

## QURILISH MATERIALLARI BOZORINING MOHIYATI VA UNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

*Ergashev Jamoliddinxon Sadriddinxon o'g'li*

*Farg'ona davlat universiteti*

*Iqtisodiyot yo'nalishi 1-kurs talabasi*

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada bozorlarni tasniflash belgilari va turlari, qurilish materiallari bozori subektlari o'rtasidagi munosabatlar va munosabatlarning xarakterini belgilovchi bozorning xarakterli belgilari sifatida tushuniladigan tuzilma - qurilish materiallari bozorining asosiy xususiyatlari o'rganib chiqilgan.

**Kalit so'zlar.** Qurilish materiallari, qurilish materiallari bozori, qurilish materiallari, qurilish sohasi.

**Kirish.** O'zbekiston Respublikasida keyingi yillarda qurilish ishlari ko'lami sezilarli darajada oshdi. Bularning barchasini real vaqt rejimida hamma joyda kuzatyapmiz: turar-joy majmualari va magistral yo'llar, sanoat gigantlari va ijtimoiy obyektlar – hamma yerda ishlar qizg'in davom etmoqda, O'zbekistonni ko'z o'ngimizda yanada zamonaviy va rivojlangan davlatga aylantirmoqda. Qurilish-mamlakat iqtisodiyotining alohida mustaqil tarmog'i bo'lib, u yangilarini ishga tushirish, shuningdek, mavjud ishlab chiqarish va noishlab chiqarish obyektlarini rekonstruksiya qilish, kengaytirish, ta'mirlash va texnik qayta jihozlash uchun mo'ljallangandir. Qurilish o'zida har qanday davlat iqtisodiyotining holati va rivojlanish darajasini bevosita aks ettiradi. Ushbu soha madaniyat va millatning iqtisodiy o'sishga intilishini tavsiflaydi. Qurilish sanoatining xal qiluvchi roli mamlakat iqtisodiyotining jadal rivojlanishi uchun shart-sharoit yaratishdan iborat. Tabiiyki, katta hajmdagi qurilish ishlari nafaqat katta hajmdagi uskunalar va mutaxassislarni talab qiladi. Qurilish materiallari sohaning asosiy bo'g'inidir. Shu bois mamlakatimizda yangi turdagi sifatli, zamonaviy, energiya tejamkor qurilish materiallari ishlab chiqarish bo'yicha tizimli ishlar amalga oshirilib, marketing tadqiqotlari amalga oshirilmoqda. Ayni paytda mamlakatimiz iqtisodiy salohiyati yuksalishi bilan qurilish materiallariga katta e'tibor qaratilmoqda. Zamonaviy qurilish ilmiy-texnika bazasining yuqori darajada rivojlanishi bilan tavsiflanadi, bu esa yangi samarali qurilish materiallarini o'zlashtirishning jadal o'sishini ta'minlaydi. Bu mehnat sharoitlarini sezilarli darajada osonlashtiradi va yaxshilaydi, uning xarajatlarini kamaytiradi va mahsulot tannarxini kamaytiradi. Assortiment qanchalik keng bo'lsa, qurilish materiallarining sifati yuqori va narxi qanchalik past bo'lsa, qurilish shunchalik muvaffaqiyatli bo'ladi. Qurilish muvaffaqiyatli va samarali bo'lishi uchun avvalo mamlakatda qurilish materiallari bozorini rivojlantirish talab etiladi.

**Adabiyotlar sharhi.** «Qurilish materiallari bozori» tushunchasi Rossiyalik olim V.A.Jukov fikriga ko'ra «...qurilish materiallari bozorini qurilish materiallari sanoati korxonalari (qurilish xom ashyosi, mahsulotlari va tuzilmalari) yakuniy mahsulotlarining aylanish sohasi bo'lib, ular doirasida tashkiliy-iqtisodiy munosabatlarning uch turi shakllanadi: ishlab chiqarish subyektlari o'rtasidagi raqobat munosabatlari; vositachilar va mijozlar o'rtasidagi munosabatlar» dan shakllanadi [1].

Bundan tashqari I.S.Rafael tomonidan quyidagicha ta’rif berilgan: «Qurilish materiallari bozori - bu tovarlarni ishlab chiqarish va sotish uchun maxsus sharoitlar, ishtirokchilarning o‘ziga xos manfaatlari, individual infratuzilma bilan tavsiflangan munosabatlar tizimi bo‘lib, uning doirasida ishlab chiqaruvchilar, iste’molchilar, vositachilar, atrofdagi bozor muhiti vakillarining manfaatlari qurilish materiallari va mahsulotlarini sotib olish va sotish bo‘yicha, barcha manfaatdor tomonlarning ehtiyojlarini qondirishni ta’minlaydigan shakllangan moddiy, moliyaviy va axborot oqimlari muvofiqlashtiriladi» [2].

Qurilish materiallari bozori muammolarining metodologik-nazariy asoslari jahondagi yetuk olimlar Dj.S.Beyna, E.S.Meyson, F.Morrislar tomonidan o‘rganilgan [3]. Ular bozor iqtisodiyoti sharoitida qurilish materiallari sanoati faoliyatining xususiyatlari, bozorining tarkibi va uning faoliyatidagi narx, sotish va xizmat ko‘rsatish jarayonlarini tadqiq etishgan. Rossiya va boshqa MDH olimlaridan Izard U., Lavrov A.M., Nekrasov N.N., Novoselov A.S.lar tomonidan mintaqaviy qurilish materiallari bozorini rivojlanish masalalari tadqiq etilgan. Qurilish materiallari bozorida talab va taklif tarkibidagi o‘zgarishlar, qurilishning yangi texnologiyalarini joriy qilish, raqobatbardosh korxonalar va yangi mahsulotlarning bozorga kiritilishi, xorijiy firmalar bilan raqobat va boshqa munosabatlar Avdasheva S.B., Rozanov N.M., Vuross L.lar tomonidan tadqiq etilgan [4]. Qurilish mahsulotlari sifatini baholash muammolarini rus olimlaridan Feygenbaum A., Adler Y., Azgaldov G.G., Glichev A.V., Lapidus V.A., Livov D.S va boshqalar o‘rganishgan [5]. Shu bilan birga bizning fikrimizcha, O‘zbekiston sharoitida qurilish materiallari bozorini tizimli tadqiq etishga hali kirishilgani yo‘q, ayniqsa, keyingi yillarda qurilish sohasi «drayverga» aylanib rivojlanayotgani, qurilish sanoati faoliyatidagi yangiliklar, xizmatlari va materiallar savdosini takomillashtirish masalalari zamonaviy marketing metodologiya nazariyasi asosida tadqiq etish, hozirgi o‘ta dolzarb muammo hisoblanadi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Qurilish materiallari bozorini marketing konsepsiyalari asosida rivojlantirish jarayonidagi iqtisodiy-ijtimoiy munosabatlarni nazariy va amaliy jihatdan o‘rganish.

**Tahlil va natijalar.** Jahon bozorlaridagi shiddatli raqobat muhitiga moslashish, zamonaviy qurilish materiallari ishlab chiqarishni, sotish va xizmat ko‘rsatish jarayonlari samaradorligini oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar keng qamrovli olib borilmoqda. Qurilish materiallari sanoatini raqamlashtirish, savdo va xizmatlar elektron tizimi yaratish, sohada sun‘iy intellekt tizimini joriy etish, qurilish materiallari, savdosi va xizmatlarini jadal sur‘atlarda rivojlantirish, soha korxonalarini faoliyatini modernizatsiya qilish, ilm-fan yutuqlarini joriy etishga davlat tomonidan imtiyozlar berish, soliq yukini kamaytirish, eksport va import ishlari xarajatlarining bir qismini qoplab berish, mutaxassis kadrlarga bo‘lgan talabni qondirishning innovatsion yondashuvlarini ishlab chiqish bu boradagi ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo‘nalishlaridan hisoblanadi.

O‘zbekistonda raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish va eksport qilish bo‘yicha barqaror o‘shish sur‘atlarini ta’minlash, shuningdek, korxonalarni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik yangilashga qaratilgan qurilish materiallari sanoatidagi tarkibiy o‘zgartirishlarni yanada chuqurlashtirish yuzasidan tizimli ishlar

amalga oshirilmogda. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan farmon va qarorlarda mamlakatda qurilish materiallari ishlab chiqarish hajmini 2 baravarga ko‘paytirish va yangi turdagi energiya tejankor materiallarni ishlab chiqarishni kengaytirish, hududlarda

1 million xonadonli uy-joylar qurish, 5 mlrd AQSh dollarlik loyihalarni amalga oshirish orqali qurilish materiallari sohasini yanada rivojlantirish dasturini ishlab chiqish vazifalari belgilangan. Yuqori qo‘shilgan qiymatli qurilish materiallarini ishlab chiqarish, korxonalarni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlash, shuningdek, ixtisoslashgan yetakchi xorijiy kompaniyalar bilan qo‘shma ishlab chiqarishlarni tashkil etish, talab etilayotgan sifatli mahsulot ishlab chiqarish turlarini kengaytirish, ichki bozorni import o‘rnini bosuvchi va raqobatbardosh qurilish materiallari hamda mahalliy ishlab chiqarilgan mahsulotlar bilan to‘ldirish, shuningdek, tarmoqning eksport salohiyatini oshirish kabi vazifalarning samarali ijrosini ta‘minlash mazkur masalalarning ilmiy yechimini ishlab chiqishga yo‘naltirilgan ilmiy tadqiqotlarning dolzarbligini namoyon etadi.

Bozor (ingl. Market)- insoniyatning tarixiy kashfiyoti bo‘lib, u o‘z taraqqiyotida iqtisodiy ahamiyati bilan bilan birga, odamlarning ma‘naviy yuksalishiga ham ta‘sir ko‘rsatib kelmoqda. Inson bozordagi savdo-sotiq orqali tovarlarni xarid qilish bilan mamlakat va jahon iqtisodiyotidagi o‘zgarishlar va yangiliklardan bahramand bo‘ladi, o‘z mahorati va bilimini yanada oshirishga ilhomlanadi. Bu esa o‘z navbatida ilmiy-texnika progressini rag‘batlantiradi va takroran ishlab chiqarishni jadallashtirib uning ixtisoslashishiga zamin yaratadi [6].

Hozirgi zamon bozori o‘z taraqqiyotiga erishguncha uzoq tarixiy yo‘lni bosib o‘tdi. Bir tomondan, bozorga davlat yo‘li bilan ta‘sir ko‘rsatishning juda xilma-xil shakllari va usullari yuzaga keldi, ikkinchi tomondan, bozorning o‘zini-o‘zi boshqarishiga imkon beruvchi qonunlar va qoidalar tarkib topdi.

Biz bozor muhitini yangidan va qisqa fursatda shakllantirishimiz lozimki, buning uchun bozor munosabatlariga mos bo‘lgan barcha vositalardan, eng yangi tajribalardan g‘oyat samarali foydalanishimiz kerak. Hayotning o‘zi bozor ilmini, qonunlari va tartiblarini har tomonlama va chuqur o‘rganishni taqozo etmoqda. Zamonaviy marketing tamoyillarida bozorni o‘rganishga alohida e‘tibor beriladi. Bozorni o‘rganishdan asosiy maqsad, uning konyukturasiga(holatiga) baho berish va rivojlanish istiqbolini ishlab chiqishdan iborat.

Bozorni tashkil etishning ilmiy-uslubiy asoslari, ulardagi iqtisodiy-ijtimoiy jarayonlarni tadqiq etish va boshqarish bilan bog‘liq munosabatlar «Marketing»-«Bozorshunoslik» fani obyektini va predmetini ifodalaydi. Mazkur fan asoschisi AQSh professori Filip Kotler bo‘lib, hozir u tomonidan Marketingni XXI asr konsepsiyalari: “Marketing 4 - raqamli marketing” va “Marketing 5 – sun‘iy intellektlar marketingi” asoslandi.

Bozorni turli ko‘rsatkichlarga ko‘ra tasniflash mumkin. Quyidagi jadvalda bozorni tasniflash belgilari va bozor turlari keltirilgan (1-jadval).

**Bozorlarni tasniflash belgilari va turlari**

<b>Tasniflash belgilari</b>	<b>Bozor turlari</b>
Iqtisodiyot darajalariga ko‘ra	Makro bozorlar
	O‘rta bozorlar
	Mahalliy bozorlar
Mahalliy lashtirish darajasiga ko‘ra	Tashqi
	Ichki
Hududiy norezidentlarning kirish darajasiga ko‘ra	Ochiq
	Yopiq
Rivojlanish darajasi bo‘yicha	Yuksak
	O‘sib borayotgan
	Yetuk
	So‘nayotgan
Hududiy-geografik xususiyatlari bo‘yicha	Xalqaro
	Mintaqaviy
	Mahalliy
Tashkiliy-huquqiy shakli bo‘yicha	Davlat
	Xususiy
Faoliyat sohalari bo‘yicha	Sanoat
	Xizmat
	Qimmatbaho qog‘ozlar
	Ko‘chmas mulk
	Uy-joy va kommunal
Sanoat bo‘yicha	Qurilish
	Mashinasozlik
	Kimyoviy
	Oziq-ovqat (oziq-ovqat mahsulotlari)
	Neft va gaz
	Metallurgiya
	Yoqilg‘i va energiya
	Yengil sanoat mahsulotlari
Mahsulot turi bo‘yicha	Qurilish materiallari bozori
	Mashina va transport vositalari bozori
	Neft bozori
	Gaz bozori
	Oziq-ovqat bozori (turi bo‘yicha)

Bozorlarni tasniflashda mahsulot turiga ko‘ra bozor turlarga ajratilganda eng yiriklaridan biri bu qurilish materiallari bozoridir. Qurilish materiallari bozori murakkab ko‘p bo‘g‘inli tizim bo‘lib, uning asosiy elementlari qurilish materiallari va mahsulotlarining o‘ziga xos turlari bilan ifodalanadi. Har bir material tashqi ko‘rinishi, tarkibi va sifat ko‘rsatkichlari bilan farqlanadi. Amaldagi xom ashyoning turi va tarkibiga, uni qayta ishlash texnologiyasiga qarab, qurilishda funksional maqsadi bilan farq qiluvchi ko‘plab qurilish materiallari va buyumlari yaratiladi. Katta xilma-xillikka qaramay, qurilish materiallari ham umumiy xususiyatlarga ega.

Mintaqaviy bozorlarni o‘rganish tizimli yondashuvdan foydalangan holda amalga oshirilishi kerak, unga ko‘ra mintaqaviy iqtisodiyot mintaqaviy bozor subyektlarining ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste‘mol qilish sohalarida o‘zaro ta‘sir qilish tizimi sifatida qaraladi. Tahlil bozorda faoliyat yurituvchi subyektlar doirasini, bozor jarayonlariga ta‘sir etuvchi asosiy omillarni, mintaqaviy bozor ta‘sir doiralari hududiy chegaralarini, bozor infratuzilmasining roli va rivojlanish darajasini, davlat tomonidan tartibga solish shakllari va usullarini aniqlashni o‘z ichiga oladi.

Bino va inshootlarni qurish xarajatlari tarkibida qurilish materiallari va buyumlari tannarxning 50-60 % va undan ortiqni tashkil qiladi. Qurilish materiallari va mahsulotlari tannarxini pasaytirish bilan bir vaqtda ularning sifatini oshirish bugungi kunda hududlardagi qurilish tashkilotlarining ehtiyojlarini qondirish, uy-joy tannarxini pasaytirish va uy-joy muammosini hal etishning asosiy yo‘nalishlaridan biridir.

«Qurilish materiallari bozori» tushunchasi Rossiyalik olim V.A.Jukov fikriga ko‘ra «...qurilish materiallari bozorini qurilish materiallari sanoati korxonalarini (qurilish xom ashyosi, mahsulotlari va tuzilmalari) yakuniy mahsulotlarining aylanish sohasi bo‘lib, ular doirasida tashkiliy-iqtisodiy munosabatlarning uch turi shakllanadi: ishlab chiqarish subyektlari o‘rtasidagi raqobat munosabatlari; vositachilar va mijozlar o‘rtasidagi munosabatlar» dan shakllanadi. Bundan tashqari I.S.Rafael tomonidan quyidagicha ta‘rif berilgan: «Qurilish materiallari bozori - bu tovarlarni ishlab chiqarish va sotish uchun maxsus sharoitlar, ishtirokchilarning o‘ziga xos manfaatlari, individual infratuzilma bilan tavsiflangan munosabatlar tizimi bo‘lib, uning doirasida ishlab chiqaruvchilar, iste‘molchilar, vositachilar, atrofdagi bozor muhiti vakillarining manfaatlari qurilish materiallari va mahsulotlarini sotib olish va sotish bo‘yicha, barcha manfaatdor tomonlarning ehtiyojlarini qondirishni ta‘minlaydigan shakllangan moddiy, moliyaviy va axborot oqimlari muvofiqlashtiriladi».

Tizim sifatida qurilish materiallari bozori ma‘lum tuzilishga ega bo‘lgan va tashqi muhit bilan o‘zaro aloqada bo‘lgan subyektlar va obyektlarning o‘zaro bog‘liq elementlarining yaxlit majmuasidir. Qurilish materiallari bozori subyektlari o‘rtasidagi munosabatlar va munosabatlarning xarakterini belgilovchi bozorning xarakterli belgilari sifatida tushuniladigan tuzilma - qurilish materiallari bozorining asosiy xususiyatlaridan biridir. Bu xususiyatlarga quyidagilar kiradi: ishlab chiqaruvchi tashkilotlarning soni va hajmi, turli tashkilotlar tomonidan ishlab chiqarilgan qurilish xom ashyosi, materiallari, mahsulotlari va konstruksiyalari o‘rtasidagi o‘xshashlik yoki farq darajasi, muayyan bozorga kirish va undan chiqish qulayligi, bozor

ma'lumotlarining mavjudligi, mahalliy tabiiy resurslardan foydalanish, qurilish materiallari sanoatining mahalliy korxonalari uchun ichki bozor marketingining ustuvorligi.

Qurilish materiallari bozorining o'ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- ma'lum turdagi va sifatdagi nisbatan bir xil tovarlar;
- tovarning uzoq muddat xizmat qilishi;
- tovar sifatiga va sertifikatlashtirishga qo'yiladigan o'ziga xos talablar;
- bozor subyektlarining nisbatan kichik soni (iste'mol bozoriga nisbatan buning natijasida mintaqaviy bozorlarda qurilish materiallarining ayrim mahsulot guruhlari uchun monopoliya va oligopoliyalalar paydo bo'ladi);

- yuqori transport xarajatlari va asosiy qurilish materiallari va mahsulotlarining nisbatan yopiq bozori (g'isht, yig'ma beton, metall bo'lmagan materiallar, devor bloklari);

- maxsus infratuzilma - sotuvchilar, tartibga soluvchilar va nazorat qiluvchi organlar.

Qurilish materiallari bozorini o'rganishda uning xususiyatlarini aks ettiruvchi, uni o'rganish va tasniflash imkonini beruvchi turli ko'rsatkichlar muhim rol o'ynaydi. Bozor tarkibini tavsiflovchi alohida ajratilgan miqdoriy ko'rsatkichlar mavjud bo'lib, ularga quyidagilar kiradi:

qurilish materiallarining ushbu tovar bozorida faoliyat yurituvchi sotuvchilar soni;

ushbu qurilish materiallari bozorida sotuvchilar egallagan ulushlar;

bozor konsentratsiyasi ko'rsatkichlari;

qurilish materiallari bozoridagi korxonalar tovar aylanmasi, mehnatda band bo'lganlar, kapital va foyda miqdori.

Hozirgi vaqtda Yevropa ittifoqi mamlakatlarida bozorni taqsimlashning boshqa mezonlari qo'llaniladi:

- narx o'zgaranda daromadning o'zgarish ko'rsatkichi (to'g'ridan-to'g'ri narxlarning egiluvchanligi ko'rsatkichi prinsipi asosida - bozor chegaralariga narx nuqtalarining uzoq vaqt davomida ko'tarilishi bilan ishlab chiqaruvchi firmalarning daromadlari va foydalari dinamikasi);

- tovarlar narxlarining vaqt bo'yicha o'zaro bog'liqligi (baholarning o'zaro egiluvchanligi konsepsiyasiga asoslanib - uzoq vaqt davomida (5-10 yil) tovarlar narxlari harakatining ijobiy korrelyatsiyasi tovarlarning barqaror o'rinbosar ekanligini ko'rsatadi, ya'ni ular bitta bozorni tashkil qiladi);

- bozorning geografik chegaralanishi (turli hududlarning bir geografik bozorga mansubligi mezoni raqobatning bir xil shartlaridir).

Qurilish materiallarini iste'mol qiluvchi subyektlar – ma'lum bir iqtisodiyotning rezidentlari va norezidentlari, ma'lum bir bozor, yuridik va jismoniy shaxslar qurilish materiallari bozori tarkibini talabga muvofiq belgilaydilar.

Qurilish materiallari bozorining obyekt qurilish materiallari sanoati korxonalarining mahsulotlari - bino va inshootlarni qurishda, shuningdek ularni rekonstruksiya qilish, ta'mirlash, tiklashda foydalaniladigan qurilish materiallari va xom ashyolari, buyumlari va yig'ma konstruksiyalari hisoblanadi. Yuqorida aytib

o‘tganimizdek, ushbu materiallarning o‘ziga xos tuzilishi va aslida - qurilish materiallari bozorining obyektı tizimli yondashuv nuqtai nazaridan ta’rifida ushbu bozorning tarkibini taklif bilan belgilaydi.

Boshqa har qanday bozorda bo‘lgani kabi, qurilish materiallari bozorida ham barcha subyektlarning o‘zaro ta’siri talab va taklif hajmini belgilaydi.

Qurilish materiallari bozoridagi taklif - bu hududiy qurilish materiallari sanoati korxonaları tomonidan ishlab chiqarilgan qurilish materiallari va chetdan olib kelingan qurilish materiallarining ma’lum vaqt davomida muomalada bo‘lgan umumiy hajmidir.

Qurilish materiallari bozoridagi talab esa bu qurilish tashkilotlari va boshqa iste’molchilarning ham hududiy, ham mamlakatning boshqa subyektlaridan qurilish materiallariga bo‘lgan umumiy ehtiyojining mablag‘ bilan ta’minlangan qismidir. Qurilish materiallari bozoridagi talab ijtimoiy-iqtisodiy omillarga bog‘liq bo‘ladi. Ishlab chiqarish omillari bozordagi taklifga ta’sir qiladi. Sanoat va infratuzilma omillari qurilish materiallari sanoatining tuzilishini, korxonalar sonini va ularning joylashishini belgilaydi. Ijtimoiy, sanoat va infratuzilma omillarining kombinatsiyasi talab va taklif egri chiziqlarini shakllantiradi va oxir-oqibat qurilish materiallari bozoridagi zanjirlarni belgilaydi.

Tovar aylanmasi jarayonlarini tashkil etish tamoyiliga ko‘ra, qurilish materiallarining hududiy bozori ochiq va yopiq bo‘lishi mumkin. Ochiq bozor mintaqalararo bozor hisoblanadi. Ochiq bozor erkin savdo, vositachilik tashkilotlari orqali sotish yoki milliy va jahon bozorining har qanday subyektlari o‘rtasidagi to‘g‘ridan-to‘g‘ri bitimlar orqali amalga oshirilishi bilan tavsiflanadi. Yopiq bozor mintaqa ichidagi bo‘lib, u qurilish materiallari va mahsulotlarining erkin savdosiga to‘sqinlik qiluvchi turli xil to‘siqlarning (hududiy, ma’muriy va boshqalar) mavjudligi bilan tavsiflanadi.

**Hulosa.** Tizim sifatida qurilish materiallari bozori ma’lum tuzilishga ega bo‘lgan va tashqi muhit bilan o‘zaro aloqada bo‘lgan subyektlar va obyektlarning o‘zaro bog‘liq elementlarining yaxlit majmuasidir. Qurilish materiallari bozori subyektlari o‘rtasidagi munosabatlar va munosabatlarning xarakterini belgilovchi bozorning xarakterli belgilari sifatida tushuniladigan tuzilma - qurilish materiallari bozorining asosiy xususiyatlaridan biridir. Bu xususiyatlarga quyidagilar kiradi: ishlab chiqaruvchi tashkilotlarning soni va hajmi, turli tashkilotlar tomonidan ishlab chiqarilgan qurilish xom ashyosi, materiallari, mahsulotlari va konstruksiyalari o‘rtasidagi o‘xshashlik yoki farq darajasi, muayyan bozorga kirish va undan chiqish qulayligi, bozor ma’lumotlarining mavjudligi, mahalliy tabiiy resurslardan foydalanish, qurilish materiallari sanoatining mahalliy korxonaları uchun ichki bozor marketingining ustuvorligi.

### Foydalanilgan adabiyotlar

1. В.А.Жуков. Методы управления результативностью рынка строительных материалов на уровне региона. Дисс.кан. эко.наук. Волгоград-2005 г
2. И.С.Рафаель “Управление ассортиментным предложением предприятия на основе маркетингового подхода” Автореферат кан. экон.наук Оренбург-2010 10-с

3. Моррис. Д. Теория организации промышленности / Д. Моррис, 1999. - 589 с.;

4. Авдашева С.Б. Анализ структур товарных рынков: экономическая теория и практика России / СБ. Авдашева, Н.М. Розанова. - М. : Экон. Фак.МГУ ТЕИС, 1998.-133С.;Розанова Н.М. Квaziконкурентные рынки-реальность российской экономики/ Н.М.Розанов, С.Б. Андашев// Вести. МГУ, Сер.6.Экономика.-1998 г.; Вурос Л. Экономика отраслевых рынков / Л. Вурос, Н. Розанова. - М.: МГУ, 2000. -312 с.;

5. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции: Сокр. пер. с англ. /Авт. предисл. и науч. ред. А.В. Гличев. - М.: Экономика, 1986. -471 с.; Адлер Ю., Моховикова Л. Должна ли страна быть бедной? — Тольятти, 1998.; Азгальдов Г.Г. Квалиметрия в архитектурно-строительном проектировании.-М., 1989. ; Гличев А.В., Панов В.Г., Азгальдов Г.Г. Что такое качество? - М., 1968.; Лapidус В.А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях. / Гос.ун-т управления; Нац. фонд подготовки кадров. - М.: ОЛЮ "Типография "Новости", 2000.-432 с.;Львов Д.С. Экономика качества продукции. — М. 1972.;

6. Soliyev A., Buzrukxonov S. “Marketing” darslik,Toshkent “Iqtisodiyot – Moliya” 2010 yil 3-b