

QURILISH MATERIALLARI BOZORIDA ISTEMOLCHILARNING SEGMENTATSIYA TAXLILI

Toshkent kimyo-texnologiya instituti

Muhamedova Shoxista Akbarovna, dotsent

24-50 MK guruh talabasi

Igimuratova Sazawar Abduraxman qizi

Annotatsiya

Mazkur maqola qurilish kimyosi bozorining muhim segmenti hisoblangan loklar va bo'yoqlar bozorida istemolchilar segmentatsiyasi tahlil qilanadi. Bozorni segmentatsiya qilish marketing strategiyasining muhim bosqichi bo'lib, u korxonalariga mahsulotlarni maqsadli iste'molchilar guruhiga yo'naltirish imkonini beradi. Tadqiqot davomida iste'molchilarni geografik, demografik, psixografik, hamda xulq-atvor omillari asosida segmentatsiya qilish masalalari ko'rib chiqiladi. Shuningdek lok, bo'yoqlar bozorining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi iqtisodiy omillar, O'zbekiston Respublikasining qurilish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilishga oid qonunlar hamda davlat qarorlarining ahamiyati yoritiladi.

Kalit so'zlar: qurilish kimyosi, loklar, bo'yoqlar, marketing bozori segmentatsiyasi, marketing strategiyasi.

Bugungi kunda qurilish sanoti iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan sohalaridan biri hisoblanadi. Qurilish jarayonida qo'llanadigan materiallar orasida qurilish kimyosi mahsulotlari, jumladan loklar va bo'yoqlar muhim o'rin egallaydi. Ushbu mahsulotlar binolarni estetik jihatdan bezash bilan birga ularni tashqi muhit ta'siridan himoya qilish vazifasini ham bajaradi.

O'zbekiston Respublikasida qurilish sanoatini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Xususan, 2019-yil 23-maydagi PQ-4335-sonli qaror "Qurilish materiallari sanoatini jadal rivojlantirish chora ta'dbirlari to'g'risida, qurilish materiallari ishlab chiqarishni kengaytirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va mahalliy mahsulotlarning raqobatdoshligini oshirishga qaratilgan.

Qurilish materiyallari bozorida raqobat kuchayib borayotganligi sababli marketing strategiyalarining ahamiyati ortib bormoqda. Ayniqsa, iste'molchilarni segmentatsiya qilish orqali korxonlar bozor talabini chuqir o'rganish va samarali marketing siyosatini ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi qurilish kimyosi bozorida lok va bo'yoq mahsulotlari bo'yicha iste'molchilar segmentatsiyasini o'rganish va uning marketing strategiyasidagi ahamiyatini tahlil qilishdan iborat.

Qurilish kimyosi bozorining rivojlanishi, bu zamonaviy qurilish jarayonining ajralmas qismi hisoblanadi. Ular qurilish konstruksiyalarining mustahkamligini oshirish, himoya qilish hamda estetik ko'rinishni yaxshilashga xizmat qiladi.

Qurilish kimyosiga quydagi mahsulotlar kiradi.

loklar

bo'yoqlar

yopishtiruvchi mahsulotlar

gidroizolatsiya materiallari

qurilish qo'shimchalari

Lok va bo'yoqlar qurilish materiyallari bozorinig eng talabi yuqori bo'lgan segmentlaridan biridir. Bo'yoqlar turli yuzlarni korroziyadan, korroziya bu– metallarning atrof-muhit ta'sirida asta-sekin yemirilishi yoki buzilishi jarayoni hisoblanadi. Odatda u namlik, kislorod, kimyoviy moddalar yoki tuzlar ta'sirida sodir bo'ladi va mexanik shikastlanishlardan himoya qilish bilan birga ularni tashqi ko'rinishini yaxshilaydi.

O'zbekiston Respublikasida qurilish materiyallari ishlab chiqarishni rivojlantirish davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanmoqda. 2022-2026-yillarga mo'jallangan Yangi O'zbekiston strategiyasida qurilish sanoatini modernizatsiya qilish va mahalliy ishlab chiqarishni kengaytirish muhim vazifalardan biri sifatida belgilangan.

Marketing nazariyasiga ko'ra, bozor segmentatsiyasi iste'molchilarini o'xshash ehtiyoj va xatti-harakatlariga ege guruhlarga ajratish jarayonidir. Mashhur marketing olimi Filip Kotler segmentatsiyasini samarali marketing strategiyasining asosiy bosqichi sifatida takidlaydi.

Kotlarning fikriga ko`ra, bozor segmentatsiyasi quydagi vazifalarni bajaradi

- iste`molchilarning ehtiyojlarini aniqlash
- maqsadli auditoriyani belgilash
- marketing resurslaridan samarali foydalanish
- mahsulotni bozorda to`g`ri joylashtirish

Segmentatsiya marketinning Segmentation, Targetting, Positioning, asosida amalga oshiriladi.

Qurilish Kimyosi Bozorida Iste`molchilar Segmentatsiyasi.

Lok va Bo`yoqlarni Tanlash Mezonlari

Iste`molchilar lok va bo`yoqlar tanlashda quydagi omillarga e`tibor beradi.

Mahsulot sifati

Narxi

Brend o`brosi

Ekologik havsizligi

Rang va dizayn

O`zbekiston Respublikasining 'Iste`molchilar huquqlarini himoya qilish to`g`risidagi qonunga ko`ra, iste`molchilar sifatli va havfsiz mahsulot tanlash huquqiga ega.

Shuningdek, qurilish materiyallar ishlab chiqarishda davlat standartlari O`Z DST talablariga rioya qilish majburiy hisoblanadi .

Qurilish kimyosida lok-bo`yoqlar materiallari konstruksiyalari tashqi muhitining salbiy ta`siridan yanii namlik, quyosh, korroziya himoya qilish va ularga estetik ko`rinish berish uchun qo`llaniladi .

Lok bo`yoq materiyallari tarkibiy qismlari, ushbu materiallar kimyoviy jihatdan bir necha asosiy komponentlardan iborat .

Parda hosil qiluvchi yani bog`lovchi moddalar.

Materiallarning sirtga yopishishini ta`minlaydi.

Bunga alkid, epoksid, poliakrilat va fenolformaldegid smollari kiradi. Pigmentlar bular bo`yoqqa rang va qoplovchanlik beruvchi kukunsimon moddalar. Erituvchilar esa parda hosil qiluvchi moddalarni eritib, materiallarni surkashga qulay holatga keltiradi suv,

atseton, oq-spiriti. To'ldirgichlar va qo'shimchalar, materialning mustahkamligini oshiruvchi yoki maxsus xususiyatlar tez qotish, olovga chidamlilik beruvchi moddalar. Asosiy turlari.

Loklar yani shaffof qatlam hosil qiluvchi asosan yog'och va metallni himoya qilish uchun ishlatiladigan materiallar .

Bo'yoqlar bu pigmentlar qoshilgan noshaffof qoplama . Turli xillari mavjud;

Suvli-dispersion bo'yoqlar, akril emulsiyasi asosida tayyorlanib, ekologik tozaligi va hidsizligi bilan ajralib turadi .

Alkidli bo'yoqlar, sirbo'yoqlar alifmoyi asosida tayyorlanib, qattiq va yaltiroq himoya qatlami hosil qiladi.

Emallar, lok va pigmentlar aralashmasi bo'lib, suv va ishqolarga juda chidamli.

Antikorroziya bo'yoqlar bu metallarni zanglashdan saqlash uchun maxsus tarkibga ega, maslan ruxli yoki bitumli bo'yoqlar.

Bugungi kunda qurilish kimyosida nanotexnologiya asosida o'zi tozalanuvchi, yuqori haroratga chidamli va mikroblarga qarshi aqilli bo'yoqlar ishlab chiqarilmoqda.

O'zbekistonda bu o'yicha ilimiy tadqiqotlar va ishlab chiqarish asosan Toshkent lok bo'yoq zavodi kabi yirik korxonalar tomonidan amalga oshiriladi .

O'zbekiston bo'yicha lok va bo'yoq mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar soni dinamik ravishda oshib bormoqda. Hududlar kesimida korxonalar taqsimotiga ko'ra 2025-yil zavod holatlari quydagicha.

Toshkent shahri bo'yicha eng ko'p ishlab chiqaruvchi 14 ta yirik zavod aynan poytaqtda joylashgan.

Andijon va Toshkent viloyati, har birida kamida 2 tadan yirik ixsotlashgan zavodlar mavjud.

Farg'ona va Samarqand viloyatlarida esa lok-bo'yoq sanoati rivojlangan bo'lib masalan, Farg'onada A.SH. A . UZ CONTACT yirik korxonalar, Samarqanda esa SG Colors kabi korxonalar foliyat ko'satmoqda.

Asosiy ishlab chiqaruvchilar va ularning joylashuvi.

Toshkent lok va bo'yoq zavodi, sanoatning eng yirik va tajribalivakili .

Sama Group, Yashnobod tumanida joylashgan yirik xususiy korxonalar.

Silkcoat Paint Uzbekistan, Mirzo Ulug`bek tumanida joylashgan xalqaro brendlar.

Andijon viloyati. Asl Sifat bo`yoqlari, Paxtaobod tumanida joylashgan.

Qoroqalpog`iston Respublikasi.

Nukus-Lok Bo`yoqlari yani Nukus shahrida foliyat yurutuvchi Masu`lyati cheklangan jam`miyati. Lako Kraska Kungrad, Qo`ng`irot tumanidagi xususiy korxonalar. Farg`ona viloyati. Moviy Omad Fayz, Buvayda tumanida joylashgan ishlab chiqaruvchi korxonalar.

Ishlab chiqarish hajmi bo`yicha 2025-yilning dastlabki 7 oyi davomida O`zbekistonda lok va bo`yoqlar ishlab chiqarish hajmi o`tgan yilning mos davriga nisbatan 43,3foiz ga oshib, 104,3foiz tonnadan ortig`ini tashkil etadi.

O`zbekistonda oxirgi 3-yil yani 2022-2024-yillar davomida qurilish kimyosi, xususan, lok-bo`yoq materiallari bozori qurilish sohasining jadal o`shishi yiliga o`rtacha 6foiz atrofida hisobiga sezilarli o`zgardi.

Hozirgi kundagi iste`molchilar qanday va nimani avzal ko`rayotganini quydagi keltirilgan jadvaldan ko`rishimiz mumkin bo`ladi. Yani bu jadvalda asosan qaysi sohalar, sektorlarga, iste`molchilar qanday yo`nalishlarda lok va bo`yoqlarni korib chiqamiz.

Iste`molchilar segmentatsiyasini quydagi jadvalda ko`rishimiz mumkin.

| Sektor | Ulushi, foizda | Yo`nalishi | Tavsifi |
|-----------------------|----------------|------------------------------------|--|
| Qurilish sektori, B2B | 40-45foiz | Turar-joy qurilishi | Yangi massivlar va ko`p qavatli uylar qurilishi akril va suvli-dispression bo`yoqlarga talab oshgan. |
| Qurilish sektori, B2B | 40-45foiz | Infratuzilma va tijorat obyektlar. | Maktablar, bo`g`chalar, biznes markazlar qurilishida tez quriyidigan, professional materiallarga ehtiyoj yuqori. |

| | | | |
|-------------------------------|-----------|--------------------------|---|
| Sanoat va transport B2G | 20-30foiz | Sanoat konstruksiyalari. | Zavod va fabrikalarda metallni korroziyadan himoya qiluvchi lok va epoksid qoplamalarga talab ortgan. |
| Sanoat va transport B2G | 20-30foiz | Yo`l infratuzilmasi. | Yo`l chiziqlari va ko`priklarni himoya qiluvchi maxsus bo`yoqlar asosiy o`rinni egallaydi. |
| Xususiy iste`molchilar B2C | 25-30foiz | Uy ta`miri | Aholi tomonidan uylarni ta`mirlash uchun bo`yoq va materiallarga talab mavjud. |
| Xususiy iste`molchilar B2C | 25-30foiz | O`rt ava yuqori daraja | Sifatli, ekologik toza mahsulotlarga talab yuqori. |

Xulosa qilib aytganda, lok va bo`yoq sohasi qurilish materialshunosligining eng tez o`zgaruvchan va innovatsion yo`nalishlardan biri bo`lib qolmoqda, va o`ylaymanki yaqin kelajakda ham yanada rivojlanib ketadi shunki hozir AI ning eng yuqori choqqisiga chiqmoqda bu degani inson o`zi hohlagan dizayndagi loklar va bo`yoqlarga erga bola oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

- 1.Philip Kotler – Marketing Management. Pearson Education, 2016.
- 2.Michael E. Porter – Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press, 2008.
- 3.Charles W. L. Hill – International Business: Competing in the Global Marketplace. McGraw-Hill, 2020.
4. Xaydarova, Kamola, et al. "Differensiyalangan Marketing Strategiyasining Mohiyati Va Uning Samaradorligi." *Advanced Economics and Pedagogical Technologies*, vol. 2, no. 3, 23 May. 2025, pp. 49-54, doi:[10.60078/3060-4842-2025-vol2-iss3-pp49-54](https://doi.org/10.60078/3060-4842-2025-vol2-iss3-pp49-54).
- 5.International Monetary Fund – World Economic Outlook Reports.

- 6.OECD – OECD Economic Outlook.
- 7.UNCTAD – World Investment Report.
- 8.Jean-Paul Rodrigue – The Geography of Transport Systems. Routledge, 2020.
- 9.Harvard Business Review – maqolalar to‘plami (xalqaro biznes va strategiya bo‘yicha).
10. Axinjanovna, Xaydarova Kamola. "YANGI BOZORLARGA KIRISH STRATEGIYALARI." *Ta'lim innovatsiyasi va integratsiyasi* 44.2 (2025): 133-143.
11. Хайдарова, К. А. "Влияние глобализации на выбор маркетинговых стратегий на предприятиях химической отрасли Узбекистана." *Modern Science and Research* 4.2 (2025): 1237-1240.