

KIMYO KORXONALARINING KO'RGAZMA FAOLIYATI (TRADE SHOWS) SAMARADORLIGINI OSHIRISH

Toshkent kimyo-texnologiya instituti
Sanoat muhandisligi va menejment fakulteti
24-50 MK guruh talabasi

Mamataliyeva Sarvinoz Mirtemir qizi

Annotatsiya:

Mazkur tezisda kimyo korxonalarining ko'rgazma faoliyati (trade shows) samaradorligini oshirish masalalari tahlil qilinadi. Unda ko'rgazmalarning marketing kommunikatsiyalar tizimidagi o'rni, ularning mahsulotni ilgari surish va yangi mijozlarni jalb qilishdagi ahamiyati yoritiladi. Tadqiqot davomida ko'rgazma faoliyatining samaradorligini belgilovchi asosiy omillar, jumladan, strategik rejalashtirish, innovatsion yondashuvlar, raqamli texnologiyalar va mijozlar bilan aloqalarni boshqarish tizimlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, xalqaro tajribalar asosida kimyo korxonalarini uchun ko'rgazma faoliyatini takomillashtirish yo'llari taklif etiladi.

Kalit so'zlar: ko'rgazma faoliyati, trade shows, kimyo sanoati, marketing strategiyasi, mijozlar bilan aloqa, brend, samaradorlik

Bugungi globallashuv va raqobat kuchayib borayotgan iqtisodiy sharoitda kimyo sanoati korxonalarini uchun mahsulotlarni samarali ilgari surish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu jarayonda marketing kommunikatsiyalarining turli vositalari, xususan, ko'rgazma va yarmarkalar (trade shows) alohida o'rin tutadi. Ko'rgazmalar korxonalar uchun o'z mahsulotlarini namoyish etish, yangi mijozlar topish, hamkorlik aloqalarini o'rnatish va brend imijini mustahkamlash imkonini beruvchi muhim platforma hisoblanadi.

Ko'rgazma faoliyati kimyo korxonalarining marketing strategiyasida kompleks yondashuvni talab etadi. Ayniqsa, ushbu sohada mahsulotlar texnik murakkabligi, xavfsizlik talablari va yuqori sifat standartlari bilan ajralib turadi. Shu sababli ko'rgazmalarda mahsulotni nafaqat ko'rsatish, balki uning afzalliklarini tushuntirish,

texnologik jarayonlarni namoyish etish va potensial mijozlar bilan bevosita muloqot qilish muhim hisoblanadi.

Ko'rgazma faoliyatining samaradorligini oshirish uchun birinchi navbatda puxta rejalashtirish zarur. Korxonada o'zining maqsadli auditoriyasini aniqlashi, ko'rgazmada ishtirok etishdan ko'zlangan maqsadlarni belgilashi va aniq strategiyani ishlab chiqishi lozim. Bu jarayonda marketing tadqiqotlari muhim rol o'ynaydi.

Ikkinchidan, ko'rgazma dizayni va vizual kommunikatsiya katta ahamiyatga ega. Zamonaviy va innovatsion dizaynga ega stendlar tashrif buyuruvchilarning e'tiborini jalb qiladi. Ayniqsa, kimyo sanoatida mahsulotlarning xavfsizligi va sifatini ko'rsatish uchun interaktiv texnologiyalar, video prezentatsiyalar va laboratoriya namoyishlari samarali hisoblanadi.

Uchinchidan, raqamli texnologiyalarni qo'llash ko'rgazma samaradorligini oshiradi. Masalan, QR-kodlar, mobil ilovalar, virtual reallik (VR) va kengaytirilgan reallik (AR) texnologiyalari orqali mahsulot haqida batafsil ma'lumot berish mumkin. Bu esa mijozlar bilan interaktiv aloqani kuchaytiradi.

Shuningdek, ko'rgazmadan keyingi faoliyat ham muhim hisoblanadi. Ko'rgazma davomida yig'ilgan kontaktlar bilan ishlash, ularni tahlil qilish va potensial mijozlarga aylantirish korxonaning marketing samaradorligini oshiradi. Bu jarayonda CRM tizimlaridan foydalanish katta samara beradi.

Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, rivojlangan mamlakatlarda kimyo korxonalarini ko'rgazmalardan nafaqat savdo vositasi, balki innovatsiyalarni namoyish etish platformasi sifatida foydalanadi. Ular o'z mahsulotlarini ilmiy yutuqlar bilan bog'lab, mijozlarga yuqori qo'shimcha qiymat taklif qiladi.

O'zbekiston sharoitida ham kimyo sanoati jadal rivojlanib borayotgan bo'lib, korxonalar uchun ko'rgazma faoliyatini samarali tashkil etish dolzarb masala hisoblanadi. Mahalliy korxonalar xalqaro ko'rgazmalarda faol ishtirok etish orqali eksport salohiyatini oshirishi va global bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, kimyo korxonalarining ko'rgazma faoliyati ularning marketing strategiyasining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Ko'rgazmalar orqali

korxonalar o‘z mahsulotlarini keng auditoriyaga taqdim etish, yangi mijozlar jalb qilish va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Ko‘rgazma faoliyatining samaradorligini oshirish uchun tizimli va kompleks yondashuv zarur. Bunda strategik rejalashtirish, innovatsion texnologiyalardan foydalanish, mijozlar bilan samarali kommunikatsiya o‘rnatish va ko‘rgazmadan keyingi marketing faoliyatini to‘g‘ri tashkil etish muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, zamonaviy sharoitda raqamli texnologiyalar va interaktiv vositalardan foydalanish ko‘rgazma samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Bu esa korxonalariga bozorda raqobatbardoshligini kuchaytirish va barqaror rivojlanishga erishish imkonini beradi. Kelgusida kimyo korxonalari ko‘rgazma faoliyatini rivojlantirish orqali nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro miqyosda ham o‘z o‘rnini mustahkamlashi mumkin. Shu sababli ushbu yo‘nalishda ilmiy asoslangan yondashuvlar va innovatsion yechimlarni keng joriy etish muhim hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Kotler F. Marketing asoslari.
2. Keller K. L. Strategik brend menejmenti.
3. Хайдарова, К. А., and X. X. Бойқобилов. "ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЫНОЧНОЙ СЕГМЕНТАЦИИ: КРИТЕРИИ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ." *International Educators Conference*. 2025.
4. Axinjanovna X. K. et al. YANGI BOZORLARGA KIRISH STRATEGIYALARI //Ta'lim innovatsiyasi va integratsiyasi. – 2025. – T. 44. – №. 2. – С. 133-143.
5. Хайдарова К. А. ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И ПРОБЛЕМЫ СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЯ ДАННОЙ ОТРАСЛИ //Интернаука. – 2017. – №. 6-2. – С. 5-6.
6. Хайдарова, К. А., and М. Б. Бахтиёрова. "Цифровая экономика на предприятиях и роль в ней электронной коммерции."
7. Kasimova, F. T. (2019). IMPROVEMENT OF MARKETING ACTIVITIES IN SMALL ENTREPRENEURSHIP IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF COMPETITIVE MARKETS. *Theoretical & Applied Science*, (3), 577-583.