QURILISH MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGI: NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI

Isaqov Oybek Jamolidinovich
Namangan davlat-texnika universiteti “Marketing” kafedrasi assistenti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696154

Annotatsiya. *Ushbu maqolada qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini shakllantirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida qurilish sohasidagi raqobatning ahamiyati, qonunchilik bazasi va bozor tuzilmasi o'rganiladi. Maqolada raqobatbardoshlik tushunchasiga turli yondashuvlar, qurilish mahsulotlarining o'ziga xos xususiyatlari (yakka tartibdagi ishlab chiqarish, kapital qurilish obyektlarining tugallanmagan holati, ulushli qurilish mexanizmlari) hamda texnik-iqtisodiy, tijorat va huquqiy omillarning ta’siri yoritilgan. Tadqiqot natijasida qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligining mualliflik ta’rifi taklif qilinadi va sohani rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Maqola qurilish iqtisodiyoti, marketing va bozor tahlili sohasidagi mutaxassislar, tadqiqotchilar va amaliyotchilar uchun mo‘ljallangan.*
Kalit so‘zlar: *raqobatbardoshlik, qurilish mahsulotlari, bozor tuzilmasi, kapital qurilish, ulushli qurilish, texnik-iqtisodiy omillar, marketing strategiyasi.*

O‘tish davri iqtisodiyotida qurilish sohasi davlatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biri hisoblanadi. Markazlashtirilgan rejalashtirish tizimidan erkin bozor munosabatlariga o‘tish jarayoni qurilish mahsulotlari bozorini tubdan o‘zgartirdi. Bugungi kunda raqobat nafaqat narxlarni shakllantiruvchi, balki sifat, innovatsiya va iste’molchilar ehtiyojlarini qondirish mexanizmi sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish nafaqat alohida korxonalarning, balki butun sohaning barqaror rivojlanishining kalitidir. Ushbu maqolaning maqsadi qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligining nazariy asoslarini tizimlashtirish, bozor xususiyatlarini tahlil qilish va amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Raqobat (lotincha conkurro – to‘qnashmoq) – bozor iqtisodiyoti ishtirokchilarining ishlab chiqarish, xarid va sotish shartlarini yaxshilash maqsadidagi o‘zaro kurashi sifatida belgilanadi. Iqtisodiy adabiyotlarda raqobat uch asosiy yondashuv orqali talqin etiladi: birinchidan, talab va taklifni muvozanatlashtiruvchi bozor mexanizmi; ikkinchidan, bozor turini va ishtirokchilarning o‘zaro bog‘liqligini belgilovchi mezon; uchinchidan, eng yaxshi natijalarga erishishga qaratilgan faoliyat [1]. Masalan Rossiya Federatsiyasi qonunchiligida korxonalarning raqobat holati ulush ko‘rsatkichi (35% gacha, 35-65%, 65% dan yuqori) asosida baholanadi. Qurilish bozorida esa mintaqaviy cheklovlar va mahsulotning o‘ziga xosligi sababli 65% dan yuqori ulushga erishish deyarli imkonsiz bo‘lib, bozor asosan oligopoliya shaklida rivojlanadi. Raqobatbardoshlik esa ob’ektning ma'lum bir ehtiyojni qondirish darajasini bozordagi eng yaxshi analoglar bilan solishtirish orqali aniqlanadigan xususiyatdir [2].

Qurilish sohasida raqobatni tashkil etishning samarali usuli sifatida narxli va narxsiz kurash shakllari qo‘llaniladi. Narxli usullar qurilish tannarxini pasaytirish, narx elastikligini hisobga olish va chegirmalar tizimini joriy etish orqali amalga oshiriladi. Narxsiz usullar esa mahsulot sifati,

loyihalash noyobligi, qurilish muddatlariga rioya qilish, kafolat xizmatlari va brend obro‘sini mustahkamlashga qaratilgan. Bozor iqtisodiyotida raqobatni nazorat qilish va monopoliyaga yo‘l qo‘ymaslik davlatning asosiy funksiyalaridan biri bo‘lib, bu nafaqat narxlarni barqarorlashtiradi, balki qurilish sifatini va aholining hayot darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligini tahlil qilishda uning moddiy va huquqiy jihatdan noyobligini hisobga olish zarur. Birinchidan, turar-joy uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri o'rinbosar mahsulotlar mavjud emas, chunki ijaraga olish bilan sotib olish o‘rtasida fundamental farq mavjud. Ikkinchidan, har bir qurilish obyekti o‘zining joylashuvi, loyihasi va qurilish texnologiyasi jihatidan individual hisoblanadi. Uchinchidan, qurilish mahsuloti xarid qilinganda hali fizik jihatdan tugallanmagan bo‘ladi, bu esa iste’molchilar uchun moliyaviy va vaqtinchalik xavflarni keltirib chiqaradi [3].

Ayniqsa, ulushli qurilish modeli orqali amalga oshiriladigan loyihalarda quruvchi va xaridor o‘rtasidagi munosabatlar qat’iy huquqiy tartibga solinadi. Rossiya Federatsiyasida Federal qonunlar (masalan, № 214-FZ) orqali xavflar minimallashtirilsa-da, mahsulotning “tugallanmagan” holati uning raqobatbardoshligini baholashda vaqt, sifat va narx parametrlarining kompleks yondashuvini talab qiladi. Ulushli qurilishda xaridor ob’ektning tugallangan qismiga emas, balki kelajakdagi natijaga sarmoya kiritadi, bu esa raqobatbardoshlik tushunchasiga dinamik va risklarni hisobga oluvchi yondashuvni joriy etishni taqozo etadi.

Qurilish bozorida raqobatbardoshlik faqatgina ishlab chiqaruvchi korxonalarning ko‘rsatkichi emas, balki butun investitsiya-qurilish zanjirining samaradorligi bilan belgilanadi. Korxona raqobatbardoshligi o‘zining kuchli tomonlaridan foydalanib bozorda ma’lum o‘rin egallash qobiliyati bo‘lsa, mahsulot raqobatbardoshligi analog mahsulotlar bilan solishtirganda bozor talablarini qondirish va iqtisodiy samaradorlikni ta’minlash qobiliyatidir. Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, moliyaviy barqarorlik ko‘pincha aynan mahsulotning raqobatbardoshligi ortidan keladi, chunki bozorda aynan natija – ya’ni qurilish obyekti taqdim etiladi.

Qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligi ko‘plab omillarga bog‘liq bo‘lib, ularni shartli ravishda uch guruhga ajratish mumkin: texnik-iqtisodiy, tijorat va huquqiy-me’yoriy. Adabiyotlarda raqobatbardoshlikka turli ta’riflar berilgan: ba’zi mualliflar uni iste’molchi xossalari va narxning uyg‘unligi sifatida ko‘rsatsa [4], boshqalari uni bozor talablariga muvofiqlik yoki xarajatlarni qoplash darajasi bilan izohlaydi [5]. Biroq, ushbu ta’riflar qurilish sohasining o‘ziga xos xususiyatlarini, ya’ni ob’ektning tugallanmagan holati, loyihalash bosqichidagi noaniqlik va uzoq muddatli foydalanish xususiyatlarini to‘liq aks ettirmaydi.

Shu sababli, qurilish mahsuloti raqobatbardoshligi quyidagicha ta’riflanishi maqsadga muvofiq: bu, mahsulotning narx, sifat va vaqt parametrlari asosida iste’molchi foydasini (utility) maksimallashtirish va xarid hamda ekspluatatsiya davridagi xavflarni minimallashtirish imkonini beruvchi xususiyatlar majmuidir. Raqobatbardoshlik statik ko‘rsatkich emas, balki vaqt, bozor konyunkturasi va quruvchi kompaniyaning strategik faoliyati dinamikasiga bog‘liq o‘zgaruvchi kategoriyadir [6].

Zamonaviy sharoitda qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun quyidagi strategik yondashuvlar dolzarb hisoblanadi:

Texnik innovatsiyalar: BIM texnologiyalari, energiya samaradorligi, qayta ishlangan materiallardan foydalanish va raqamli monitoring tizimlarini joriy etish.

Marketing va kommunikatsiya: Istemolchilarga shaffof loyiha hisobotlarini taqdim etish, virtual ko'rish imkoniyatlarini yaratish va kafolat xizmatlarini kengaytirish.

Huquqiy kafolatlar: Ulushli qurilishda moliyalashtirishning escrow hisoblari orqali amalga oshirilishi, sug'urta mexanizmlarining joriy etilishi va nazorat organlari faoliyatining ochiqligi.

Klaster hamkorligi: Yetkazib beruvchilar, pudratchilar, loyihachilar va moliya institutlari o'rtasidagi integratsiya orqali tannarxni optimallashtirish va sifat standartlarini oshirish.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligi nafaqat texnik ko‘rsatkichlar yoki past narx bilan, balki kompleks marketing, huquqiy kafolatlar va iste’molchi ishonchini shakllantirish mexanizmlari bilan belgilanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatni nazorat qilish va raqobatbardoshlikni oshirish davlatning asosiy vazifalaridan biri bo‘lib, bu nafaqat narxlarni barqarorlashtiradi, balki qurilish sifatini va aholining hayot darajasini oshirishga xizmat qiladi. Qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligini baholashda an’anaviy “tayyor mahsulot” mezonlaridan voz kechib, loyiha bosqichidan tortib ekspluatatsiya davrigacha bo‘lgan “hayotiy sikl qiymati” (Life Cycle Costing) yondashuvini qo‘llash zarur.

Amaliy takliflar sifatida quyidagilarni ishlab chiqish mumkin:

Qurilish korxonalari raqobatbardoshlikni oshirish uchun an’anaviy narx kurashidan voz kechib, ekologik barqarorlik, energiya samaradorligi va raqamli shaffoflik ko‘rsatkichlariga asoslangan marketing strategiyalarini joriy etishlari kerak.

Davlat tomonidan ulushli qurilish jarayonlaridagi huquqiy kafolatlarni kuchaytirish, shaffoflikni oshirish va raqamli monitoring tizimlarini joriy etish orqali xaridorlarning ishonchini mustahkamlash lozim.

Qurilish mahsulotlarini baholashda yagona milliy va xalqaro standartlar (LEED, BREEAM, ISO 14000) joriy etilishi, bu esa nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro integratsiya jarayonlarida ham raqobat ustunligini ta’minlaydi.

Ilmiy-tadqiqot institutlari va oliy ta’lim muassasalari qurilish iqtisodiyoti va marketing sohasida raqobatbardoshlikni modellashtirishning zamonaviy usullarini o‘qitish va tadqiq etishni kengaytirishi zarur.

Ushbu yondashuvlar qurilish sohasining samaradorligini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va aholini sifatli, xavfsiz va arzon turar-joy bilan ta’minlashga xizmat qiladi. Kelgusi tadqiqotlarda raqamli texnologiyalar (BIM, AI, IoT) ning qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligiga ta’sirini empirik o‘rganish dolzarb hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Zavyalov P.S. Marketing v sxemax, risunkax, tablicax. M: INFRA-M, 2001. – 489 s.
2. Eliseev E. Gonki za prosvetaniye. Texnologiya konkurentsiyi // Marketolog, 2000. №4.
3. Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federatsii (chast' pervaya) ot 30 noyabrya 1994 g. N 51-FZ.
4. Romanov A.N. Marketing: Uchebnik. M.: Banki i birzhi, YUNITI, 1996. – 167 s.
5. Voytov A.R. Ekonomika. Obshiy kurs. M.: Informats.-vnedrench. Tsentr «Marketing», 2001. – 62 s.
6. Yudanov A.Yu. Konkurentsiya: teoriya i praktika. 2-e izd. M.: Gnom-Press, 1998. – 142 s.