

**KAPITAL QURILISH MARKETINGI: O'ZBEKISTON
SHAROITIDA AMALIY TAHLIL**

*Toshkent kimyo texnologiya instituti
Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti
kafedrası assissenti **Rasulkulova Arofat**
Toshkent kimyo texnologiya instituti
Sanoat muhandisligi va menejmenti
fakulteti, 4-kurs talabasi
Umidov Humoyiddin Saydullayevich
khumidov222@mail.ru*

Annotatsiya. Mazkur maqolada kapital qurilish sohasida marketing faoliyatini tashkil etishning nazariy va amaliy jihatları tahlil qilingan. O'zbekiston sharoitida qurilish bozorining rivojlanish xususiyatlari, marketing strategiyalarining shakllanishi hamda ularning qurilish tashkilotlari raqobatbardoshligini oshirishdagi roli yoritilgan. Tadqiqot jarayonida kapital qurilish marketingining asosiy funksiyalari, bozor talabiga moslashuv mexanizmlari va amaliy muammolari aniqlanib, ularni bartaraf etish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan. Maqola natijalari qurilish tashkilotlarida marketing boshqaruvini takomillashtirishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: kapital qurilish, marketing, menejment, qurilish bozori, marketing strategiyasi, raqobatbardoshlik.

Annotation. This article analyzes the theoretical and practical aspects of organizing marketing activities in the capital construction sector. The study highlights the development features of the construction market in Uzbekistan, the formation of marketing strategies, and their role in increasing the competitiveness of construction companies. The main functions of capital construction marketing, mechanisms for adapting to market demand, and practical challenges are identified,

along with recommendations for improvement. The results of the research contribute to enhancing marketing management in construction organizations.

Keywords: *capital construction, marketing, management, construction market, marketing strategy, competitiveness.*

Kirish. Hozirgi davrda O'zbekiston iqtisodiyotida kapital qurilish sohasi muhim strategik tarmoq hisoblanib, uning barqaror rivojlanishi mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Aholining turmush darajasini oshirish, uy-joy bilan ta'minlash, sanoat va infratuzilma obyektlarini barpo etish jarayonlarida kapital qurilish muhim rol o'ynaydi. Shu sababli ushbu sohada boshqaruvning zamonaviy usullarini, xususan marketing yondashuvlarini qo'llash zarurati tobora ortib bormoqda¹.

Kapital qurilish marketingi qurilish mahsulotlari va xizmatlarini bozorga yo'naltirish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirish orqali tashkilotning iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. An'anaviy marketing turlaridan farqli ravishda, kapital qurilish marketingi uzoq muddatli loyihalar, katta moliyaviy resurslar va yuqori xatarlar bilan tavsiflanadi. Shu jihatdan, marketing faoliyatini to'g'ri tashkil etish qurilish tashkilotlari uchun raqobat ustunligini ta'minlovchi muhim omil hisoblanadi².

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi O'zbekiston sharoitida kapital qurilish marketingining mohiyati va ahamiyatini o'rganish, uning amaliy jihatlarini tahlil qilish hamda mavjud muammolarni aniqlash asosida takliflar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez, mantiqiy umumlashtirish hamda amaliy kuzatuv usullaridan foydalanildi.

Kapital qurilish marketingining nazariy asoslari va asosiy funksiyalari. Kapital qurilish marketingi umumiy marketing nazariyasining tarkibiy qismi bo'lib, qurilish mahsulotlari va xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olgan holda shakllanadi. Qurilish mahsulotining noyoblighi, yuqori qiymati, uzoq

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qurilish sohasiga oid qaror va farmonlari.

² Abdulkarimov A. Marketing menejmenti. — T.: Iqtisodiyot, 2022

muddatda amalga oshirilishi hamda buyurtmachi va ijrochi o'rtasidagi murakkab munosabatlar ushbu sohada marketing faoliyatini alohida ilmiy yondashuv asosida tashkil etishni taqozo etadi.

Nazariy jihatdan kapital qurilish marketingi — bu qurilish loyihalarini rejalashtirish, narxlash, targ'ib qilish va bozorga moslashtirish jarayonlarini o'z ichiga olgan boshqaruv faoliyatidir. Uning asosiy vazifasi qurilish bozorida talabni o'rganish, iste'molchilar ehtiyojini aniqlash va ushbu ehtiyojlarga mos mahsulot hamda xizmatlarni taklif etishdan iborat. Menejment fanida kapital qurilish marketingi tashkilot strategiyasining muhim elementi sifatida qaraladi³.

Kapital qurilish marketingining asosiy xususiyatlaridan biri — bozor segmentatsiyasining murakkabligidir. Qurilish bozorida iste'molchilar jismoniy shaxslar, davlat tashkilotlari, yirik korxonalar va investorlar bo'lishi mumkin. Har bir segmentning talab va ehtiyojlari farqlanadi. Shu sababli marketing strategiyalarini ishlab chiqishda har bir segment alohida tahlil qilinishi lozim. Bu esa marketing menejmentining ilmiy asoslangan bo'lishini talab qiladi⁴.

Nazariy manbalarga ko'ra, kapital qurilish marketingining asosiy funksiyalariga quyidagilar kiradi: birinchidan, bozorni o'rganish funksiyasi, ya'ni qurilish bozorining holati, talab va taklif nisbatini tahlil qilish; ikkinchidan, rejalashtirish funksiyasi, bunda qurilish loyihalarining marketing rejasi ishlab chiqiladi; uchinchidan, tashkiliy funksiyasi, ya'ni marketing faoliyatini amalga oshiruvchi tuzilmani shakllantirish; to'rtinchidan, nazorat funksiyasi, marketing tadbirlarining samaradorligini baholash va tuzatishlar kiritish.

Kapital qurilish marketingida mahsulot tushunchasi faqatgina tayyor bino yoki inshoot bilan cheklanmaydi. Unga loyiha-smeta hujjatlari, qurilish-montaj ishlari, servis va kafolat xizmatlari ham kiradi. Shu bois marketing faoliyati mahsulotning barcha hayotiy sikli bosqichlarini qamrab olishi lozim. Bu yondashuv qurilish tashkilotlariga uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlash imkonini beradi⁵.

³ Karimov S. Qurilish iqtisodiyoti. — T.: Fan va texnologiya, 2020.

⁴ Porter M. Raqobat strategiyasi. — M.: Alpina Publisher, 2019.

⁵ Ansoff I. Strategik menejment. — M.: Ekonomika, 2018.

Shuningdek, narx siyosati kapital qurilish marketingining muhim elementi hisoblanadi. Qurilish mahsulotlarining yuqori tannarxi, inflyatsiya jarayonlari va resurslar narxining o'zgaruvchanligi narxni shakllantirish jarayonini murakkablashtiradi. Nazariy jihatdan, narx siyosati bozor sharoitiga mos, iqtisodiy jihatdan asoslangan va iste'molchilar imkoniyatlarini hisobga olgan holda olib borilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, kapital qurilish marketingining nazariy asoslari menejment fanining muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib, u qurilish tashkilotlari faoliyatini bozor talablariga moslashtirishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu nazariy qarashlar keyingi qismda O'zbekiston sharoitida amaliy tahlil orqali yanada kengroq yoritiladi⁶.

O'zbekiston sharoitida kapital qurilish marketingining amaliy jihatlari. O'zbekiston Respublikasida so'nggi yillarda kapital qurilish sohasida keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Uy-joy qurilishi, sanoat obyektlari, transport va ijtimoiy infratuzilma loyihalarining ko'payishi qurilish bozorida raqobat muhitini kuchaytirdi. Mazkur sharoitda qurilish tashkilotlari uchun marketing faoliyatini amaliy jihatdan to'g'ri tashkil etish muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Amaliy tajriba shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda kapital qurilish marketingi asosan bozorni o'rganish, buyurtmachilar bilan uzoq muddatli hamkorlikni yo'lga qo'yish va investorlarga yo'naltirilgan takliflarni ishlab chiqishga qaratilgan. Qurilish tashkilotlari marketing faoliyatida davlat buyurtmalari muhim o'rin tutadi. Davlat dasturlari asosida amalga oshirilayotgan loyihalarda tender va tanlov mexanizmlari marketingning asosiy vositasi sifatida namoyon bo'ladi.

O'zbekiston qurilish bozorida marketing tadqiqotlari amaliyoti yetarli darajada rivojlanmagan bo'lsa-da, yirik qurilish kompaniyalari bozor tahliliga alohida e'tibor qaratmoqda. Aholining to'lov qobiliyati, hududiy ehtiyojlar va urbanizatsiya darajasi marketing qarorlarini qabul qilishda asosiy omillar

⁶ Porter M. Raqobat strategiyasi. — M.: Alpina Publisher, 2019.

hisoblanadi. Ayniqsa, turar joy qurilishi loyihalarida iste'molchilarning talab va istaklarini o'rganish marketing strategiyasining muhim elementi bo'lib xizmat qiladi.

Amaliy jihatdan kapital qurilish marketingida kommunikatsiya siyosati muhim ahamiyatga ega. Qurilish tashkilotlari o'z faoliyatini targ'ib qilishda an'anaviy reklama vositalari bilan bir qatorda raqamli marketing usullaridan ham foydalanmoqda. Internet saytlari, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalar orqali loyihalarni taqdim etish potensial buyurtmachilar va investorlar bilan aloqalarni mustahkamlash imkonini bermoqda. Bu esa marketing menejmentining zamonaviy yondashuvlarini joriy etishni talab qiladi.

Narx siyosati O'zbekiston sharoitida kapital qurilish marketingining eng murakkab jihatlaridan biridir. Qurilish materiallari narxining o'zgaruvchanligi, mehnat resurslari qiymati va logistika xarajatlari narx shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Amaliyotda qurilish tashkilotlari ko'pincha moslashuvchan narx siyosatini qo'llab, bozor sharoitiga tezkor javob berishga harakat qiladilar. Bu holat marketing rejalashtirishining amaliy ahamiyatini yanada oshiradi.

Shuningdek, investitsion marketing kapital qurilish sohasida alohida o'rin egallaydi. O'zbekistonda xorijiy investitsiyalarni jalb qilishga qaratilgan qurilish loyihalarida marketing faoliyati investorlar uchun qulay shart-sharoitlarni yaratishga yo'naltiriladi. Loyiha rentabelligi, huquqiy kafolatlar va infratuzilma imkoniyatlarini targ'ib qilish investitsion marketingning asosiy vazifalaridan hisoblanadi⁷.

Umuman olganda, O'zbekiston sharoitida kapital qurilish marketingi amaliy jihatdan rivojlanib borayotgan yo'nalish bo'lib, uning samaradorligi qurilish tashkilotlarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilmoqda. Biroq marketing faoliyatida mavjud muammolar keyingi qismda chuqurroq tahlil qilinadi.

Kapital qurilish marketingida mavjud muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari. O'zbekiston sharoitida kapital qurilish marketingining rivojlanishiga

⁷ Karimov S. Qurilish iqtisodiyoti. — T.: Fan va texnologiya, 2020.

qaramasdan, ushbu sohada qator tizimli muammolar mavjud bo'lib, ular qurilish tashkilotlari faoliyatining samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Mazkur muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish marketing menejmentini takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Asosiy muammolardan biri — marketing tadqiqotlarining yetarli darajada olib borilmasligidir. Ko'plab qurilish tashkilotlari bozorni chuqur o'rganmasdan, faqat mavjud tajriba yoki taxminlarga asoslangan holda qarorlar qabul qiladilar. Bu holat iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq hisobga olmaslikka va marketing strategiyalarining samarasizligiga olib keladi. Mazkur muammoni bartaraf etish uchun qurilish tashkilotlarida marketing tadqiqotlarini tizimli yo'lga qo'yish zarur.

Ikkinchi muammo — marketing menejmenti tizimining sust rivojlanganligi hisoblanadi. Amaliyotda marketing bo'limlarining yetarli vakolatlarga ega emasligi yoki ularning faqat reklama bilan cheklanishi kuzatiladi. Holbuki, marketing menejmenti strategik rejalashtirish, narx siyosati va kommunikatsiya jarayonlarini o'z ichiga olgan kompleks tizim bo'lishi lozim. Ushbu muammoni hal etish uchun marketing bo'limlarining tashkiliy rolini kuchaytirish va malakali mutaxassislarni jalb qilish muhimdir.

Uchinchi muammo — raqamli marketing texnologiyalaridan yetarli darajada foydalanilmasligidir. Raqamli platformalar qurilish loyihalarini targ'ib qilish va investorlar bilan samarali aloqalar o'rnatishda katta imkoniyatlar yaratadi. Biroq ayrim qurilish tashkilotlari ushbu imkoniyatlardan to'liq foydalanmayapti. Shu bois raqamli marketing strategiyalarini joriy etish va onlayn kommunikatsiyani rivojlantirish dolzarb vazifa hisoblanadi.

Shuningdek, narx siyosatining barqaror emasligi kapital qurilish marketingida muhim muammolardan biridir. Qurilish materiallari va xizmatlar narxining tez-tez o'zgarishi marketing rejalashtirishini murakkablashtiradi. Mazkur muammoni kamaytirish uchun moslashuvchan narx siyosatini ishlab chiqish va xarajatlarni optimallashtirishga qaratilgan choralarni ko'rish zarur.

Yuqoridagi muammolarni bartaraf etish yo'llari sifatida quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin: birinchidan, marketing tadqiqotlarini muntazam olib borish

va bozor monitoringini kuchaytirish; ikkinchidan, marketing menejmentini strategik boshqaruv darajasiga ko'tarish; uchinchidan, raqamli marketing va zamonaviy axborot texnologiyalarini keng joriy etish; to'rtinchidan, narx siyosatini bozor talablariga moslashtirish.

Xulosa qilib aytganda, kapital qurilish marketingida mavjud muammolarni bartaraf etish qurilish tashkilotlarining raqobatbardoshligini oshirish va bozor sharoitida barqaror faoliyat yuritishini ta'minlashga xizmat qiladi.

Xulosa. Olib borilgan tadqiqot natijalariga ko'ra, kapital qurilish marketingi menejment fanining muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib, qurilish tashkilotlarining bozor sharoitida samarali faoliyat yuritishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Kapital qurilish sohasining o'ziga xos xususiyatlari — uzoq muddatli loyihalar, yuqori kapital sig'imi va investitsion xatarlar marketing faoliyatini ilmiy asosda tashkil etishni talab etadi.

Maqolada O'zbekiston sharoitida kapital qurilish marketingining nazariy asoslari va amaliy jihatlari tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida qurilish bozorida marketing strategiyalarini qo'llash raqobatbardoshlikni oshirish, investitsiyalarni jalb qilish va iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishda muhim omil ekani aniqlandi. Amaliy tahlillar shuni ko'rsatdiki, marketing menejmentining yetarli darajada rivojlanmaganligi, marketing tadqiqotlarining sustligi va raqamli marketing vositalaridan cheklangan foydalanish qurilish tashkilotlari faoliyatining samaradorligini pasaytirmoqda.

Shu bilan birga, maqolada kapital qurilish marketingini takomillashtirish bo'yicha bir qator amaliy takliflar ishlab chiqildi. Xususan, marketing tadqiqotlarini tizimli olib borish, marketing menejmentini strategik boshqaruv darajasiga ko'tarish, raqamli marketing texnologiyalarini joriy etish hamda moslashuvchan narx siyosatini amalga oshirish qurilish tashkilotlarining barqaror rivojlanishiga xizmat qilishi asoslab berildi. Xulosa o'rnida aytish mumkinki, kapital qurilish marketingini rivojlantirish O'zbekiston iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri bo'lgan qurilish sohasining raqobatbardoshligini oshirishga va bozor mexanizmlarining samarali ishlashini ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qurilish sohasiga oid qaror va farmonlari.
2. Kotler F. Marketing asoslari. — T.: Iqtisodiyot, 2020.
3. Porter M. Raqobat strategiyasi. — M.: Alpina Publisher, 2019.
4. Ansoff I. Strategik menejment. — M.: Ekonomika, 2018.
5. O'zbekiston Respublikasi Qurilish kodeksi. — T., 2023.
6. Abdukarimov A. Marketing menejmenti. — T.: Iqtisodiyot, 2022.
7. Karimov S. Qurilish iqtisodiyoti. — T.: Fan va texnologiya, 2020.
8. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.