Jahonda kimyo sanoatini rivojlanishi va xalqaro kompaniyalarning marketing kommunikatsiyalaridan samarali foydalanish usullari.....	38
Birinchi bob bo'yicha xulosalar	52
II KIMYO SANOATI KORXONALARIDA MARKETING BOB. KOMMUNIKATSIYA STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH XOLATI TAHLILI.....	52
2.1. O'zbekistonda kimyo sanoatini rivojlanishi va korxonalarning bozor faoliyatini baholash.....	52
2.2. Kimyo sanoati korxonalarining marketing faoliyati va kommunikatsiya strategiyalaridan foydalanish holati tahlili.....	73
2.3. Kimyo sanoati korxonalarida zamonaviy marketing kommunikatsiya strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlarini aniqlash.....	85
Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar	100
III KIMYO SANOATI KORXONALARINING BOZOR BOB. FAOLIYATINI MARKETING KOMMUNIKATSIYA STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH ASOSIDA OSHIRISH YO'LLARI.....	101
3.1. Kimyo sanoati korxonalarida marketing kommunikatsiyalari dasturini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish.	101
3.2. Kimyo sanoati korxonalarida raqamli marketing kommunikatsiya strategiyalaridan foydalanish asosida raqobatbardoshligini oshirish.....	120
3.3. Kimyo sanoati korxonalarining marketing kommunikatsiya strategiyalari asosida iqtisodiy samaradorligini oshirish.....	134
Uchinchi bob bo'yicha xulosalar.....	153
XULOSA.....	154
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	157
Ilovalar.....	167

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon miqyosida kuzatilayotgan raqamli transformatsiya va integratsiyalashuv jarayonlari natijasida sanoat korxonalarining mijozlar bilan samarali kommunikatsiya qilish imkoniyatlarini yuzaga chiqarib, nafaqat tovarlar bozorida, balki axborotlar bozorida ham raqobatlashishni talab etmoqda. Sanoatda yetakchi o‘rin tutuvchi kimyo sanoat mahsulotlari bozorining B2B segmentida an‘anaviy va raqamli platformalar orqali mijozlar bilan uzluksiz va samarali aloqa o‘rnatish bozor ustuvorligini mustahkamlashda muhim strategik vosita sifatida qaralmoqda. Shu bois, kimyo sanoati korxonalarining raqobatbardoshlikni oshirish uchun marketing kommunikatsiya kanallarining doimiy faoliyatini ta‘minlash va mijozlarga yo‘naltirilgan strategik dastaklardan foydalanishning ahamiyati oshib bormoqda. 2024-yilda Yevropa kimyo sanoatining umumiy aylanmasi 655 milliard yevroni tashkil etdi, ilmiy tadqiqot va marketing innovatsiyalariga esa 10,2 milliard yevro sarflangan.¹ Shuningdek, 2024-yilda global raqamli kimyo sanoati bozori qiymati 19,1 milliard AQSh dollariga yetdi va 2034-yilga kelib bu ko‘rsatkich 140,8 milliard AQSh dollariga yetishi prognoz qilinmoqda, bu esa yillik o‘rtacha o‘sish sur‘ati 22,2 foizni tashkil etadi.² Bozordagi bunday o‘sish tendensiyalar mamlakatlar mahalliy kimyo sanoati korxonalari uchun zamonaviy marketing kommunikatsiyalaridan foydalanish asosida raqobatbardoshlikni oshirish strategiyalarini ishlab chiqishni talab etmoqda.

Jahon amaliyotida kimyo sanoat korxonalarida raqamli marketing texnologiyalari va neyromarketing vositalarini qo‘llash asosida raqobatbardoshlikni oshirish, zamonaviy marketing kommunikatsiya strategiyalarini ishlab chiqish, bunda raqamli kanallardan va texnologiyalar, jumladan “big data” (ulkan ma’lumotlar) va “artificial intelligence” (sun‘iy intellekt) kabi kanallarini yaratish ustuvor tadqiqotlarga aylangan. Kimyo sanoat korxonalarida marketing kommunikatsiya strategiyalarini joriy etish, korxonalarida marketing

¹ <https://www.insightaceanalytic.com/report/global-digital-chemical-industry-market-/1190>

² https://cefic.org/media-corner/newsroom/cefic-launches-2024-facts-figures-report/?utm_source=chatgpt.com

kommunikatsiyalari dasturini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish, raqamli marketing kommunikatsiya strategiyalaridan foydalanish asosida raqobatbardoshligini oshirish va iqtisodiy samaradorligini ta'minlash kabilar bu boradagi ilmiy tadqiqotlarning asosiy yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda kimyo sanoati korxonalarida marketing faoliyatini rivojlantirish, tashqi bozorlarga moslashuvchan strategiyalarni shakllantirish va raqobatbardosh eksportbop mahsulotlar bilan ishtirok etishni ta'minlash yo'nalishlariga alohida e'tibor qaratilmoqda. Shu bilan birga, kimyoviy mahsulotlarning texnik xususiyatlari va tarmoqning maxsus tartibga soluvchi talablarini hisobga olgan holda, sohaga ixtisoslashgan B2B kommunikatsiya kanallari va xalqaro bozorlarga yo'naltirilgan raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish zaruriyati ortib bormoqda. Mazkur sharoitda, O'zbekiston kimyo sanoatidagi yetakchi korxonalarning raqamli tayyorgarlik darajasini oshirish, veb-saytlar, mobil ilovalar, elektron ma'lumotlar bazasi va onlayn savdo tizimlarini yangilash, shuningdek, tashqi bozor talablariga moslashuvchan tarzda targ'ibot-marketing faoliyatini olib borish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 03-apreldagi PQ-4265-son "Kimyo sanoatini yanada isloh qilish va uning investitsiyaviy jozibadorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori bilan "2019 — 2030-yillarda kimyo sanoatini rivojlantirish dasturi" qabul qilingan. Mazkur dasturda "Kimyo tarmog'i tashkilotlarining faoliyati samaradorligini oshirish va moliyaviy holatini yaxshilash" bo'yicha vazifalar belgilab berilgan. Mazkur vazifalarni samarali amalga oshirishda kimyo sanoati korxonalarida marketing kommunikatsiya faoliyatini tizimli tashkil etish va boshqarish, bozordagi tezkor o'zgarishlarga mijozlarga moslashuvchan marketing kommunikatsiyasi siyosatini ishlab chiqish va uni me'yoriy jihatdan tartibga solish muhim ahamiyatga ega. Shu bilan birga, kimyo sanoati mahsulotlarining texnik murakkabligi va ularni sotishdagi B2B xususiyatlarni inobatga olgan holda, korxonalar raqamli marketing kommunikatsiya kanallaridan, xususan, ixtisoslashgan veb-saytlar, elektron savdo maydonchalari, email-marketing, texnik bloglar va sun'iy intellekt yordamida shaxsiylashtirilgan taklif tizimlaridan keng