



ҚУРИЛИШДА БАҲОЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ СТРАТЕГИЯЛАРИ

Б.БОЗОРОВ

*Тошкент Давлат иқтисодийёт университети
мустақил изланувчиси*

Амалиётнинг кўрсатишича қурилиш (фирма)да баҳоларни шакллантиришнинг қуйидаги стратегиялари бўлиши мумкин: а) “ўзгарадиган”-пасаядиган баҳо; б) узок муддатли баҳо; в) бозор сегменти баҳоси; г) баҳовий камситиш стратегияси; д) мослашувчан баҳо; е) табақалаштирилган баҳоларни шакллантириш стратегияси; ё) баҳовий дискриминация стратегияси; ж) рақобатли баҳоларни шакллантириш стратегияси; з) “ўзлаштириш эгри чизиғи” бўйича стратегия; и) баҳолар билан огоҳлантириш стратегияси.

Энди эса юқорида келтирилганларнинг ҳар бирига, маълум даражада, ўша кетма-кетликка риоя қилган ҳолда тавсиф беришга ҳаракат қиламиз.

Қурилиш ташкилот (фирма)лари ўз маҳсулотларига нисбатан **“ўзгарадиган”-пасаядиганбаҳо** стратегиясини танлаганда бу ерда ҳал қилувчи аҳамиятга эга бўлган омил сифатида талаб ва таклифнинг ўзаро нисбати ҳисобга олинади. Зеро, маълумки, бозорнинг тўйинганлигига қараб туриб, қурилиш маҳсулотлари ва хизматларининг баҳоси ва айниқса, уларнинг улгуржи баҳолари (шундай бўлишига қарамасдан, чакана савдо қилувчилар бундай буюмларга баҳоларнинг маълум бир узоқроқ муддатга барқарор бўлиб туришини кўллаб-қувватлаб туришлари мумкин) секин-асталик билан пасая бошлайди. Шунинг учун ҳам қурилиш маҳсулотини етказиб бериш (тақдим этиш) прогноз (башорат)ини тузишда тайёрловчи қурилиш ташкилот (фирма)лар яхлит ҳолда қурилиш тармоғида ишлаб чиқариш ҳажми ўсиш суръатларини таҳлил қилиши, уларни бозор сиғимининг ўзгариши (динамикаси) (энг аввало, потенциалъ истеъмолчилар даромадларининг ўсиш суръатлари) билан таққослашлари керак. Ундан сўнг эса улар кейинги даврда ўз маҳсулотларининг барқарор етказиб берилишини таъминлаш учун баҳоларни неча фоизга пасайтирилиши лозимлигини аниқлашлари зарур.

Узок муддатли баҳо стратегиясига мувофиқ шундай маҳсулотни етказиб бериш прогноз (башорат)и тузилаётганда баҳо олдиндан белгиланган (берилган) бўлади. Кўпчилик ҳолларда уни камайтиришнинг иложи йўқ. Бунинг устига, унинг шундай қилиниши таъминот (етказиб бериш)нинг жиддий ошишига олиб келмайди. Бундай бозорда фаолият кўрсатиб (ишлаб) фойдани кўпайтириш (ошириш) учун ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш йўллари кидириб топиш алоҳида аҳамият касб этади.





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

Бозор сегменти баҳоси стратегияси қўлланилганда истеъмолчиларнинг турли-туман гуруҳлари (масалан, ўзининг ижтимоий мақомига кўра) бозордаги бир хил буюмлар учун турли баҳоларни тўлашади. Шунинг учун буюмларнинг баҳоси уларнинг кимларга мўлжалланганлигига қараб сезиларли даражада ўзгариши мумкин. Баҳоларни ўрнатишга бундай ёндашувдан амалий жиҳатдан фойдаланиш учун, энг аввало, қурилиш маҳсулотларини истеъмолчиларнинг турли гуруҳларига сотиш, қиёсий жиҳатдан тез ва осон, шунингдек минимал харажатлар билан тегишли маҳсулотнинг конструкцияси ва дизайнини ўзгартириш, истеъмолчилар аниқ гуруҳларининг талаблари ва сўровларига мувофиқ келтириш имкониятлари бўлиши керак.

Баҳоларни шакллантиришда бундай ёндашувдан фойдаланилаётганда яна бир ҳолатни эсдан чиқармаслик керак. Гап бу ўринда шу маҳсулотни харид қилишга ҳаракат қилаётган ва бозорнинг турли сегментларида бўлган истеъмолчилар бир-бирлари билан рақобат қилмасликлари лозим. Бошқача сўзлар билан айтганда, бу жойда қиёсан (масалан, географик ёки ижтимоий жиҳатдан) ва бир-бирларидан ажратилган истеъмолчилар гуруҳи ҳисоб-китобларда инобатга олинмоғи зарур.

Баҳовий камситиш стратегиясига мувофиқ қурилиш ташкилоти (фирмаси) бир вақтнинг ўзида бир товар (хизмат)ни турлича баҳоларда харидорларнинг турли тоифаларига таклиф қилади. Шунинг учун ҳам бу ерда баҳовий камситилиш (дискриминация) ҳақида гап кетмоқда. Бунда харидор (мижоз)ларнинг бир баҳо каналидан иккинчи баҳо каналига ўтиб кетаолмаслиги (шундай имкониятнинг йўқлиги) бу стратегия қўлланилиши муваффақиятининг асосий шартидир. Зеро, баҳовий камситилиш стратегияси харажатларга боғлиқ бўлмаган ҳолда бир хилдаги буюмларга турли сотилиш баҳоларининг ўрнатилишини тақозо этади. Шунингдек, баҳовий дискриминация баҳоларнинг даражасига камроқ таъсирчан бўлган истеъмолчилар бир гуруҳи (бозорнинг бир сегменти)га нисбатан бошқалари учун юқорироқ баҳоларнинг ўрнатилиши (белгиланиши) орқали ҳам ифодаланиши мумкин. Бундай вазиятда, табиийки, таъминлаш (етказиб бериш)нинг турли минтақаларида бир маҳсулотни турли баҳоларда тақдим этиш баҳовий камситиш билан ҳеч қандай умумийликка эга эмасдир.

Мослашувчан баҳо стратегиясига кўра, баҳолар маълум бир аниқ вақтда бозор конъюнктураси характериға боғлиқ бўлмаган ҳолда ўрнатилади. Баҳоларни ўрнатишда бундай ёндашувдан фойдаланиш нисбатан қисқа вақт давомида талаб ва таклиф ўртасида кучли тебраниш (ўзгариш)лар бўлиши мумкин бўлган бозорда қўллаш ўзини оқлайди. Баҳоларни шакллантиришдаги бундай ёндашувдан бозорга олдиндан билган ҳолда нисбатан паст баҳолардан фойдаланиш орқали (хатто ўз ишлаб чиқариши рентабеллиги учун зарар бўлганда ҳам) кираётган янги рақобатчиларга қарши туришда ҳам фойдаланилади.

Табақалаштирилган баҳоларни шакллантириш стратегияси харидорлар тоифаларининг бир хил эмаслиги ва бир хил товарни бир неча баҳоларда сотиш





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

имкониятининг мавжудлиги билан белгиланади. Бунда иккинчи бозорда баҳоларга чегирмалар тақдим этиш битим бўйича ўзгарувчан ва доимий харажатларнинг ўзига хослигига бориб тақалади.

Рақобатли баҳоларни шакллантириш стратегияси қурилиш ташкилот (фирма)лари рақобатбардошлиги баҳосини ҳисобга олишга асосланади. Бунда бозорга кириб боришнинг баҳовий стратегияси ишлаб чиқариш ҳажмининг ўсиши ҳисобидан олинган иқтисодга бориб тақалади.

“Ўзлаштириш эгри чизиги” бўйича баҳо стратегияси қўлга киритилган тажрибаларнинг афзаллиги ва рақобатчиларга нисбатан таққосланганда харажатларнинг нисбатан пастлигига асосланади. “Ўзлаштириш эгри чизиги” бўйича баҳо стратегиясини амалга оширишда иш циклининг бошида товарларни сотиб олган харидорлар навбатдаги (кейинги) харидорларга нисбатан ташқи тежамкорликка эга бўладилар. Чунки тўлашга тайёр бўлишларига қарамасдан дастлабки (биринчи) харидорлар маҳсулотни нисбатан пастроқ бўлган баҳоларда харид қиладилар. Қурилиш ташкилоти (фирмаси) тажрибасининг кучли таъсири ва баҳолар даражасига харидорларнинг таъсирчанлиги бундай стратегия қабул қилинишининг керакли шартларидан биридир. Одатда, бундай шартлар узок муддатли даврда етарли даражада мавжуд бўлган рақобатчилар кучли ҳолатни таъминлаш учун биринчи даражали эҳтиёжга эга бўлмаган ва узок муддатларда фойдаланишга мўлжалланган товарларни ишлаб чиқаришни ривожлантиришнинг бошланғич (дастлабки) босқичларида пайдо бўлади.

Баҳолар билан огоҳлантириш стратегияси қурилиш ташкилоти (фирмаси) томонидан рақобатчи ташкилот (фирма)лар томонидан яратилган баҳо механизмига харидорларнинг ишони-шидан фойдаланишга асосланади.

Хуллас, қурилишда баҳоларни шакллантириш стратегия-ларини тўғри танлаш, жумладан, марказлаштирилган капитал қуйилма (инвестиция)лар ҳисобидан молиялаштириладиган объект-ларда нархлар ошиши муаммоларини замонавий бозор иқтисо-дининг талаблари асосида оқилона ҳал этиш учун муҳим роль ўйнайди.

