

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА “МАРКЕТИНГ”**

**На правах рукописи  
УДК: 339.138:36 (575.1)**

**САМАТОВА ГУЛЬНОЗА БАХОДИР КИЗИ**

**Совершенствование методов оценки конкурентоспособности  
предприятий сферы услуг (на примере предприятий сферы  
услуг)**

**5A230401 “Маркетинг” (товары и услуги)  
Диссертация написанная для получения академической степени  
магистра**

**Научный руководитель: д.э.н., проф. Икрамов М.А.**

**ТАШКЕНТ – 2018**

В магистерской диссертационной работе изучены теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий сферы услуг, а также осуществлена их классификация. При рассмотрении опыта оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг произведен анализ как зарубежной, так и местной практики по оказанию услуг, в том числе ООО «Марказшаробсавдо». Исходя из проведенного анализа разработаны мероприятия по принятию стратегических решений по товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политике в ООО «Марказшаробсавдо».

In the master's thesis the theoretical aspects of the competitiveness of service enterprises were studied and their classification was carried out. When considering the experience of assessing the competitiveness of service enterprise, an analysis is made of both foreign and local practices for providing services, including LLC "Markazsharobsavdo". Based on the analysis carried out, measures were taken to adopt strategic decisions on the commodity, price, sales and communication policy of LLC "Markazsharobsavdo".

Магистерская диссертационная работа прошла предварительную защиту на кафедре «Маркетинг»

Протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

Научный руководитель:

д.э.н., проф. Икрамов М. А.

подпись

дата

Магистрант:

Саматова Г. Б.

подпись

дата

## **СОДЕРЖАНИЕ:**

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ</b>	
<b>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ.....</b>	<b>11</b>
1.1    Понятие и сущность конкурентоспособности сферы услуг.....	11
1.2    Факторы и критерии конкурентоспособности предприятий сферы услуг.....	21
1.3    Оценки конкурентоспособности сферы услуг и их классификация.....	30
Выводы по первой главе.....	38
<b>ГЛАВА III. ОЦЕНКА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ.....</b>	<b>40</b>
2.1.    Опыт зарубежных компаний по оценке конкурентоспособности сферы услуг на рынке.....	40
2.2.    Анализ деятельности сферы услуг в Республике Узбекистан.....	46
2.3.    Анализ маркетинговой деятельности ООО «Марказшаробсавдо».....	58
Выводы по второй главе.....	70
<b>ГЛАВА III. РАЗРАБОТКА МЕТОДА ОЦЕНКИ</b>	
<b>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «МАРКАЗШАРОБСАВДО».....</b>	<b>73</b>
3.1.    Изучение потребителей и анализ сегментации рынка ООО «Марказшаробсавдо».....	73
3.2.    Анализ достижения конкурентного преимущества и оценка конкурентоспособности ООО «Марказшаробсавдо».....	80
3.3.    Принятие стратегических решений по товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политике ООО «Марказшаробсавдо».....	89
Выводы по третьей главе.....	102
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>105</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>110</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>116</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** В течение длительного времени в нашей стране не уделялось должного внимания развитию услуг предприятия. Процесс реформирования и реструктуризации экономики позволил изменить сложившееся положение. В настоящее время темпы развития отраслей сферы услуг резко возросли и оказывают все большее влияние на экономику страны, характер и структуру потребления населения. Однако процесс экстенсивного наращивания объемов услуг заканчивается и берет начало новый процесс повышения конкурентоспособности сферы услуг.

В условиях развитых рыночных отношений каждая фирма, каждый предприниматель должны иметь свою стратегию, найти главное звено для победы в острой конкурентной борьбе. Без «стратегического видения» будущего, без поиска долговременных «качественных» преимуществ невозможно достичь эффективного функционирования бизнеса.

Как отмечает Президент Республики Узбекистан Мирзиёев Ш. М.: «Важное значение приобретают формирование инновационной программы, подготовка кадров нового поколения, эффективно пользующихся инновациями и инвестициями, поддержка развития класса собственников. Для этого и нужна программа технологического развития Узбекистана и модернизации внутреннего рынка».<sup>1</sup>

Важная роль в реализации этой задачи отводится экономическому анализу деятельности субъектов хозяйствования. С его помощьюрабатываются стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управлеченческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников.

---

<sup>1</sup>Послания Президента Республики Узбекистан Мирзиева Ш. М. Олий Мажлису Деловой партнер // Ташкент, Узбекистан, 22.12.2017 г., стр. 4