

QURILISH MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISHDA MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI

Roziqova Farangiz Mamasodiq qizi

*Mirzo Ulug'bek nomidagi Samarqand davlat arxitektura-qurilish
universiteti tayanch doktoranti*

Annotatsiya: Qurilish sanoati mamlakat iqtisodiyotining eng muhim va strategik tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Ushbu sohada ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar nafaqat ichki bozor talabini qondirish, balki eksport salohiyatini oshirishda ham katta ahamiyatga ega. Shu bois, qurilish mahsulotlarining bozordagi raqobatbardoshligini ta'minlash va oshirish masalalari doimiy ravishda e'tibor markazida turadi. Raqobatbardoshlik esa mahsulotning sifati, narxi, brendi, xizmat ko'rsatish darajasi va marketing strategiyasining samaradorligi orqali shakllanadi. Shu nuqtai nazardan, marketing faoliyatini takomillashtirish qurilish mahsulotlarining bozordagi muvaffaqiyatini ta'minlashda hal qiluvchi omil hisoblanadi.

Kalit so'zlar: Iqtisodiyot, marketing, ta'lim, bozor, mahsulotlar, raqobatchilar, faoliyat.

Marketing faoliyatining samaradorligini oshirish uchun avvalo bozorni chuqur va tizimli o'rganish kerak. Bozorni o'rganish jarayonida iste'molchilarning ehtiyojlari, ularning xarid qilish odatlari, mahsulotga bo'lgan talab va afzalliklari aniqlanadi. Shuningdek, raqobatchilar faoliyati, ularning kuchli va zaif tomonlari, bozordagi o'rnini o'rganish muhim ahamiyatga ega. Qurilish mahsulotlari bozori juda murakkab va ko'p qirrali bo'lib, turli segmentlarga bo'lingan. Masalan, uy qurilishi uchun mo'ljallangan materiallar, sanoat inshootlari qurilishi uchun mahsulotlar, infratuzilma ob'ektlari uchun materiallar kabi ko'plab turdagi mahsulotlar mavjud. Har bir segment uchun alohida marketing strategiyasini ishlab chiqish va uni doimiy ravishda yangilab borish zarur. Bozorni chuqur tahlil qilish orqali kompaniya o'z mahsulotini iste'molchilarning haqiqiy ehtiyojlariga moslashtirishi, yangi imkoniyatlarni aniqlashi va raqobatchilardan ajralib turishi mumkin. Mahsulot sifati qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini belgilovchi eng muhim omillardan biridir. Qurilish sohasida mahsulot sifati bevosita binolarning mustahkamligi, xavfsizligi va uzoq umr ko'rishiga ta'sir qiladi. Shu sababli, sifat nazorati tizimini joriy etish va uni doimiy ravishda takomillashtirish zarur. Zamonaviy texnologiyalarni qo'llash, sifat standartlariga rioya qilish, sertifikatlar olish va mahsulotni sinovdan o'tkazish orqali sifatni kafolatlash mumkin. Bundan tashqari, mahsulot dizayni va funksionalligini yaxshilash ham raqobatbardoshlikni oshirishda muhim rol o'ynaydi. Masalan, energiya tejovchi

materiallar, ekologik toza mahsulotlar yoki oson o'rnatiladigan konstruksiyalar kabi innovatsion yechimlar iste'molchilar uchun jozibador bo'ladi. Shu tariqa, sifat va innovatsiyalarni uyg'unlashtirish orqali mahsulot bozorda o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin.

Narx siyosatini to'g'ri belgilash marketing strategiyasining muhim qismidir. Qurilish mahsulotlari narxi ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, ular orasida ishlab chiqarish xarajatlari, bozordagi talab va taklif, raqobatchilar narxlari va mijozlarning to'lov qobiliyati mavjud. Narxni belgilashda mahsulotning qiymati va uning xarajatlari o'rtasidagi muvozanatni saqlash zarur. Shu bilan birga, narx siyosati moslashuvchan bo'lishi, bozor sharoitlariga tez javob berishi lozim. Masalan, mavsumiy chegirmalar, ulgurji savdo uchun maxsus takliflar yoki uzoq muddatli mijozlarga imtiyozlar berish orqali xaridorlar sonini oshirish mumkin. Narxni raqobatchilarnikidan farq qiladigan darajada belgilash, ammo sifatdan voz kechmaslik, bozorda muvaffaqiyat kalitidir.[1]

Reklama va targ'ibot faoliyati mahsulot haqida ma'lumot yetkazish va iste'molchilar e'tiborini jalb qilishda muhim ahamiyatga ega. Qurilish mahsulotlarini reklama qilishda mahsulotning afzalliklari, uning sifati, narxi va xizmat ko'rsatish darajasi ta'kidlanishi kerak. Zamonaviy kommunikatsiya vositalaridan foydalanish marketingning samaradorligini oshiradi. Internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar, video kontent yaratish, onlayn kataloglar va mobil ilovalar orqali keng auditoriyaga erishish mumkin. Shuningdek, qurilish ko'rgazmalari, seminarlar, konferensiyalar va biznes uchrashuvlarda ishtirok etish mahsulotning obro'sini oshirishga xizmat qiladi. Bu kabi tadbirlar orqali kompaniya o'z mahsulotlarini namoyish etadi, yangi mijozlar topadi va sanoatdagi o'z o'rnini mustahkamlaydi. Mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash ham raqobatbardoshlikni oshirishda muhim omil hisoblanadi. Qurilish mahsulotlarini xarid qilgan mijozlarga sotishdan keyingi xizmatlar, texnik maslahatlar, o'rnatish bo'yicha ko'rsatmalar va texnik yordam ko'rsatish orqali mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatish mumkin. Mijozlarning fikr-mulohazalarini o'rganish va ularni hisobga olish orqali xizmatlar sifatini doimiy ravishda yaxshilash mumkin. Masalan, mijozlar uchun maxsus qo'llanmalar yaratish, onlayn konsultatsiyalar tashkil etish yoki tezkor xizmat ko'rsatish markazlarini ochish mijozlar qoniqishini oshiradi. Mijozlarga qulaylik yaratish, ularning ehtiyojlarini qondirish mahsulotga bo'lgan ishonchni oshiradi va ularni kompaniyaga sodiq qiladi. Yangi innovatsiyalarni joriy etish marketing faoliyatining samaradorligini oshirishga yordam beradi. Qurilish mahsulotlari sohasida yangi materiallar, ishlab chiqarish texnologiyalari va marketing usullarini qo'llash raqobat ustunligini beradi. Innovatsiyalar mahsulot sifatini oshirish, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va yangi bozor segmentlariga chiqish imkonini yaratadi. Shu bilan birga, raqobatchilardan farq qiluvchi noyob mahsulotlar yaratish orqali bozorda o'z o'rnini mustahkamlash mumkin. Masalan, ekologik toza materiallar, energiya tejankor mahsulotlar yoki ilg'or texnologiyalar asosida ishlab

chiqarilgan mahsulotlar hozirgi kunda katta talabga ega. Innovatsiyalarni qo'llash orqali kompaniya nafaqat mahsulot sifatini oshiradi, balki o'z brendining obro'sini ham mustahkamlaydi. Bozorni doimiy monitoring qilish va marketing strategiyasini moslashtirish zarur. Bozor sharoitlari doimiy o'zgarib turadi, yangi raqobatchilar paydo bo'ladi, iste'molchilarning talab va afzalliklari o'zgaradi. Shu sababli, marketing faoliyatini doimiy ravishda tahlil qilib, zaruratga qarab strategiyani yangilash lozim. Bu o'zgarishlarga tez moslashish raqobatbardoshlikni saqlab qolishga yordam beradi. Bozorni monitoring qilish orqali kompaniya yangi imkoniyatlarni aniqlaydi, xavflarni oldindan sezadi va o'z faoliyatini samarali rejalashtiradi. Shu bilan birga, raqobatchilarning yangi mahsulotlari va marketing kampaniyalarini kuzatib borish ham muhimdir.[2]

Hamkorlik va brend imidjini rivojlantirish marketing faoliyatining muhim yo'nalishlaridan biridir. Qurilish mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari va yetkazib beruvchilar o'rtasida samarali hamkorlik o'rnatish mahsulotning bozordagi mavqeini oshiradi. Shuningdek, kuchli brend yaratish mijozlar e'tiborini jalb qilish va ularni saqlab qolishda muhim ahamiyatga ega. Brend imidji sifat, ishonchlik va innovatsiyalar bilan bog'lanishi kerak. Kuchli brend mijozlarda mahsulotga bo'lgan ishonchni oshiradi, ularni boshqa raqobatchilarga qaraganda aynan shu mahsulotni tanlashga undaydi. Brendni rivojlantirish uchun marketing kommunikatsiyalarini samarali tashkil etish, mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish va ijtimoiy mas'uliyatni oshirish zarur.[3]

Shuningdek, marketing faoliyatida raqamli texnologiyalar va ma'lumotlarni tahlil qilish vositalaridan foydalanish samaradorlikni oshiradi. Zamonaviy dasturiy ta'minotlar yordamida mijozlar xatti-harakatlarini o'rganish, bozor tendensiyalarini aniqlash va marketing kampaniyalarining natijalarini baholash mumkin. Bu esa qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi va xatoliklarni kamaytiradi. Raqamli marketing vositalari orqali kompaniya o'z auditoriyasini yanada aniqroq segmentlarga ajratib, har bir segment uchun moslashtirilgan takliflar yaratishi mumkin.[4]

Xulosa:

Xulosa qilib aytganda, qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini boshqarishda marketing faoliyatini takomillashtirish ko'p qirrali va murakkab jarayon bo'lib, u bozorni chuqur o'rganish, mahsulot sifatini yaxshilash, narx siyosatini to'g'ri belgilash, reklama va targ'ibotni samarali tashkil etish, mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash, innovatsiyalarni joriy etish, bozorni doimiy monitoring qilish, hamkorlik va brendni rivojlantirish hamda raqamli texnologiyalarni qo'llash kabi yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Ushbu yo'nalishlarda amalga oshiriladigan ishlar qurilish mahsulotlarining bozordagi raqobatbardoshligini oshirishga va kompaniyaning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta'minlashga xizmat qiladi. Marketing faoliyatini doimiy takomillashtirish va zamonaviy usullarni qo'llash orqali qurilish mahsulotlari bozorda

o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin. Shu bilan birga, kompaniyalar o'z mijozlari bilan mustahkam va uzoq muddatli munosabatlar o'rnatib, bozordagi o'z pozitsiyasini yanada mustahkamlash imkoniga ega bo'ladilar. Bu esa o'z navbatida, sanoatning barqaror rivojlanishi va iqtisodiy o'sishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Axmedov, B. (2022). "Marketing strategiyalari va qurilish sanoatida ularning qo'llanilishi". Toshkent: O'zbekiston Milliy Universiteti Nashriyoti.
2. Qodirov, S. (2023). "Qurilish mahsulotlarining bozordagi raqobatbardoshligini oshirish omillari". Samarqand: Samarqand Davlat Universiteti Nashriyoti.
3. Tursunova, N. (2021). "Innovatsion marketing usullari va qurilish sohasida ularning samaradorligi". Toshkent: Iqtisodiyot va Menejment Instituti Nashriyoti.
4. Mirzaev, O. (2022). "Qurilish materiallari bozorida raqobatni boshqarish". Buxoro: Buxoro Muhandislik Instituti Nashriyoti.
5. Islomov, F. (2023). "Marketing faoliyatini takomillashtirish orqali qurilish mahsulotlari sifatini oshirish". Toshkent: O'zbekiston Qurilish Instituti Nashriyoti.
6. Rasulov, D. (2021). "Raqamli marketing vositalarining qurilish sanoatidagi o'rni". Toshkent: Axborot Texnologiyalari Markazi Nashriyoti.
7. Karimova, L. (2022). "Qurilish mahsulotlarining brendini rivojlantirish strategiyalari". Namangan: Namangan Davlat Universiteti Nashriyoti.