

QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQUARUVCHI KORXONALARNING TA'MINOT ZAXIRALARI BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA MARKETINGNING O'RNI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15522317>

Djalalova G.

Farg'ona davlat universiteti magistranti

Mirsodiqov A.

FarDU - "Iqtisodiyot va turizm" kafedrasi dotsenti

Annotatsiya

Ushbu maqola O'zbekiston qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun ta'minot zaxiralari barqarorligini ta'minlashda marketing strategiyalarining rolini tahlil qiladi. 2024-yilgi iqtisodiy ma'lumotlar va statistik ko'rsatkichlar asosida marketingning bozor talabini prognozlash, ta'minotchilar bilan hamkorlik, logistik jarayonlarni optimallashtirish va raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyati yoritiladi. Maqolada jadvallar, chizmalar va empirik ma'lumotlar orqali ilmiy yondashuv taqdim etilib, marketing vositalarining ta'minot zanjiri barqarorligiga ta'siri tahlil qilinadi. Xulosa qismida korxonalar uchun amaliy takliflar keltiriladi.

Kalit so'zlar

ta'minot zaxiralari, marketing strategiyalari, qurilish materiallari, barqarorlik, bozor tahlili, logistik optimallashtirish, raqobatbardoshlik.

Kirish. Qurilish materiallari sanoati O'zbekiston iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri bo'lib, infratuzilma rivojlanishi, urbanizatsiya va iqtisodiy o'sishda strategik ahamiyatga ega. 2024-yilda O'zbekistonda qurilish materiallari ishlab chiqarish hajmi 35,3 trillion so'mga yetib, 2022-yilga nisbatan 115% o'sishni qayd etdi. Bu o'sish mamlakatning qurilish sohasidagi faolligi, shuningdek, urbanizatsiya jarayonlarining tezlashishi bilan bog'liq. Biroq, global iqtisodiy noaniqliklar, xomashyo narxlarining o'zgaruvchanligi va raqobatning kuchayishi ta'minot zaxiralari barqarorligini ta'minlashda jiddiy muammolar keltirib chiqardi.

Ta'minot zaxiralari barqarorligi korxonaning xomashyo, materiallar va resurslar bilan uzluksiz ta'minlanishini anglatadi. Qurilish materiallari sanoatida bu jarayon tsement, qum, shag'al kabi mahalliy xomashyolar va import qilinadigan materiallar (po'lat, kimyoviy qo'shimchalar) ta'minotiga, shuningdek, narxlar barqarorligi va logistik samaradorlikka bog'liq. Marketing ushbu muammolarni hal qilishda nafaqat mahsulotni bozorga chiqarish vositasi, balki ta'minot zanjirini

optimallashtirish va barqaror ishlab chiqarishni ta'minlashning asosiy omili sifatida muhim rol o'ynaydi. Ushbu maqola marketing strategiyalarining ta'minot zaxiralari barqarorligiga ta'sirini 2024-yilgi ma'lumotlar asosida tahlil qiladi, jadvallar va chizmalar bilan ilmiy yondashuvni taqdim etadi.

Tahlil va natijalar.

Ta'minot zaxiralari barqarorligining mohiyati. Ta'minot zaxiralari barqarorligi korxonaning xomashyo, materiallar va resurslar bilan uzluksiz ta'minlanishini ta'minlashni anglatadi. Qurilish materiallari sanoatida bu jarayon ushbu omillarga bog'liq: xomashyo ta'minoti: sement, qum, shag'al kabi mahalliy xomashyolar va import qilinadigan materiallar (po'lat, kimyoviy qo'shimchalar); narxlar barqarorligi: global bozorda xomashyo narxlarining o'zgarishi; logistik samaradorlik: yetkazib berish zanjirining uzluksizligi va xarajatlarni optimallashtirishdir.

2024-yilda O'zbekistonda bir qancha muammolar ta'minot zaxiralari barqarorligiga ta'sir ko'rsatdi bular: xomashyo narxlarining o'zgaruvchanligi: sement narxleri global bozorda 10-15% ga o'zgardi, logistik xarajatlarning oshishi: yoqilg'i narxlarining 8% ga o'sishi ta'minot xarajatlarini oshirdi va raqobatning kuchayishi: xorijiy ishlab chiqaruvchilar mahsulotlari ichki bozorda 20% ulushga ega bo'ldi.

Ushbu muammolar ta'minot zanjirini boshqarishda strategik yondashuvni talab qiladi, bunda marketing vositalari muhim ahamiyatga ega.

Marketingning ta'minot zaxiralari barqarorligidagi roli. Bozor talabini tahlil qilish va prognozlash. Marketing strategiyalari bozor talabini aniqlash va prognozlash orqali xomashyo zaxiralarini rejalashtirishga yordam beradi. 2024-yilda O'zbekistonda qurilish materiallariga talab quyidagi ko'rsatkichlar asosida shakllandi:

1-jadval.

Material turi	Talab (2024)	O'sish nisbatan (2023-yilga)
Tsement	15,2 mln tonna	+12%
Keramik plitka	42,6 mln kv.m	+15%

2024-

Gipsokart	87 mln	+10%
on	kv.m	

yilda

O'zbekistonda qurilish materiallariga talab

Marketing tahlillari orqali korxonalar talabning mavsumiy o'zgarishlarini hisobga olib (masalan, qurilish faolligi yozda 30% ga oshadi), zaxiralarni optimallashtiradi. Masalan, "CRM" (Customer Relationship Management) tizimlari iste'molchilar talabini real vaqt rejimida tahlil qilish imkonini beradi. "Customer Relationship Management" (CRM) tizimlari iste'molchilar talabini real vaqt rejimida monitoring qilish orqali ta'minot zanjirini optimallashtirdi. Tahlil shuni ko'rsatadiki, bozor talabini aniq prognozlash xomashyo yetishmovchiligi xavfini 20% ga kamaytirdi. Shuningdek, talabning o'sishi (ayniqsa, keramik plitka bo'yicha 15%) mahalliy ishlab chiqaruvchilarning ta'minot zanjirini kengaytirishga undadi.

Marketing faoliyati ta'minotchilar bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. O'zbekistonda qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilar mahalliy xomashyo va import qilinadigan materiallarga bog'liq. Marketing strategiyalari quyidagi yo'llar bilan ta'minotchilar bilan munosabatlarni mustahkamlaydi: 1. Brend imidjini rivojlantirish: Ishonchli brend sifatida korxona ta'minotchilar uchun jozibador bo'ladi; 2. Muzokaralar strategiyasi: Marketing vositalari orqali ta'minotchilar bilan foydali shartnomalar tuziladi.

2024-yilda "O'zsanoatqurilishmateriallari" uyushmasi 1,2 mlrd dollarlik xorijiy investitsiyalarni jalb qildi, bu ta'minot zanjirini mustahkamlashga xizmat qildi. Biroq, global bozorda xomashyo narxlarining 10-15% ga o'zgarishi ta'minot barqarorligiga ma'lum darajada xavf tug'dirdi.

Logistik jarayonlarni optimallashtirish. Marketing logistik jarayonlarni optimallashtirishda muhim rol o'ynaydi. Raqamli marketing vositalari, masalan, ERP (Enterprise Resource Planning) tizimlari, ta'minot zanjirini real vaqt rejimida boshqarish imkonini beradi. 2024-yilda O'zbekistonda logistik xarajatlarni 5% ga kamaytirish uchun quyidagi strategiyalar qo'llanildi:

- Geo-marketing: Ta'minot punktlarini hududiy talabga qarab joylashtirish.

- Raqamli monitoring: "Tashqi reklama" raqamli monitoring tizimi logistik jarayonlarni soddalashtirdi.

Geo-marketing strategiyalari ta'minot punktlarini hududiy talabga qarab joylashtirish orqali yetkazib berish vaqtini 15% ga qisqartirdi. "Enterprise Resource Planning" (ERP) tizimlari xomashyo oqimini real vaqt rejimida boshqarish orqali ta'minot zanjiridagi uzilishlarni 10% ga kamaytirdi. Biroq, yoqilg'i narxlarining 8% ga oshishi logistik xarajatlarga ma'lum darajada ta'sir ko'rsatdi, bu marketing strategiyalarini yanada moslashtirish zarurligini ko'rsatadi. Marketing strategiyalari mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish orqali ta'minot zaxiralarining barqarorligiga hissa qo'shdi. 2024-yilda O'zbekiston qurilish materiallari eksporti 10% ga o'sib, 2 milliard dollarga yetdi. Eksport o'sishi marketingning mahsulot differensiasiyasi va narx strategiyalariga bog'liq edi. Ekologik toza materiallarga (masalan, qayta ishlangan tsement) talabning 15% ga oshishi mahalliy ishlab chiqaruvchilarga global bozorda raqobatbardoshlikni oshirish imkonini berdi

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing strategiyalari xorijiy bozorlarda mahalliy mahsulotlarning ulushini 5% ga oshirdi. Biroq, ichki bozorda xorijiy ishlab chiqaruvchilarning 20% ulushi raqobatni kuchaytirdi, bu eksportga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini yanada rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

2024-yilgi ma'lumotlar tahlili. 2024-yilda O'zbekiston qurilish materiallari sanoati quyidagi yutuqlarga erishdi:

- Investitsiyalar: 2 mlrd dollarlik 909 ta loyiha ishga tushirildi, 18,700 ta ish o'rni yaratildi.
- Ishlab chiqarish hajmi: Tsement (15,2 mln tonna), keramik plitka (42,6 mln kv.m), gipsokarton (87 mln kv.m).
- Eksport o'sishi: Qurilish materiallari eksporti 2023-yilga nisbatan 10% ga o'sdi.

2-jadval.

2024-yilda qurilish materiallari ishlab chiqarish va eksport ko'rsatkichlari

Ko'rsatkich	2023-yil	2024-yil	O'sish (%)
Tsement ishlab chiqarish	13,6 mln tonna	15,2 mln tonna	12%
Keramik plitka	37 mln kv.m	42,6 mln kv.m	15%
Eksport hajmi	1,8 mlrd \$	2 mlrd \$	10%

Raqobatbardoshlik va eksport ko'rsatkichlari. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing strategiyalari xorijiy bozorlarda mahalliy mahsulotlarning ulushini 5% ga oshirdi. Biroq, ichki bozorda xorijiy ishlab chiqaruvchilarning 20% ulushi raqobatni kuchaytirdi, bu eksportga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini yanada rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

Marketing strategiyalarini joriy etishdagi muammolar. Marketing strategiyalarini joriy etishda quyidagi muammolar aniqlandi:

- Malakali kadrlar yetishmasligi: 2024-yilda faqat 30% korxonalar to'liq malakali marketing jamoasiga ega edi, bu strategiyalarni samarali amalga oshirishni qiyinlashtirdi.

- Raqamli infratuzilma cheklovlari: Kichik va o'rta korxonalar raqamli marketing vositalarini joriy etishda moliyaviy qiyinchiliklarga duch keldi, bu ta'minot zanjiri samaradorligini 10% ga pasaytirdi.

- Xomashyo narxlarining o'zgaruvchanligi: Global bozorda tsement va po'lat narxlarining 10-15% ga o'zgarishi ta'minot xarajatlarini oshirdi.

Ushbu muammolar marketing strategiyalarini joriy etishda moslashuvchan yondashuvni talab qiladi. Masalan, uzoq muddatli ta'minot shartnomalari narx o'zgarishlarining ta'sirini 8% ga kamaytirishi mumkin edi.

Xulosa va takliflar

Xulosa. Marketing qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun ta'minot zaxiralari barqarorligini ta'minlashda muhim vosita hisoblanadi. 2024-yilgi ma'lumotlar va tahlillar shuni ko'rsatadiki, marketing qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun ta'minot zaxiralari barqarorligini ta'minlashda muhim vosita hisoblanadi. Bozor talabini aniq prognozlash, ta'minotchilar bilan strategik hamkorlik, logistik jarayonlarni optimallashtirish va raqobatbardoshlikni oshirish orqali marketing ta'minot zanjirining samaradorligini sezilarli darajada yaxshiladi. O'zbekistonda qurilish materiallari sanoati 2024-yilda 15,2 million tonna tsement, 42,6 million kv.m keramik plitka ishlab chiqarib, eksport hajmini 2 milliard dollarga yetkazdi. Investitsiyalar hajmi 2 milliard dollarga yetib, 909 ta loyiha ishga tushirildi va 18,700 ta yangi ish o'rni yaratildi. Biroq, xomashyo narxlarining o'zgaruvchanligi, raqobatning kuchayishi va raqamli infratuzilma cheklovlari kabi muammolar hali ham dolzarb bo'lib qolmoqda. Marketing strategiyalari ushbu muammolarni hal qilishda muhim rol o'ynasa-da, ularni joriy etishda malakali kadrlar va moliyaviy resurslar yetishmasligi to'siq bo'ldi. Shunday bo'lsa-da, marketingning ta'minot zanjiriga ta'siri iqtisodiy samaradorlikni 10-15% ga oshirishi mumkinligini ko'rsatdi.

Takliflar:

1.Raqamli marketing vositalarini joriy etish: Korxonalar ERP va CRM tizimlarini joriy qilib, ta'minot zanjirini real vaqt rejimida boshqarishni yo'lga qo'yishi lozim.

2.Ta'minotchilar bilan uzoq muddatli shartnomalar: Xomashyo narxlarining o'zgaruvchanligini kamaytirish uchun uzoq muddatli shartnomalar tuzilishi tavsiya etiladi.

3.Eksportga yo'naltirilgan marketing: Mahalliy bozor cheklovlarini hisobga olib, eksport bozorlariga yo'naltirilgan marketing strategiyalari ishlab chiqilishi kerak.

4.Malakali kadrlar tayyorlash: Marketing mutaxassislarini tayyorlash uchun maxsus o'quv dasturlari joriy etilishi lozim.

5.Ekologik toza mahsulotlarni rivojlantirish: Ekologik toza qurilish materiallariga talabning oshishi hisobga olinib, ushbu yo'nalishda mahsulot differensiasiyasi kuchaytirilishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1.O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. (2024). *Qurilish materiallari sanoati statistikasi 2024*.

2.“O'zsanoatqurilishmateriallari” uyushmasi. (2024). *2024-yil hisoboti: Qurilish materiallari eksporti va investitsiyalar*.

3.Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

4.Porter, M. E. (2022). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

5.World Bank. (2024). *Global Economic Prospects 2024: Central Asia Outlook*.

6.O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiy rivojlanish va kambag'allikni kamaytirish vazirligi. (2024). *Sanoat*