

QURILISH TASHKILOTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7734433>



ELSEVIER



Nargiza Rasulova Neron qizi

Magistrant:

Inoyatova Durдона Shoxaydarovna

Ilmiy rahbar:

Toshkent Arxitektura-Qurilish Universiteti, Qurilishni boshqarish fakulteti,
Menejment.



Received: 14-03-2023

Accepted: 14-03-2023

Published: 22-03-2023

Abstract: Ushbu maqolada Iqtisodiy islohot va rivojlanuvchi bozor munosabatlari jumladan, qurilish va shahar xo'jaligi, qurilishda marketing faoliyati, qurilish mahsulotlariga erkin (kelishilgan) narxlar shakllanishi, iste'molchilarning o'sib boruvchi talablarini qondirib borish nuqtai nazaridan loyihalash va qurilishni tashkillashtirishda avtomatik tizimlardan foydalanish, haqida so'z yuritiladi.

Keywords: modernizatsiyalash, marketing xizmati, strategiya, biznes-reja

About: FARS Publishers has been established with the aim of spreading quality scientific information to the research community throughout the universe. Open Access process eliminates the barriers associated with the older publication models, thus matching up with the rapidity of the twenty-first century.

O'zbekiston Respublikasining iqtisodiyotini modernizatsiyalash va bozor islohotlarini yanada chuqurlashtirish natijasida, yildan-yilga salmoqli natijalar qo'lga kiritilib barqaror iqtisodiy o'sish yo'nalishi mustahkamlanib bormoqda.

Jumladan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning "O'zbekiston Respublikasi qurilish tarmog'ini modernizatsiya qilish, jadal va innovatsion rivojlantirishning 2021–2025-yillarga mo'ljallangan strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"⁹⁸ 2020-yil 27-noyabrdagi PF-6119-son Farmoni ijrosini ta'minlash maqsadida Vazirlar Mahkamasi qaror qiladi: qarorga binoan.

- Bino va inshootlarning tashqi ko'rinishini o'zgartirishni kelishish bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatishning ma'muriy reglamenti;

- Bino va inshootlarning ixtisoslashishini o'zgartirish, qayta qurish, rekonstruksiya qilish hamda o'z hududida qo'shimcha bino va inshootlarni qurishni loyihalashtirishga ruxsatnoma berish bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatishning ma'muriy reglamenti;

- Arxitektura-rejalashtirish topshirig'ini ishlab chiqish bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatishning ma'muriy reglamenti;

Bunda hukumatimiz tomonidan ishlab chiqilgan iqtisodiy siyosatning to'la va izchiz amalga oshirilishi, iqtisodiyotning muhim ustuvor tarmoqlarining belgilab berilishi hamda ularni rivojlantirish bo'yicha barcha imkoniyatlar, ayniqsa jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozi salbiy oqibatlarini bartaraf etishga safarbar etilganligi muhim ahamiyat kasb etmoqda.

⁹⁸ <https://lex.uz/docs/-5970701/>

Ma'lumki bozor munosabatlari shakllangan bir davrda mahsulotning xaridorgir bo'lishi va o'z vaqtida egasini topishi ishlab chiqaruvchining nafaqat bugungi, balki ertangi kuni (kelajagi)ni ham belgilab beradi.

Shuning uchun ishlab chiqaruvchi oldida bozorni o'rganish, undagi talab va ehtiyojni to'g'ri aniqlay bilish, yaratilgan mahsulotni ayrboshlash, yoki sotish va shu bilan birgalikda o'z raqobatchilarining ish faoliyatini ham nazardan chetda qoldirmaslik zaruriyati tug'iladi.

Bu masalalar bilan shug'ullanish marketingning vazifasi hisoblanadi. Har qanday qurilish tashkilotining to'la-to'kis faoliyat ko'rsatishi raqobatbardosh mahsulot yaratishi uchun unda marketing xizmatini tashkil qilish zarur. Aks holda, u bozor munosabatlari davrida o'z o'rnini topa olmaydi, raqobatlariga dosh berolmay tez fursatda sinadi.

*Qurilish tashkilotlarida tashkil qilingan marketing xizmati o'z faoliyatini quyidagi vazifalarni bajarishga qaratmog'i lozim:*⁹⁹

1. Marketing xizmati maqsadini aniq qilib olish va uni doimo nazorat qilish imkonini beruvchi shaklga solish.

2. Bozorni doimo o'rganib borish va shu asosda mahsulot turlari, sifat va miqdorini oldindan belgilash.

3. Qurilish ishlab chiqarishini bozordagi talab va ehtiyojga moslashtirish.

4. Mahsulotni chetga chiqarish imkoniyatlarini qidirish va bunday mahsulot turlari va miqdorini oldindan belgilash.

5. Raqobatchilarning ish faoliyatini, ularning strategiya va taktikasini o'rganish.

6. Mahsulotlarni ayrboshlash va sotish rejalarini tuzish hamda amalga oshirish.

7. Bozorda muqim o'rin egallash, xaridorlar safini kengaytirish maqsadida reklama ishlarini tashkil qilish.

8. Marketing xizmatining yangi yo'nalishlari ustida bosh qotirish va ularni tashkil qilish.

9. Marketing xizmati faoliyatini doimo «Sarflar-natijalar» ko'rsatkichlari bo'yicha nazorat qilish.

Qurilishda menejment deganda uni bozor munosabatlari shakllangan davr talab va qoidalariga binoan boshqarish tushiniladi. Shuning uchun menejerlar maxsus tayyorgarlik ko'rgani, boshqarishning sir - asrorlari, qonun qoidalarini chuqur biluvchi malakali mutaxassislar hisoblanadi. Ularni «Yollanma boshqaruvchilar» deb ham yuritiladi.

Firmani boshqarish menejerlarning kasbiy faoliyati hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti davrida qurilish sohasini menejment va marketingsiz tasavvur ham

⁹⁹ O.SH. Mamanazarov, Qurilishda menejment. –T.: “Sharq” 2019. 39-bet.

qilib bo'lmaydi. Chunki faqat o'z kasbining ustasi bo'lgan menejergina o'zi ishlaydigan qurilish tashkilotini yuqori cho'qqilarga olib chiqishi mumkin.

Har qanday qurilish tashkiloti ham mahsulot yaratar va uni bozorga solar ekan, demak bozorni uzluksiz o'rganib borishi, undagi talab va takliflarni, ehtiyojni hisobga olgan holda o'z faoliyatini tashkil qilishi zarurdir.

Boshqaruvning iqtisodiy usullari amal qilgan sharoitda milliy iqtisodiyotning asosiy bo'g'ini bo'lmish korxonalar va birlashmalarning huquq va mas'uliyatlari kengayadi, ularning tovar ishlab chiqaruvchilar sifatidagi roli oshadi.¹⁰⁰

Tovar-pul munosabatlarining bundan keyingi rivoji iqtisodiyotning nodavlat sektori (kooperativlar, hissadorlik jamiyatlari, ijarachilik, xususiy ishbilarmonlik) ning kengayishi bilan bog'liqdir.

Respublikamiz korxonalarining chet el firmalari bilan hamkorligi, ishlab chiqarish vositalari bilan erkin ulgurji savdoga o'tish ham tovar-pul munosabatlarining mustahkamlanishiga va respublikamizda bozor munosabatlarining taraqqiyotiga xizmat qiladi.

Marketing talabni qondirishga qaratilgan faoliyat bo'libgina qolmay, balki talabga ta'sir ham qilishdir. Xo'sh, bu ta'sir qanday bo'lishi kerak, boshqa mahsulotlar ishlab chiqarishga o'tish va yangi talabni vujudga keltirish kerakmi?

Marketing faoliyatining bu aniq maqsadlarini – bozorda mavjud bo'lgan vaziyatni hisobga olish bilan, xaridorlar qiziqish darajasi bilan, korxonaning o'z iqtisodiy va sotsial vazifalari bilan, u yoki bu bozorga kirish bilan aniqlanadi.

Shunday qilib, talab marketing maqsadini, shu bilan birga kerakli marketing strategiyasini tanlashga imkon beradi.¹⁰¹

Bir necha talab darajasini va unga mos keluvchi bir qancha strategiyasini alohida ajratib ko'rsatish mumkin.

Respublikamizning rivojlanish strategiyasi, islohotlarni chuqurlashtirish va jamiyatni yangilash borasidagi faoliyatda, dastlabki yo'nalish qilib mamlakatimizning siyosiy hamda iqtisodiy hayotida, davlat hamda jamiyat qurilishida, hususan, fuqarolik jamiyatini shakllantirish jarayonlarida, erkinlashtirish jarayonini amalga oshirish yo'llari, maqsadi va vazifalari Prezident tomonidan aniq ko'rsatib berilgan.

Jumladan, iqtisodiyotni erkinlashtirishning asosiy maqsadi yurtboshimizning ta'kidlashicha, birinchi navbatda, iqtisodiyot ustidan davlatning boshqaruv rolini chegaralash, xo'jalik yurituvchi sub'yektlarning iqtisodiy erkinliklarini hamda iqtisodiyotning barcha sohalarida xususiy mulk miqyoslarini kengaytirish, mulkdorlarning mavqei va huquqlarini mustahkamlash bilan bir qatorda markaziy

¹⁰⁰ Mironov G.V. I drugiye. Investitsionno-stroitelnyy menedjment. Spravochnik. Ekaterinburg, 2015 y/

¹⁰¹ O.S.H. Mamanazarov, Qurilishda menejment. –T.: "Sharq" 2019. 39-bet.

rejalashtirishdan voz kechishdan iborat. Bu iborada “markaziy” so‘ziga urg‘u berish kerak.

Zamonaviy tadbirkorlikni biznes rejasiz tasavvur etib bo‘lmaydi. Chet el tadbirkorlari biznes - rejasiz biror bir tadbirni to‘la va aniq amalga oshirib bo‘lmasligini allaqachon anglab etganlar.

Agar kimki biznes-rejasiz ish boshlasa, uning tez kunlar ichida inqirozga uchrashi muqarrar. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, biznes - reja hamma uchun zarur. Bankirlar, investorlar, hamkorlar va asosiysi - korxonalar, tadbirkorning o‘zi.

Biznes-reja tuzishda rahbarning qatnashishi juda katta ahamiyatga ega, chunki ko‘pgina chet el bankirlari va investorlari biznes-reja boshdan oxirigacha maslahatchilar tomonidan tuzilganligini bilib qolsalar mablag‘ ajratishdan voz kechadilar.

Bu biznes-reja tuzishda maslahatchilar xizmatidan foydalanish mumkin emas deganini anglatmaydi, balki biznes - reja tuzishda firma rahbari yoki o‘z ishini boshlayotgan tadbirkorning shaxsan qatnashishini taqozo etadi.

Bu ishga rahbarning shaxsan kirishishi u kelajakda o‘z faoliyatini, kuchi etishini tekshirish demakdir.

Asosiy vazifa - qurilishda mulkdorlar sifatini shakllantirish va qurilish mahsulotiga egalik tuyg‘usini tarbiyalash ekanligi aniq. Buning uchun qurilishda erkin tadbirkorlik uchun iqtisodiy va huquqiy shart - sharoitlar yaratilmoqda. Qurilishda kichik va o‘rta biznesni keng rivojlantirish uchun barcha yo‘llar ochib berilgan.

Xulosa o‘rnida shuni takidlash kerakki, Iqtisodiy islohot va rivojlanuvchi bozor munosabatlari mamlakatning barcha sohalarida shu jumladan, qurilish va shahar xo‘jaligida o‘z aksini topadi. Qurilishda qurilish mahsulotlariga erkin (kelishilgan) narxlar shakllanadi, iste‘molchilarning o‘sib boruvchi talablarini qondirib borish nuqtai nazaridan loyihalash va qurilishni tashkillashtirishda avtomatik tizimlardan foydalaniladi, mahsulot ishlab chiqarish rejaları mustaqil ravishda ishlab chiqiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2016 yil 25 oktyabrdagi “Respublika qurilish materiallari sanoatini boshqarishni tashkil etishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi PQ-2641-sonli qarori.
2. Mironov G.V. I drugiyeye. Investitsionno-stroitelniy menedgment. Spravochnik. Ekaterinburg, 2015 y/
3. O.S.H. Mamanazarov, Qurilishda menejment. -T.: “Sharq” 2019. 39-bet.
4. <https://lex.uz/docs/-5970701/>