

KIMYO SANOATI KORXONALARINI FAOLIYATIDA MARKETING KOMMUNIKATSIYASI STRATEGIYALARI

D.D. Muminova

TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Kimyo sanoati korxonalarining mahsulotlari o'zining ishlashini oshiruvchi xususiyatlari uchun sotiladi (va ular bo'yoqlar, shaxsiy parvarish mahsulotlari, uy parvarishi mahsulotlari, qurilish materiallari, mato kimyoviy moddalar va boshqa sanoat ilovalarida ishlatiladi), asl kimyoviy tarkibidan ko'ra. Hindiston sanoatlari konfederatsiyasi tadqiqotiga ko'ra, bu segment kelgusi o'n yil ichida 20 milliard dollardan 80 milliard dollargacha o'sishi kutilmoqda.¹

Har bir bo'lim brendni yaratish, bozor tadqiqotlari, mijozlar bilan aloqalar, reklama, mahsulotni targ'ib qilish va savdo strategiyalarini o'z ichiga oladi. Kosmetika kimyoviy moddalar, ta'mlar va hidlar, va nutraceutical tarkibiy qismlari kabi segmentlar, rivojlanayotgan mamlakatlarda sarf qilinadigan daromadlarning o'sishi va Shimoliy Amerika, G'arbiy Yevropa va Yaponiyada qayta tiklangan (agar kamdan-kam bo'lsa ham) iste'mol xarajatlariga bog'liq holda o'z muvaffaqiyatli istiqbollariga ega.

Kimyo sanoati korxonalarini faoliyatini rivojlantirishda marketing kommunikatsiyasi strategiyalari quyidagilardir.

Biznesdan-biznesga (B2B) marketingning asosiy to'rtta maqsadi brendni tanitish, mijozlarni jalb qilish, yangi mijozlar orttirish va mavjud mijozlarni ushlab qolishdir. Marketing uchun bir nechta an'anaviy usullar qo'llanilishi mumkin, jumladan savdo nashrlarida reklama, broshyuralar, matbuot relizlari, pochta orqali jo'natmalar, savdo ko'rgazmalari, veb-saytlar, onlayn reklama, ijtimoiy media kampaniyalari va bevosita

¹ Knoth, J., & McKenna, M. F. (2012). Marketing strategies for specialty chemical distributors. *Adhesives & Sealants Industry*, 19(7), 15-16. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1030264881?>

savdo. Biroq, kimyoviy maxsus sohadagi mijozlar brendga katta e'tibor bermasdan, bir xil kimyoviy mahsulotlardan boshqasiga o'tishga tayyor ekanliklarini isbotladilar.²

Avval ishlab chiqaruvchilarning asosiy e'tibori ishlab chiqarish va innovatsiyaga qaratilgan edi, ammo kuchaygan raqobat va iqtisodiy tanazzul tufayli maxsus kimyoviy moddalar o'z mijozlariga xizmat ko'rsatish va o'zaro foyda olish uchun marketing strategiyalarini qabul qilishga majbur bo'ldi. Quyidagi marketing strategiyalari maxsus kimyoviy moddalar sanoatida asosiy hisoblanadi:

Korporativ brendlash - kimyo korxonalarini o'z korporativ shaxslarini raqobatchilardan farqlash uchun brendlashga sarmoya kiritishlari kerak. Maxsus firmalar o'z brendlarini o'zlarining obro'lari bilan birlashtirib, maxsus mahsulotlarni sotishda raqobat afzalliklarini olishlari zarur. Masalan, agar ikki kompaniya bir xil mahsulotni bir xil narxda sotayotgan bo'lsa, mahsulotlarni o'z vaqtida yetkazib bergan va xizmatlar ko'rsatgan firma—masalan, omborni to'ldirish va moslashuvchan yetkazib berish kabi—mijozning ishini qo'lga kiritadi. Biroq, maxsus kimyoviy operatsiyalarga ega bo'lgan bir nechta firmalar, Bayer Aspirin, Sherwin-Williams bo'yoqlari va 3M tasmasi kabi, o'z korporativ brendlaridan samarali foydalanishgan.³

Sanoat konsolidatsiyasi - birlashtirish va qo'shib olish (M&A) kimyo kompaniyalari uchun o'sish mexanizmi bo'lib qoladi. Turli xil kimyo firmalari global bozorda qo'shib olishlarni ko'rib chiqmoqda. Komoditizatsiya, maxsus kimyoviy firmalarni konsolidatsiyaga majburlaydigan asosiy omil hisoblanadi.

Orqaga integratsiya - bu firmaga yetkazib beruvchilar tomonidan bajariladigan ba'zi vazifalarni o'z ichiga olishi - bu firmaga to'g'ridan-to'g'ri duch kelayotgan asosiy strategik tanlovdur. Orqaga integratsiyada, yetkazib beruvchilarga faqatgina to'lov qilish o'rniga, menejment resurslarni va e'tiborni (bu asosiy biznesga sarflanishi mumkin bo'lgan)

² Knoth, J., & McKenna, M. F. (2012). Marketing strategies for specialty chemical distributors. *Adhesives & Sealants Industry*, 19(7), 15-16. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1030264881?>

³ Walsh, K. (2002). Specialty chemicals: Sowing the seeds of growth. *Chemical Week*, 164(45) 19-20. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/222525388?>

qo'shimcha vazifalarga yo'naltirishi kerak.⁴ Orqaga integratsiya harakatida, International Specialty Products Inc. (hozirda Ashland Inc.ning bir qismi) Germaniyaning Marl shahrida joylashgan GAF-Huls Chemie (GhC) qo'shma korxonasida 50 foiz qoldiq ulushni Oxeno Olefinchemie'dan, Huls AGning to'liq egalik qiluvchi sho'ba korxonasi, sotib oldi. Ushbu qo'shib olish Hulsning aksetilen ishlab chiqarish zavodini ham o'z ichiga oladi, bu qo'shma korxonaga asosiy xom ashyo yetkazib beradi.⁵

Texnik malakali savdo shaxsiylari- texnik malakali savdo xodimlari maxsus kimyoviy firmalar uchun aktiv hisoblanadi, chunki ular yangi imkoniyatlarni yaratish va keyinchalik mahsulotni targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Xodimlarning malakalariga bo'lgan talablar ortib borishi va malakali shaxslarning yetishmasligi ko'plab muammolarni keltirib chiqarmoqda. Tadqiqot ishtirokchilarining aksariyati xodimlarni yoki xodimlar malakasini maxsus kimyoviy moddalar savdosidagi muvaffaqiyat omili sifatida yuqori ahamiyatga ega deb baholashadi.⁶

Kimyo sanoati korxonalarini uchun marketing kommunikatsiyasi strategiyalarini rivojlantirishning dolzarbligi ayniqsa raqamli davrda yanada kuchaydi. Korxonalar o'zlarining maqsadli auditoriyalari bilan samarali aloqa o'rnatish uchun turli xil marketing platformalaridan foydalanishi lozim. Shuningdek, B2B munosabatlarining kuchayishi marketing strategiyalarida mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirish muhimligini ko'rsatdi. Kelgusida korxonalar xalqaro bozorlarda o'z mavqelarini mustahkamlash uchun marketing vositalaridan yanada kengroq foydalanishi zarur.

⁴ MacMillan, I. C., Hambrick, D. C., & Pennings, J. M. (1986). Uncertainty Reduction and the Threat of Supplier Retaliation: Two Views of the Backward Integration Decision. *Organization Studies* (Walter De Gruyter GmbH & Co. KG.), 7(3), 263-278.

⁵ Mullin, R. (2003). Crompton Swaps Organosilicones For GE Specialties. *Chemical & Engineering News* (00092347), 81(17), 11

⁶ Hornke, M. (2012). *Chemical Distribution 201*. Grosse-Hornke Private Consultants