

339.138(043.3)

с - 34

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Кўлёзма ҳуқуқида
УДК: 658+33М (575,1)

САФАРОВ НУРИТДИН ЧОРИЕВИЧ

ХАЛҚАРО ТРАНСПОРТ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА
РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ОШИРИШНИНГ УСТУВОР
ЙЎНАЛИШЛАРИ
(«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК мисолида)

08.00.11 – Маркетинг

Иқтисод фанлари номзоди
илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация

АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент – 2012



339.138(043.3)

C-34

Диссертация Тошкент давлат иқтисодиёт университетида бажарилган

Илмий раҳбар:

иқтисод фанлари доктори, профессор
Бекмуродов Адҳам Шарипович

Расмий оппонентлар:

иқтисод фанлари доктори, профессор
Икрамов Мурат Акрамович

иқтисод фанлари номзоди, доцент
Юсупова Дилдора Тўражонова

Етакчи ташкилот:

Тошкент давлат техника университети

Диссертация 2012 йил «17» май соат 9⁰⁰ да Тошкент давлат иқтисодиёт университети хузуридаги иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун диссертациялар ҳимояси бўйича Д.067.06.01 рақамли Ихтисослашган кенгаш мажлисида ҳимоя қилинади.

Манзил: 100003, Тошкент шаҳри, Ўзбекистон шоҳ кўчаси, 49.

Диссертация билан Тошкент давлат иқтисодиёт университети кутубхонасида танишиш мумкин.

Автореферат 2012 йил «16» июн да тарқатилди.

Ихтисослашган кенгаш илмий котиби,
иқтисод фанлари номзоди, доцент



А.Н. Самадов

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ УМУМИЙ ТАВСИФИ

Мавзунинг долзарблиги. Кейинги йилларда жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви миллий ва ҳудудий ишлаб чиқариш ҳамда транспорт мажмуаларининг рақобатбардошлигини оширишга янги талаблар қўймоқда. Булар эса, ўз навбатида бозор ёндашуви доирасида иқтисодий ўсиш, товарлар ва хизматлар алмашинуви чегаралари кенгайишни фаоллаштирмоқда. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятининг тобора кенгайиши транспорт хизматлари бозорига ҳам катта таъсир кўрсатмоқда.

Дарҳақиқат, транспорт-коммуникация тармоқлари жаҳон иқтисодиётининг муҳим қисмларидан биридир. Жумладан, мамлакатлар иқтисодиёти ривожланишини транспорт тизимсиз тасаввур этиб бўлмайди. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов таъкидлаганидек, «2012 йилда энг муҳим устувор вазифалардан бири транспорт ва муҳандислик-коммуникация инфратузилмасини жадал ривожлантиришни таъминлашдан иборат бўлиб қолади. Транспорт-коммуникация тармоқларининг инсон танасини қон билан таъминлайдиган ҳаётбахш томирларга ўхшатилиши бежиз эмас, албатта»¹.

Ишлаб чиқаришни самарали ташкил этиш ва жойлаштиришда транспорт воситалари алоҳида аҳамиятга эга. Замонавий иқтисодиёт шундан далолат бермоқдаки, халқро меҳнат тақсимотини чуқурлашуви ва ишлаб чиқаришнинг интеграциялашуви жараёнида транспортга нафақат харажатларни минималлаштирувчи восита сифатида, балки мамлакатнинг рақобат устунликларини шакллантирувчи омил сифатида қаралмоқда. Яъни, бу хусусда Президент И.А. Каримов таъкидлаганидек, «Биринчи даражали эътибор мамлакатимиз иқтисодиётининг рақобатдошлигини ошириш бўйича дастур тайёрлаш ва уни амалга оширишга қаратилиши зарур. Бугунги кунда қўлаб ривожланган ва жаҳон иқтисодиётида етакчи ўрин тутадиган мамлакатлар тажрибаси шуни сўзсиз исботлаб бермоқдаки, рақобатдошликка эришиш ва дунё бозорларига чиқиш, биринчи навбатда, иқтисодиётни изчил ислоҳ этиш, таркибий жиҳатдан ўзгартириш ва диверсификация қилишни чуқурлаштириш, юқори технологияларга асосланган янги корхона ва ишлаб чиқариш тармоқларининг жадал ривожланишини таъминлаш, фаолият кўрсатаётган қувватларни модернизация қилиш ва техник янгилаш жараёналарини тезлаштириш ҳисобидан амалга оширилиши мумкин»².

Ўз навбатида, товарлар ва хизматлар алмашинувининг кенгайиши ҳамда чуқурлашувиغا шарт-шароит яратиш, мамлакатнинг рақобатдаги устунлигини таъминлаш, янги типдаги ҳудудий меҳнат тақсимотига фақат рақобатбардош транспорт тизimini ташкил этиш билангина эришиш мумкин. Ўзбекистон иқтисодиётида ҳам транспорт воситаларни муҳим боғловчи бўлган ҳисобланади. Албатта, иқтисодий ўсиш ва барқарорликка транспорт тизими муаммоларини бартараф этмасдан эришиб бўлмайди. Бунда миллий транспорт

¹Каримов И.А. «2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади». – Т.: Ўзбекистон, 2012., – Б - 25.

² Уша ерда, б - 19-20.

компанияларининг хизматлари сифатини ошириш, таннархини камайтириш, халқаро транспорт хизматлари бозоридаги рақобатбардошлигини таъминлаш, уларнинг маркетинг ва рақобат стратегиясини шакллантириш, қувватларни модернизация қилиш ҳамда техник янгилаш орқали товарлар ва хизматларнинг янги турлари билан халқаро бозорларга чиқиш бу борадаги энг устувор вазибалардан ҳисобланади. Ушбу масалалар диссертация мавзусининг долзарблигидан далолат беради.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Халқаро транспорт хизматлари бозорини тадқиқ қилиш, айниқса, транспорт-коммуникация тармоқлари рақобатбардошлигини ошириш билан боғлиқ муаммолар А. Ваймерскирх, С. Джордж, Ф. Котлер, М. Портер, Р. Рассел, Б. Рендер, К. Хаксвер³ каби хорижий олимларнинг ишларида ёритилган. Улар томонидан маркетингнинг умумий масалалари билан бирга транспорт маркетинги билан боғлиқ турли йўналишлари ҳам қўриб чиқилган.

Транспорт маркетинги ва рақобатбардошлиги муаммоларини ўрганишга МДХ иқтисодчи-олимларидан И.И. Дюмулен, Е.Б. Костромина, Ю.Ф. Кулаев, М.Л. Мамонова, Т.И. Пугановская, А.К. Саакян⁴ ва бошқалар ўз илмий ҳиссаларини қўшишган. Улар транспорт коммуникациялари рақобатбардошлигига умумий бозор тамойиллари шарт-шароитларидан келиб чиққан ҳолда ёндашишган.

Ўзбекистон Республикасида транспорт хизматлари бозорининг замонавий ҳолатини таҳлил этиш, маркетинг концепцияларини амалда қўллаш, транспорт тизимини ривожлантириш, хизматлар самарадорлигини оширишга доир муаммолар билан қатор иқтисодчи-олимлар ва илмий марказлар шугулланиб келмоқда. Айниқса, жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида халқаро транспорт хизматлари бозорида Ўзбекистон транспорт компанияларининг фаолиятига бағишланган илмий изланишлар диққатга сазовордир. Бу соҳада республиканинг қатор иқтисодчи-олимлари, хусусан, А.М. Абдуллаев, А.Ш. Бекмуродов, М.А. Икрамов, Я.К. Қарриева, З.Ш. Сафасва, М.Я. Ходжаева⁵ томонидан илмий изланишлар олиб борилган.

³ Джордж С., Ваймерскирх А. Всеобщее управление качеством: стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях. (TQM). – СПб.: Виктория плюс, 2002. – 320 с.; Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. Пер. с англ. – 4-е европ. Издательский дом «Вильямс», 2009. – 1200 с.; Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.; Хаксвер К., Рендер Б., Рассел Р. Управление и организация в сфере услуг. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002. – 450 с.

⁴ Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. – М.: «Экономика», 2003. – 315 с.; Костромина Е.Б. Авиатранспортный маркетинг; НОУ «Высшая Коммерческая Школа Авиабиизнес». – М.: НОУ ВКШ «Авиабиизнес», 2003. – 384 с.; Кулаев Ю.Ф. Экономика гражданской авиации Украины. Монография. – К.: «Деликс», 2004. – 315 с.; Мамонова М.Л. Авиатранспортный маркетинг. – М.: МИИГА, 2000. – 345 с.; Пугановская Т.И. и др. Коммерческое ценообразование в авиаперевозках. Учебное пособие. СПб.: Северо-Западный заочный технический университет, 2005. – 105 с.; Саакян А.К. и др. Особенности формирования концепции управления авиапредприятием в условиях переходного периода. Монография / Под ред. М.А. Икрамова. – СПб.: СЗТУ, 2006. – 320 с.

⁵ Абдуллаев А.М. и др. Менеджмент и экономические аспекты функционирования авиапредприятия. Монография / Под ред. проф. М.А. Икрамова. – Т.: Изд-во «FAN VA TECHNOLOGIYA», 2006. – 330 с.; Бекмуродов А.Ш., Муасилев А.А. Маркетинг информационных продуктов и услуг. Монография. – Т.: Экономика, 2010. – 269 с.; Икрамов М.А. и др. Актуальные проблемы развития авиационной промышленности Узбекистана в переходный период. – СПб.: Изд-во СЗТУ, 2006. – 129 с.; Қарриева Я.К. Ўзбекистонни жаҳон бозорига чиқиш учун халқаро йўлақлардан самарали фойдаланишнинг логистик транспорт муаммолари.

Аммо ушбу тадқиқотларда Ўзбекистон учун ўта муҳим стратегик аҳамият касб этган транспорт компанияларининг халқаро бозорларга муваффақиятли кириб бориш йўллари, уларнинг рақобатбардошлигини ошириш, маркетинг ва рақобат стратегияларини амалга ошириш истиқболлари ўз аксини топмаган.

Юқоридикида қайд этиб ўтилган фикрлардан келиб чиқиб, диссертация тадқиқоти доирасида, мамлакат транспорт компаниялари фаолиятини такомиллаштириш ва рақобатбардошлигини таъминлаш ҳам назарда тутилган. Бу эса, мазкур мавзунинг таълимига асос бўлди.

Диссертация ишнинг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Мазкур тадқиқот иши давлат рўйхати № 01.02.0011533 бўлган Давлат илмий-тадқиқот дастури – 1.6. «Ўзбекистонда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш ва либераллаштиришнинг илмий асосларини ишлаб чиқиш» ва «Транспорт комплексининг ривожланиши ва унинг экспорт потенциалини кенгайтиришга таъсири» 1.6.3.2. рақамли вазифаси доирасида бажарилган.

Тадқиқот мақсади. Ўзбекистон ва жаҳон транспорт хизматлари бозорининг замонавий ҳолатини ўрганиш ва баҳолаш асосида миллий транспорт компанияларининг халқаро транспорт хизматлари бозорига кириб бориши ва рақобатбардошлигини оширишнинг маркетинг ва рақобат стратегиясини ишлаб чиқиш бўйича илмий таклиф ва амалий тавсияларни асослашдан иборат.

Тадқиқот вазифалари. Белгиланган мақсадга мувофиқ ҳолда, диссертация ишида қуйидаги вазифалар белгиланди:

- транспорт-коммуникация тармоқларининг рақобатбардошлиги ва рақобатда устуңлиги бўйича назарий-методологик асосларини ўрганиш;

- Ўзбекистон ва жаҳон транспорт хизматлари бозорининг замонавий ҳолатини ўрганиш ва баҳолаш;

- халқаро авиатransпорт соҳасида маркетинг концепцияларини қўллаш тамойиллари бўйича назарий-услубий масалаларни ўрганиш;

- «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК бўлималарининг фаолият кўрсаткичларини таҳлил қилиш ва прогноз кўрсаткичларини ишлаб чиқиш;

- миллий авиакомпания корхоналарининг жаҳон хизматлар бозорига кириб бориши ва рақобатбардошлигига таъсир қилувчи омилларнинг комплекс маркетинг таҳлилинини ўтказиш;

- кўрсатиладиган хизматлар таркибини диверсификациялаш ва авиакомпания рақобатбардошлигини ошириш борасида ривожланган мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш имкониятлари бўйича илмий-амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш;

- «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг хизмат кўрсатиш самарадорлиги ва жаҳон хизматлар бозорига рақобатбардошлигини ошириш бўйича аниқ илмий-амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш.

Иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. – Т., - 2004. - 44 б.; Сафиева З.Ш. и др. «Регулирование в сфере гражданской авиации». Учебное пособие. – Т.: «Фан», 2006. - 161 с.; Ходжаева М.Я. и др. Проблемы и перспективы развития управления воздушным транспортом Узбекистана. – Современные методы организации бизнеса и маркетинга. Межвузовский сб. / Под ред. А.К. Саажия. – СПб.: СЗТУ, 2005.

Тадқиқот объекти ва предмети. Тадқиқот объекти сифатида халқаро йўналишларда фаолият кўрсатувчи Ўзбекистоннинг транспорт компаниялари, хусусан, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг хизмат кўрсатиш тизими олинган. Тадқиқот предмети бўлиб, халқаро транспорт хизматлари бозоридagi транспорт компанияларининг иқтисодий муносабатлари ва маркетинг жараёнлари ҳисобланади.

Тадқиқот усуллари. Тадқиқот жараёнида тизимли таҳлил, қиёсий ва иқтисодий таҳлил, иқтисодий таққослаш, эксперт баҳолаш, сўровнома натижаларини таҳлил қилиш ва иқтисодий-математик усуллардан кенг фойдаланилган.

Тадқиқот гипотезаси. Ўзбекистонда транспорт-коммуникация тармоқларини ривожлантириш транспорт компаниялари, хусусан, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг кўрсатадиган хизматлар тури ва кўламини кенгайтириш, сифати ва хавфсизлигини ошириш, миллий ва халқаро бозорларда рақобатбардошлигини таъминлашни талаб этади. Буларнинг амалда бажарилиши персонал рақобатбардошлиги, маркетинг қарорлари ва тадбирларининг самарадорлиги ҳамда жаҳон тажрибасидан фойдаланиш даражаси билан узвий боғлиқдир. Шу нуқтаи-назардан миллий авиакомпаниянинг замонавий маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва амалга ошириш унинг халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошлигини таъминлашга хизмат қилади.

Ҳимояга олиб чиқиладиган асосий ҳолатлар:

- рақобат, рақобатбардошлик ва рақобатда устулик тушунчаларининг моҳияти ҳамда рақобатбардошликнинг турлари бўйича янги услубий тизими;

- миллий авиакомпания бўлинмаларининг халқаро хизматлар бозорига кириб бориши ва рақобатбардошлигига таъсир қилувчи салбий омилларни бартараф қилиш бўйича тақлифлар;

- миллий авиакомпаниянинг маркетинг ва рақобат стратегияларини шакллантириш тизими ва механизми;

- миллий авиакомпания хизматлари таркибини маркетинг тамойиллари асосида диверсификация қилиш механизми;

- хизмат кўрсатиш самарадорлиги ва рақобатбардошлигини ошириш бўйича хорижий авиакомпаниялар томонидан тўпланган илғор тажрибалардан фойдаланиш бўйича тақлифлар.

Илмий янгиллиги. Халқаро транспорт хизматлари бозорида миллий транспорт компаниялари рақобатбардошлигини оширишнинг маркетинг стратегияларига оид назарий-услубий ва амалий тақлифлар ва тавсиялар ишлаб чиқилган, хусусан:

- рақобат, рақобатбардошлик ва рақобатда устулик тушунчаларига муаллиф таърифи ҳамда рақобатбардошлик турларининг классификацияси ишлаб чиқилган;

- авиачипталарни ички ва халқаро бозорларда интернет-маркетинг тизими орқали бронлаш ва электрон шаклда сотиш ҳамда яқин келажакда жаҳон бўйлаб “on-line” сотувларини ташкил қилиш асосланган.

- «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК ва бошқа транспорт компанияларининг маркетинг ва рақобат стратегияларини шакллантириш бўйича илмий-услубий ва амалий тавсиялар берилган;

- «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг молиявий-иқтисодий кўрсаткичлари кўп омилли эконометрик модел асосида таҳлил ва прогноз қилинган;

- «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК амалиётида бенчмаркингни амалга ошириш ва маркетинг маълумотларини йиғишнинг услубияти ишлаб чиқилган ва тавсия этилган;

- фаол маркетинг тамойилларига асосланган ҳолда, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК хизматлари таркибини диверсификациялашнинг механизми ишлаб чиқилган;

- ривожланган мамлакатлар тажрибасига таянган ҳолда, Ўзбекистон транспорт компаниялари рақобатбардошлигини оширишга қаратилган маркетинг стратегияларини такомиллаштириш бўйича илмий-амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Илмий тадқиқотда ишлаб чиқилган илмий-амалий хулосалар ва тавсиялар республика транспорт қорхоналарининг халқаро хизматлар бозорига муваффақиятли чиқиши ва рақобатбардошлигини ошириш бўйича мақсадли тармоқ ва ҳудудий дастурларни ишлаб чиқишда, ҳуқуқий меъёрларни такомиллаштиришда қўлланилиши мумкин.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ишдаги илмий таклиф ва амалий тавсиялардан республика транспорт ва туристик компаниялари, хусусан, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг маркетинг фаолиятида ҳамда халқаро хизматлар бозоридаги рақобатбардошлигини ошириш билан боғлиқ амалиётда қўлланилиши мумкинлиги билан белгиланади.

Шунингдек, тадқиқотда ишлаб чиқилган айрим илмий-услубий ва назарий тавсиялардан олий ва ўрта махсус, касб-таълими тизимида «Маркетинг», «Менежмент», «Транспорт маркетинги», «Транспорт ва логистика» каби фанларнинг ўқув дастурлари, ўқув-услубий мажмуалари, ўқув қўлланмалари ҳамда дарсликлар тайёрланишида фойдаланиш мумкин.

Натижаларнинг жорий қилиниши. Тадқиқот ишининг асосий хулоса ва натижалари Тошкент давлат иқтисодиёт университети (16.04.2011 йил) томонидан ўқув жараёнларига, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК (2012 йил 6 апрелдаги ПС-6.4-1510-1.14-сонли далолатнома) ҳамда “Dolores Travel Services” масъулияти чекланган жамияти (2012 йил 14 майдаги 208-сонли далолатнома) томонидан амалиётга жорий этилган.

Ишнинг сиймодан ўтиши. Тадқиқот ишининг асосий натижалари «Ўзбекистон Республикаси миллий иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари» (ТДИУ, 2012), «Миллий иқтисодиётни инновациялар асосида ривожлантиришнинг институционал муаммолари» (ТДИУ, 2012), «Двадцать вторые международные плехановские чтения» (Москва, 2009), «Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида молия бозорини такомиллаштириш» (ТДИУ, 2009), «Проблемы и перспективы развития

туристской отрасли» (ТГЭУ, 2008), «Кўшма корхоналар ташкил этишга инвестициялар киритишнинг устувор йўналишлари ва вазифалари» (ТДИУ, 2008), «Иқтисодиётни барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш: ютуқлар, муаммолар ва вазифалар» (ТДИУ, 2007) мавзуларидаги халқро ва республика илмий-амалий анжуманларида маъруза қилинган ва маъқулланган.

Диссертация иши Тошкент давлат иқтисодиёт университети «Ташқи иқтисодий фаолият» ва «Инвестицион фаолият» кафедралари мажлисида ҳамда Д.067.06.01 – рақамли ихтисослашган кенгаш қошидаги 08.00.13 – «Менежмент ва маркетинг» ихтисослиги бўйича илмий семинарда муҳокама қилиниб, ҳимояга тавсия этилган.

Натижаларнинг эълон қилинганлиги. Илмий ишнинг асосий натижалари 14та илмий мақола ва маъруза тезисларида чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация иши 155 бетдан иборат бўлиб, ўз ичига кириш, уч боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхатини, шунингдек, олти та жадвал, 27та расм, 22та иловани олган.

Диссертациянинг кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, муаммонинг ўрганилганлик даражаси, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, тадқиқот предмети, диссертациянинг илмий янгилиги, тадқиқотнинг назарий-услубий ва амалий натижалари, изланиш натижаларининг амалий аҳамияти баён этилган.

Диссертациянинг «Халқро транспорт бозорида маркетингни ривожлантиришнинг илмий-назарий асослари», деб номланган биринчи бобида рақобат, рақобатбардошлик ва рақобатда устуликнинг илмий-назарий ва услубий асослари, халқро транспорт бозорида маркетинг концепциясини қўллаш тамойиллари, халқро иқтисодий ҳамкорлик ташкилотлари доирасида транспорт-коммуникация тармоқларининг тутган ўрни илмий тадқиқ қилинган.

Диссертациянинг «Халқро транспорт хизматлари бозорида компаниялар рақобатбардошлигини таъминлашнинг маркетинг таҳлили», деб номланган иккинчи бобида «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг молиявий-иқтисодий кўрсаткичлари таҳлил қилинган, авиакомпания бўлинмаларининг жаҳон хизматлар бозорига кириб бориши ва рақобатбардошлигига таъсир қилувчи омилларнинг комплекс маркетинг таҳлили амалга оширилган, йўловчи ва экспорт-импорт товарларини ташишда миллий ва хорижий компанияларнинг рақобати ва ҳамкорлиги самараси тадқиқ этилган.

Диссертациянинг ««Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг хизмат кўрсатиш самарадорлиги ва рақобатбардошлигини ошириш истиқболлари», деб номланган учинчи бобида транспорт хизматлари рақобатбардошлигини ошириш ва МАКнинг рақобат стратегиясини шакллантириш йўллари кўрсатиб берилган, халқро йўналишлардан оқилона фойдаланиш ва транспорт хизматлари самарадорлигини оширишнинг устувор йўналишлари белгиланган, компания фаолиятини такомиллаштириш ва авиатransпорт хизматларини ташкил этишда ривожланган мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш бўйича тавсиялар берилган.

Диссертациянинг хулоса қисмида тадқиқот натижаларидан келиб чиққан ҳолда илмий ва амалий тақлиф ҳамда тавсиялар ишлаб чиқилган.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Транспорт жаҳон иқтисодиётининг муҳим қисмларидан биридир. Мамлакатнинг ихтисослашуви ва комплекс ривожланишини транспорт тизимисиз тасаввур этиб бўлмайди. Сўнгги йилларда жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви шароитида жаҳон мамлакатлари иқтисодиётида ва халқаро иқтисодий муносабатлар тизимида транспорт-коммуникация тизимининг стратегик аҳамияти ортиб бормоқда. Халқаро меҳнат тақсимотининг чуқурлашуви ва ижтимоий ишлаб чиқаришнинг интеграциялашуви жараёнида транспортга нафақат харажатларни минималлаштириш, балки ўзаро алоқаларни жадаллаштириш омили сифатида қаралмоқда. Ушбу шароитларда транспорт мажмуаларининг рақобатбардошлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга.

Тадқиқотда рақобат, рақобатбардошлик ва рақобатда устунлик борасидаги турли назарий концепциялар ва амалий ёндашувлар ўрганилди. Мазкур тушунчаларга хорижий ва маҳаллий олимлар томонидан берилган таърифлар қиёсий таҳлил этилиб, муаллиф таърифи ишлаб чиқилди. Муаллиф фикрича, «Рақобат – бу, субъектнинг ўзи учун мақбул шароитта интилишида товар ёки хизматларининг нархи ва сифати мувофиқлигига эришиш йўли билан истеъмолчиларнинг ишончини қозониши, кўзланган пул маблағларига эга бўлиши учун бозор субъектлари ўртасида юзага келадиган баҳс, мусобақа курашидир». «Рақобатбардошлик – бу, ўзига ўхшаш рақобатчилар билан олиб бориладиган баҳс, мусобақа курашида тенгликни сақлаб туриш, баъзи ҳолатларда устунликка эришиш қобилиятидир». «Рақобатдаги устунлик – бу, бозор субъектларининг рақобатчилар билан бўладиган нарх, сифат ҳамда уларнинг мувофиқлиги бўйича тафовутнинг, нафлиликнинг харидор ва истеъмолчилар учун фарқли кўринишидир».

Республикамиз ва хорижий мамлакатларда бажарилган илмий-тадқиқот ишларида рақобатбардошлик тушунчасига турлича таърифлар берилиб, улар тури хил чизмалар асосида алоҳида-алоҳида изоҳлаб берилган. Бироқ, улар ягона бир тизимга келтирилмаган. Мазкур тадқиқот ишида рақобатбардошлик ва унинг турлари ягона бир тизимга келтирилди (1-расм).

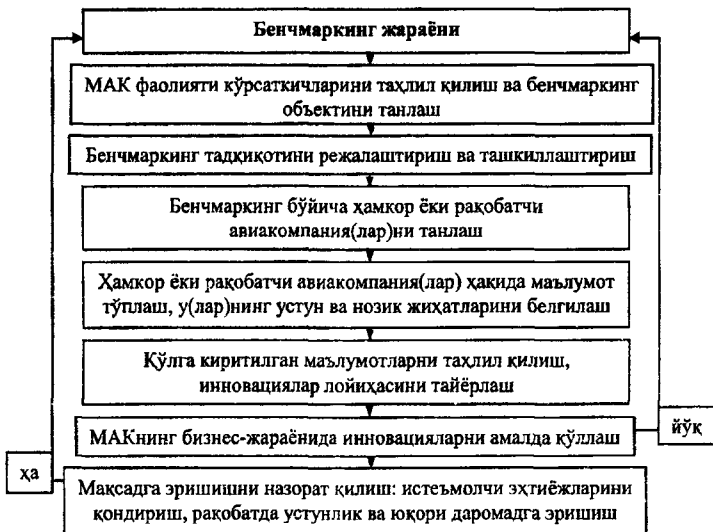
Рақобатбардошлик классификацияси				
Иқтисодиётда мавжудлиги бўйича	Даражаси бўйича	Амалдаги маъносига кўра	Миқёси бўйича	Субъекти бўйича
микродаражада	юқори	расмий	ҳудудий	персонал
макродаражада	ўрта	реал (асосли)	миллий	товар, хизмат
мезодаражада	қуйи	яширин	минтақавий	ташқилот
			халқаро	тармоқ
			глобал	мамлакат

1-расм. Рақобатбардошлик классификацияси

Манба: муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.

Рақобатбардошликнинг иқтисодийда мавжудлиги, даражаси, амалдаги маъносига кўра, унинг миқёси ва субъекти бир неча турларга бўлинади. Илмий ишда таъкидланишича, мамлакат транспорт-коммуникация тармоқларининг рақобатбардошлигини ошириш учун биринчи навбатда, персоналнинг рақобатбардошлигига катта эътибор қаратмоқ лозим. Чунки, персоналнинг рақобатбардошлиги товар ва хизматлар рақобатбардошлигини, товар ва хизматлар рақобатбардошлиги корхона рақобатбардошлигини, корхона рақобатбардошлиги эса, мамлакат рақобатбардошлигини таъминловчи бош омил ҳисобланади. Шунинг учун ҳам, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» миллий авиакомпаниясида рақобатбардошликни персоналнинг рақобатбардошлигини оширишдан бошлаш керак.

Мамлакат транспорт-коммуникация тармоқларининг халқаро транспорт бозорига кириб бориши ва рақобатбардошлигини оширишда маркетинг концепциясини амалда қўллаш муҳим аҳамиятга эга. Шунинг учун ҳам, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» миллий компанияси томонидан ўзининг хизматлари ва жараёнларининг сифати ва самарадорлигини оширишнинг янги йўллари аниқлаб олиш, уларни рақобатчилар ёки бошқа тармоқларнинг илғор фирмалари хизматлари фаолияти билан таққослаш ҳамда инновацияларни амалда қўллаши учун бенчмаркинг жараёнини амалга ошириш услубияти ишлаб чиқилди (2-расм).



2-расм. Авиакомпания учун бенчмаркинг жараёни

Манба: Багнев Г.Л., Тарасевич В.М., Аян Х. Маркетинг. Учебник для вузов. 3-е изд. / Под. общ. ред. Г.Л. Багнев – СПб.: Питер, 2008. – С. 129 ва соҳага онд бошқа материаллар асосида муаллиф томонидан тузилган.

Бенчмаркинг усулининг номи инглизча сўздан келиб чиққан бўлиб, “bench” даража, баландлик ва “mark” – белги, нишон маъноларини билдиради. Бу сўзлар бирикмаси турлича талкин қилинади: «таянч белги», «баландлик белгиси», «андозавий таққослаш» ва бошқалар. Тадқиқот ишида бенчмаркингни моҳияти, биринчидан, ўз кўрсаткичларини илгор авиакомпаниялар ёки рақобатчиларнинг кўрсаткичлари билан солиштириш бўлса, иккинчидан, бошқаларнинг муваффақиятли илгор тажрибаларини ўрганиш ва жорий қилиш технологияси сифатида алоҳида аҳамиятта эга эканлигини таъкидлаш мумкин.

Миллий авиакомпанияда бенчмаркинг жараёнларини ташкил қилиш ва амалиётга жорий этиш, маркетинг ва рақобат стратегияларини амалга оширишда маълумотлар базасининг роли ва аҳамиятининг катталигини назарда тутган ҳолда маркетинг маълумотлари базасини шакллантиришнинг янги услубияти ишлаб чиқилди (3-расм).



3-расм. МАК бенчмаркинг стратегияси учун маълумотлар базаси
 Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Амалиётда авиакомпания маркетинглоглари маркетинг қарорларини қабул қилишда маркетинг ахборотлари тизимидан кенг фойдаланишади. Маркетинг ахборотлари тизими маркетинг қарорларини қабул қилишдаги долзарб, ўз вақтида аниқ маълумотларни тақдим қила олувчи шахслар, асбоб-ускуналар ва услубий усуллардан кенг фойдаланишади. Маркетинг ахборотлари тизими маркетинг концепциялари ва тадбирларини режалаштиришни амалга ошириш

ва назорат қилиш мақсадида бошқарувчиларга маълумотни керакли кўринишда ва керакли вақтда тақдим қилади. Тўлиқ ва аниқ маълумотларга эга бўлган авиакомпания раҳбарлари тўғри қарорлар қабул қилишса, хато ва ноаниқ маълумотларга эга бўлган авиакомпания раҳбарлари эса, нотўғри қарор қабул қилишлари мумкин. Авиакомпания учун тўғри ва аниқ маълумотнинг мавжудлиги ҳаётий аҳамиятга эга.

Зарур маркетинг ахборотларининг йўқлиги, ноаниқ ва муҳим бўлмаган маълумотлардан фойдаланиш жиддий иқтисодий хатолар келиб чиқишининг сабабчиси бўлиши мумкин. Маркетинг ахборотларидан фойдаланишдан мақсад бошқарув қарорларини қабул қилиш жараёнида ноаниқликлар ва риск даражасини камайтиришдан иборат. Бу эса, ўз ўрнида турли-туман ахборотларнинг катта ҳажмининг йиғиш, сақлаш, узатиш ва ишлаб чиқишини талаб қилади. Шунинг учун маркетинг фаолиятига объектив тарзда ёндашиш ва доимо фаолият юритувчи ахборот жараёнининг бир қисми сифатида қараш керак. Ахборотларга асосланиб янги ахборот эҳтиёжларига бўлган заруриятни замонавий маркетинг ахборот технологияларидан фойдаланмасдан, ривожланган ахборот базаси ва коммуникация тизимларини яратмасдан туриб, самарали маркетинг фаолиятини ташкил этиш мумкин эмас.

Мамлакат транспорт компанияларининг халқаро бозорларга чиқиши учун иқтисодий-сиёсий ва меъёрий-ҳуқуқий асослар зарурлиги, бунинг учун эса, халқаро иқтисодий ҳамкорлик ташкилотлари доирасида айниқса, халқаро транспорт-коммуникация тармоқларини ташкиллаштирувчи ва бошқарувчи халқаро ташкилотлар билан бевосита ҳамкорлик қилиш ва уларга аъзо бўлиш ҳаётий заруратдир.

Ўзбекистон Республикаси транспорт-коммуникация тармоқлари ичида авиатранспортнинг нечоғлик стратегик аҳамиятга эканлиги, у мамлакатимизни дунё мамлакатлари билан боғлаб турганлиги объектив ҳақиқатдир. Мазкур соҳани ривожлантириш, хорижий инвестицияларни жалб қилиш, соҳа корхоналарини модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш, жадал маркетинг сиёсати олиб бориш ҳисобига унинг рақобатбардошлигини ошириш замонавий иқтисодиётнинг муҳим талабидир. Ушбу йўналишда «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКда самарали ишлар амалга оширилди, яъни янги халқаро йўналишлар очилиб, барча авиапарклар модернизация қилинмоқда. Парвозлар хавфсизлиги таъминланиб, иқтисодий ўсишга эришилмоқда. 1993-2010 йилларда МАКнинг молиявий-иқтисодий кўрсаткичларида бир мунча ўзгаришлар тенденцияси кузатилди. МАК авиаташувлари ҳажмининг камайиши асосан 1991 йилдан 1996 йилгача давом этиб, йўловчи ташиш миқдори мос равишда 6,2 млн. кишидан 1,485 млн. кишигача, юк ташиш миқдори эса, 52 минг тоннадан 27,3 минг тоннагача камайди. Бироқ, мамлакатимиз ҳукуматининг оқилона сиёсати натижасида йўловчи ва юк ташиш миқдори аста-секинлик билан ўзгариб, 2010 йилда ташилган йўловчилар сони 2,166 млн. кишини ва ташилган юклар ҳажми эса, 45,9 минг тоннани ташкил этди.

2001 йил якунларига кўра, МАК йўловчи ташиш миқдори 20 %га, юк ташиш миқдори эса 29 %га ўсган бўлсада, бу кўрсаткич 2003 йилда 14 ва 24

%га камайди. Бу ҳол амалда МАКда инқирозга қарши мукамал маркетинг дастурлари ишлаб чиқилмаганлигини кўрсатади. 1993-2010 йилгача бўлган даврда эса, йўловчи ва юк ташувлари ҳажми мос равишда ўрта ҳисобда 4,18 % ва 0,31 %га, йўловчи ва юк айланмаси эса 1,68 % ва 1,37 %га камайганлигини кўришимиз мумкин.

«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг юк ва почта ташувлари ҳажми 1993 йилдан 2001 йилгача ўртача 5,1 %га ортган бўлса (асосан импорт ҳисобига), 2002 йилдан 2009 йилгача ўртача 7 %га (ташув нархлари ошганлиги ҳисобига) камайиб борганлигини кўрамиз. Бирок, Навоий халқаро аэропорти ҳудудида «Халқаро интермодал логистика маркази»нинг очилиши, 2009 йил май ойидан бошлаб иккита А-300-600 русумли юк самолётларининг Навоийдан Бангкок, Дехли ва Бомбей йўналишлари бўйича қатнови йўлга қўйилиши билан 2009 йилда МАК юк ташувлари ҳажми 2008 йилга нисбатан 26 %га, 2010 йилда 2009 йилга нисбатан 64 %га ортди.

МАКда 1993 йилдан 1997 йилгача ўриндиқлар бандлик даражасининг пасайиши ҳар йил ўртача 8,6 %ни ташкил қилган бўлса, 1998 йилдан 2007 йилгача ҳар йил ўртача 1,3 %га ошиб борган. 2008-2009 йилларда эса, пасайиш кўрсаткичи кузатишган. Бирок, бу кўрсаткич 2010 йилда 2009 йилга нисбатан 9,8 %га ошган. МАКда тижорат юклар маси даражаси ҳам 1993-1997 йилларда йилга ўртача 7,1 %га пасайган бўлса, 1998-2007 йилларда эса, йилга ўртача 0,6 %га ўсиб борган. 2008-2009 йилларда эса, (жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози таъсирида) пасайиш кўрсаткичи кузатишган. Бирок, бу кўрсаткич 2010 йилда 2009 йилга нисбатан 9,8 %га ошган.

Тадқиқот жараёнида авиакомпания бўлинмаларининг жаҳон хизматлар бозорига кириб бориши ва рақобатбардошлигига таъсир қилувчи омилларнинг маркетинг таҳлили амалга оширилган бўлиб, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК билан боғлиқ ва боғлиқ бўлмаган салбий омиллар ҳамда миллий авиакомпания билан боғлиқ ва боғлиқ бўлмаган ижобий омиллар аниқланган.

Тадқиқот жараёнида транспорт турларининг рақобатдаги устуңлиги таҳлил қилинган бўлиб, ҳаво транспортининг етказиб бериш тезлиги, табиий шароитга боғлиқлик даражаси ва харажатлар бўйича энг юқори кўрсаткичга эгаллиги, графикка риоя қилиш даражаси ҳам юқори, жўнатиш частотаси ва жойларда мавжудлиги ўртача даражада, юкни қайта ишлаш тезлигининг пастилиги аниқланган.

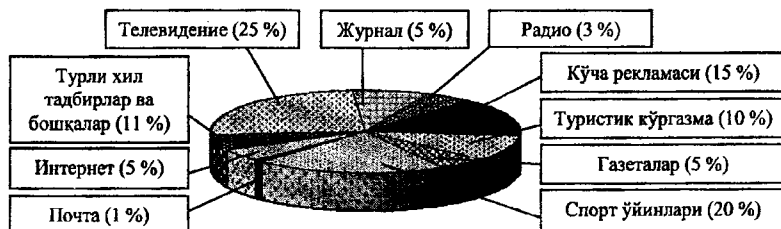
Муаллиф томонидан Ўзбекистонда транспорт турларининг баъзи йўналишлар бўйича йўловчи ташиш нархлари ва муддатлари таҳлили ўтказилиб, уларнинг рақобатда устуңликлари аниқланган. Самолёт, темир йўл, автобус, микроавтобус ва енгил машиналарда йўловчи ташиш нархлари, сифат ва муддатлари бўйича уларнинг турли йўналишларда турли рақобат позициясига эга эканлиги аниқланган ҳамда тегишли хулосалар чиқарилган.

Таҳлиллар шуни кўрсатдики, агар Ўзбекистон Республикаси ҳукумати томонидан транспорт компаниялари учун ҳар томонлама қулай (шаффоф) бўлган рақобат муҳити шакллантирилиб, улар ўртасида ҳалол рақобатнинг шаклланишига хомийлик қилинса, мамлакатда фаолият кўрсатаётган миллий транспорт компаниялари ички бозорда кучли рақобат олиб бориб, йўловчи ва

юк ташувлар нархларини пасайтириб сифатини оширишга эришадилар. Миллий бозорда кучли рақобат ва паст нархлар шароитида шаклланиб, фаолият кўрсата олган транспорт компаниялари жаҳон транспорт бозорларида кучли рақобат ва паст нархлар шароитида ҳам бемалол фаолият юритиши мумкин. Шунининг учун миллий транспорт компаниялари ички бозорда йўловчи ва юк ташиш борасида рақобат курашини олиб боришлари, ташқи бозор рақобатида ютиб чиқишлари учун бир-бирларини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаб, узвий ҳамкорликда фаолият кўрсатишлари мақсадга мувофиқдир.

Илмий ишда транспорт хизматлари рақобатбардошлигини ошириш бўйича бир қатор илмий-амалий тақлиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган бўлиб, асосан «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК ва унинг бўлималари билан боғлиқ салбий омилларни бартараф қилиш, улар билан боғлиқ бўлмаган турли омилларга нисбатан (қарши) маркетинг дастурларини олдиндан тайёрлаб қўйиш ва ижобий омиллардан самарали фойдаланиш йўллари кўрсатиб берилган. Муаллифнинг фикрича, МАКда юқори билим ва малакага эга бўлган маркетинглардан иборат «Маркетинг бошқармаси»ни ташкил қилиш зарур, чунки, у авиакомпания маркетингини ривожлантиришнинг оптимал йўлларида бири бўлиб, МАКнинг халқаро хизматлар бозорида рақобатбардошлиги ва муваффақиятини таъминловчи асосий бошқарма ҳисобланади.

Муаллиф миллий ва жаҳон бозорларида товар ва хизматларни сотишда рекламанинг роли нечоғлиқ аҳамиятга эга эканлига алоҳида баҳо бериб, МАК товар ва хизматларининг сотув ҳажми ва фаолият самарадорлигини янада ошириш мақсадида рекламага жалб қилинадиган харажатларнинг янги диверсификациялашган таркиби тақлиф қилинган (4-расм).

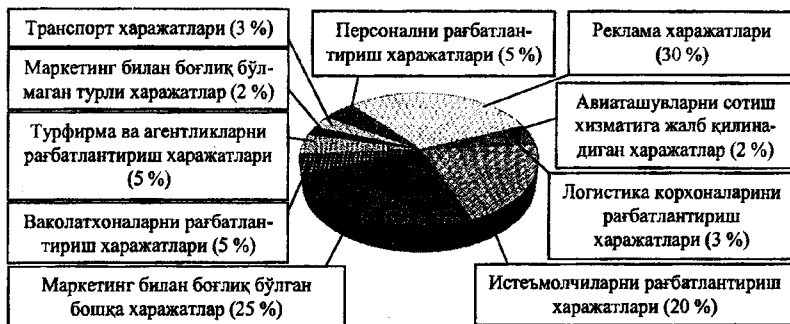


4-расм. МАК томонидан рекламага жалб қилиниши мумкин бўлган харажатлар таркиби

Маяба: муаллиф тадқиқотлари асосида тузилган.

Замонавий истеъмолчиларнинг асосан интернет ва телевидение орқали маълумот олишини инobatта олган ҳолда муаллиф, рекламага жалб қилинадиган харажатларнинг 25 %ини телевиденияга, 20 %ини турли спорт ўйинлари ва бошқаларда реклама қилиш кераклигини таъкидлайди. Чунки, ушбу йўналишларни бир пайтнинг ўзида миллионлаб одамлар кўриши мумкин.

Авиакомпаниянинг маркетинг бўлими айниқса, сотувларни рағбатлантириши ва рекламага кучли эътибор қаратмоғи лозим. Чунки, рақобат муҳитида авиахизматларнинг сотув ҳажми сотувларни рағбатлантириш ва рекламага бевосита боғлиқ. Муаллиф сотувларни рағбатлантириш харажатларини илмий-амалий жиҳатдан айнан 30 %и реклама ва 25 %и маркетинг билан боғлиқ бўлган бошқа харажатларни ташкил этиши керак деб ҳисоблаб, сотувларни рағбатлантириш харажатларининг қуйидаги диверсификациялашган таркибини таклиф қилган (5-расм).

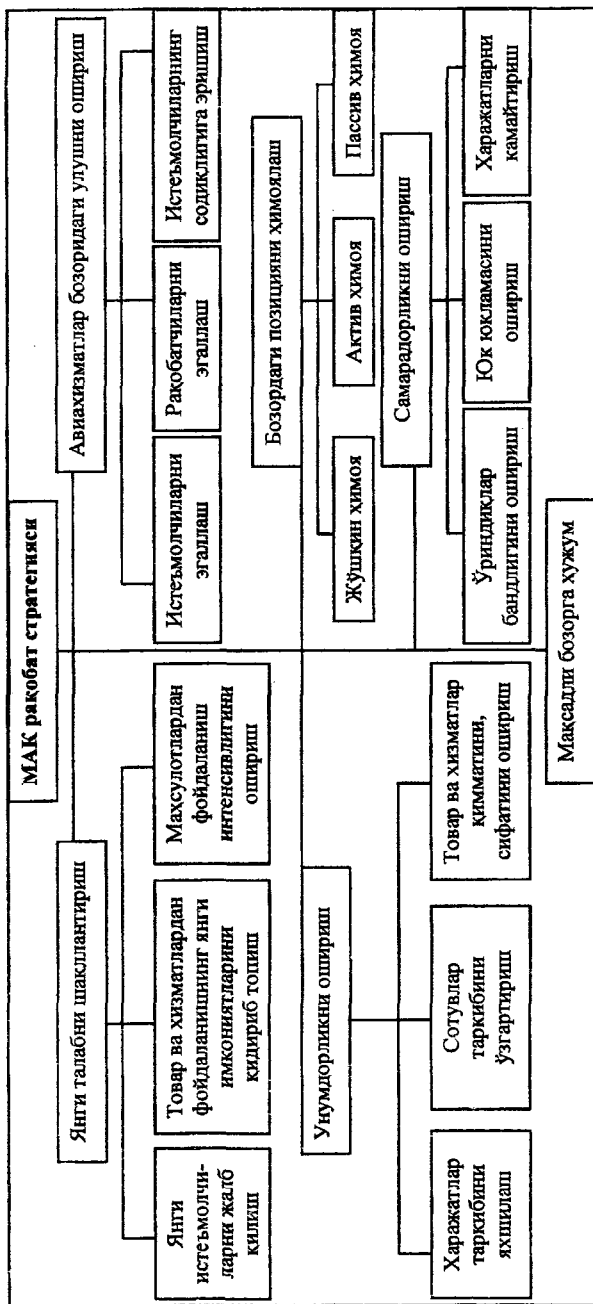


5-расм. Сотувларни рағбатлантириш харажатлари

Манба: муаллиф тадқиқотлари асосида тузилган.

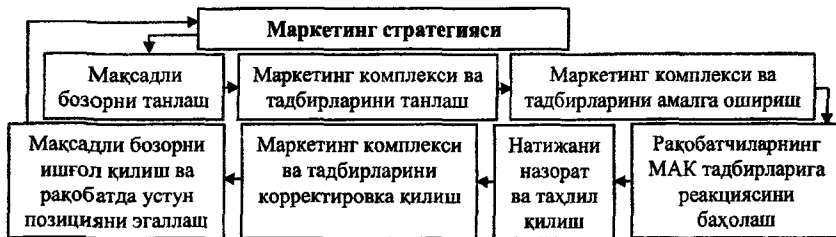
МАКда тез-тез парвоз қилувчи йўловчилар учун 2000 йилдан бошлаб, «Бонус» дастури қўлланилади. Лекин, муаллиф томонидан шу пайтгача ҳеч кимнинг диққат-эътиборини тортмаган ва таклиф қилинмаган (ташувлар ҳажми, ўриндиқлар бандлиги шунингдек, даромад даражасини ошириш мақсадида турфирмалар учун ҳам, манфаатли бўлган, яъни жалб қилинадиган туристлар сонига қараб) «Турбонус» дастури жорий этилиши таклиф қилинди. МАК томонидан ушбу дастурни жорий қилиниши авиачипта ва хизматларнинг бошқа авиакомпанияларга қараганда кўпроқ сотилишини таъминлаши мумкин.

«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК халқаро хизматлар бозорида кўплаб қудратли авиакомпаниялар билан рақобат курашини олиб боради. Шу нуқтаи назардан, МАКнинг маркетинг ва рақобат стратегиясига эга бўлиши муҳим аҳамият касб этади (6-7 расм). Рақобат стратегиясига кўра, МАК янги талабни шакллантириши, авиация бозоридаги улۇшни ошириши, юқори самарадорлик даражасига эришиши, бозордаги позициясини ҳимоялашининг кучли қуролларига эга бўлиши, рақобатда ўз устуңлигини қўлга киритиши даркор. Маркетинг стратегияси эса, мақсадли бозорни танлаш, маркетинг комплекси ва тадбирларини танлаш ҳамда амалга ошириш, рақобатчиларнинг МАК тадбирларига реакциясини баҳолаш, натижани назорат ва таҳлил қилиши, маркетинг комплекси ва тадбирларини коррективроқва қилиш, мақсадли бозорни ишғол қилиш ва рақобатда устун позицияни эгаллашдан иборат.



6-расм. «Ўзбекистон хаво йўллари» МАКнинг рақобат стратегияси

Манба: муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.



7-расм. “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАКнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш услубияти

Манба: муаллиф тадқиқотлари асосида ишлаб чиқилган.

Тадқиқот жараёнида «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК ва хорижий авиакомпанияларнинг баъзи йўналишларда ташувлар бўйича нархларнинг солиштирма таҳлили амалга оширилган бўлиб, у 1-жадвалда ўз ифодасини топган.

1-жадвал

«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК ва хорижий авиакомпанияларнинг ташувлар бўйича кўрсаткичлари

2009 йилдаги йўналишларда	Хорижий авиакомпаниялар			«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК		
	катновлар (марта)	йўловчи (нафар)	юк (кг)	катновлар (марта)	йўловчи (нафар)	юк (кг)
Тошкент-Москва	3 440	391 422	908 991	3 222	445 986	2 096 025
Тошкент-С.Петербур.	646	75 011	332 132	866	118 461	392 683
Тошкент-Истамбул	516	64 572	362 147	515	73 595	1 515 048
Тошкент-Сеул	663	85 411	1921078	230	20 318	398 166
Тошкент-Рига	182	14 946	76 172	106	2 465	131 555
Тошкент-Урумчи	307	37 355	126 266	278	41 487	322 948

Манба: «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК кенгаши материалларидан фойдаланиб муаллиф томонидан тузилган.

Тошкент-Москва-Тошкент йўналиши бўйича эконом класс чипталарининг нархи «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКда энг баланд бўлиб, у 545 евро ни ташкил қилади. Трансаэро авиакомпаниясида у 443 евро ни, Аэрофлот авиакомпаниясида 421 евро ни ташкил қилади. Қизиғи шундаки, МАК авиачипта нархлари энг баланд бўлсада, ушбу йўналиш бўйича 2009 йилда ташилган 837408 йўловчидан 391422 нафари хорижий авиакомпаниялар ҳиссасига тўғри келган бўлса, 445986 нафари МАК ҳиссасига тўғри келган.

Тошкент-Франкфурт-Тошкент йўналишида “Turkish Airlines” авиакомпаниясининг Истамбул орқали амалга оширадиган туташ катновида 938 евро ни ташкил қилади. МАКда 879 евро ни, Трансаэро авиакомпаниясида (Москва орқали) 603 евро ни ташкил қилади. Агар йўловчи МАКдан кўра Трансаэро катновини танласа, у 276 евро ни тежаб қолади. Бундай имконият

* 2001 йил ушбу йўналишда МАК авиачипталари нархи 993 АҚШ долларини ташкил қилган бўлса, “Turkish Airlines” авиакомпаниясида (Истамбул орқали) 542, «Трансаэро» авиакомпаниясида (Москва орқали) 650, “Lufthansa” авиакомпаниясида (тўғридан-тўғри катнов) 1122 АҚШ долларини ташкил қилган.

туристик фирмаларга жуда қўл келади. Улар ҳар бир турист учун турпакетнинг нарҳини 276 еврогача (бўлган диапазонда нарҳларни ўзгартириши) арзонлаштириши ёки бўлмаса, ҳар бир тур пакетдан қўшимча 276 еврогача (агар туристлар гуруҳида туристлар сони 10 нафар бўлса, 2760 евро, 30 нафар бўлса, 8210 евро) қўшимча даромад олиш имконияти яратилади. Муаллиф шунинг учун ҳам, аксарият ҳолатларда турфирмалар нисбатан арзон авиакомпания сари интилишади, деб таъкидлайди.

Тадқиқот ишида кўп омилли эконометрик модель асосида «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК молиявий-иқтисодий кўрсаткичларининг ўзаро боғлиқлик даражаси аниқланган. Кўп омилли эконометрик модель асосидаги ҳисоб-китобларга кўра, олтита хусусий ва 15та жуфт боғланишлар аниқланиб, улар ўртасида турли даражада боғлиқлик мавжуд. МАК даромадлари ва авиачипта нарҳлари орасида зич боғлиқлик (корреляция коэффиенти 0,9748), МАК даромадлари ва парвозлар частотаси орасида ўртача боғлиқлик (корреляция коэффиенти 0,9572), МАК даромадлари ва ўриндиқлар бандлиги даражаси орасида нисбатан суст боғлиқлик (корреляция коэффиенти 0,8335) мавжуд.

Корреляция коэффиенти одатда $0 \leq R_{y,x_i} \leq 1$ ташкил қилади. Мазкур ҳисоб-китобларда $R=0,99899$ ни ташкил қилди. Детерминация $R^2=0,99981$ га, F-Фишер мезонининг ҳисобланган қиймати 247,171га тенг. Дарбин-Уотсон мезонининг ҳисобланган қиймати эса, DW 2,24га тенг. Ушбу модель асосида диссертацияда «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК молиявий-иқтисодий кўрсаткичларининг 2011-2015 йилларга прогнози ишлаб чиқилган (2-жадвал).

Прогноз натижаларининг таҳлили шуни кўрсатадики, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг даромадлари 2015 йилга бориб, 190922,2 млн. сўмга етиши мумкин. Бу кўрсаткич 2010 йилга нисбатан 1,4 мартага кўпдир. Ушбу ўсиш тенденцияси ўриндиқлар бандлиги ва тижорат юкламаси даражаси ҳамда парвозлар частотасининг ортияши ҳисобига юз бериши мумкин.

2-жадвал

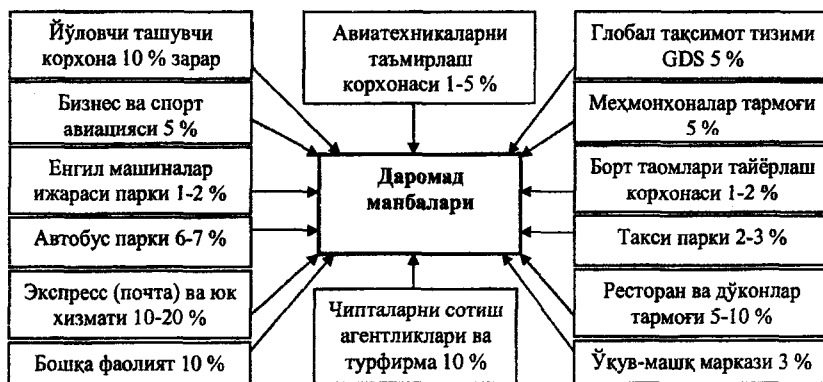
**«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК молиявий-иқтисодий
кўрсаткичларининг прогнози**

Йил	Даромад (млн. сўм)	Ташилган йўловчилар сони, (минг йўловчи)	Ташилган юк микдори, (кг)	Ўрин- диқлар сони, (минг ўриндиқ)	Чипталар- нинг ўртача нарҳи, (сўм)	Ўриндиқ- лар банд- лиги, (%)	Тижорат юкламаси, (%)
2011	141699,5	2109,48	50450000	3083,43	1058157	68,518	52,802
2012	154005,1	2155,72	53870000	3116,76	1124654	69,366	52,984
2013	166310,8	2201,96	56345000	3150,09	1191150	70,214	53,166
2014	178616,5	2248,20	58796000	3183,42	1257647	71,062	53,348
2015	190922,2	2294,44	60135000	3216,75	1324143	71,910	53,530

Манба: Икромов М.А., Кучкоров А.Х. Актуальные проблемы развития авиационной промышленности Узбекистана в переходный период. – СПб.: Изд-во СЗТУ, 2006. – 12 с.; Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари ва «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК кенгаши материаллари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Тадқиқот жараёнида ривожланган мамлакатлар авиакомпаниялари фаолиятини такомиллаштириш ва авиатранспорт хизматлари

рақобатбардошлигини ошириш бўйича маркетинг концепцияларидан фойдаланиш масалалари кенг илмий тадқиқ қилинди. “Lufthansa”, “British Airways”, “Air Frans”, “Emirates airlines”, “Aeroflot”, “Air Baltik” каби халқаро авиакомпаниялар фаолиятини таҳлил қилиш жараёнида товар ва хизматлар таркибини диверсификациялаш тажрибаси чуқур ўрганилган ва МАК учун тавсия қилинган (8-расм). Тадқиқотлар натижасида халқаро авиакомпаниялар асосий даромадларини (10-20 %) товар ва почта ташувларидан олишлари аниқланди. Чипта сотиш ва туристик агентликлардан (10 %), авиакомпанияга тегишли ресторан ва дўконлар тармоғидан (5-10 %), бизнес ва спорт авиациясидан (5 %) даромад олишлари аниқланди. Бироқ, халқаро авиакомпанияларнинг аксарияти айнан йўловчи ташишдан ўртача 10 % зарар кўришлари аниқланди. Шунинг учун ҳам, улар хизматлар таркибини диверсификация қилиш ва самарали йўналишларни излаб топиш орқали парвозлар географиясини кенгайтириш учун куч-гайратларини сарфлашади. Ушбу йўналишда муаллиф томонидан МАКда бир неча бўлинмаларни ташкил қилиш борасида илмий-амалий таклиф ва тавсиялар берилган.



8-расм. Халқаро авиакомпанияларнинг даромад манбалари

Манба: халқаро авиакомпаниялар фаолиятини тадқиқ қилиш жараёнида муаллиф томонидан тузилган.

Хизматлар таркибини диверсификация қилиш хорижий авиакомпанияларнинг ижобий ва салбий натижа берган тажрибаларини атрофлича таҳлил қилган ҳолда эҳтиёткорлик билан амалга оширишни талаб этади. Чунки, ушбу тадбирлар сезиларли миқдордаги маблағни талаб қилиши билан бирга катта миқдордаги техника ва технологияларни янгилаш, мавжуд қувватларни модернизациялашни назарда тутаяди. Аксарият ҳолларда технологик асбоб-ускуналар импортига ўрнатилган божхона божлари ва солиқлар бундай тадбирларни иқтисодий жиҳатдан самарасиз қилиб қўяди.

Компанияларни технологик асбоб-ускуналар ва уларнинг эҳтиёт қисмлари импортига ўрнатилган божхона божлари ва солиқлардан озод қилиниши президентимиз томонидан «транспорт ва муҳандислик-

коммуникация инфратузилмасини жадал ривожлантириш» ва «мамлакатимиз иқтисодийётининг рақобатдошлигини ошириш бўйича» белгилаб берилган вазифаларни⁶ бажаришнинг реал имкониятини ташкил этиш билан бирга, мамлакатда шу пайтгача мавжуд бўлмаган товар ва хизмат турларини яратиш, халқаро хизматлар бозорларига чиқиш ва мамлакатта қўшимча валюта олиб келиш имкони пайдо бўлади. Мамлакатда божлар ва солиқлар ўрнатилгани билан бироқ, давлат бюджетига сезиларли маблағ тушмаганидан кўра, компанияларни божлар ва солиқларни тўлашдан озод этиш ҳисобига мамлакатда бир неча баробар даромад қилингани афзалдир. Шу нуқтаи назардан тадқиқот ишида муаллиф Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигининг 3 май 2008 йил 1802–рақам билан рўйхатга олинган «Ўзбекистон Республикаси ҳудудига олиб кириляётганда импорт божхона божи ва қўшимча қиймат солиғи тўлашдан озод қилинган технологик асбоб-ускуна, бутловчи ва эҳтиёт қисмлар рўйхатини тасдиқлаш тўғрисидаги» қўшма қарорига қўшимча сифатида, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК учун керак бўладиган барча технологик асбоб-ускуна, бутловчи ва эҳтиёт қисмлар рўйхатини киритиш керак, деб ҳисоблайди.

«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК томонидан импорт қилинадиган технологик асбоб-ускуна, бутловчи ва эҳтиёт қисмларнинг божлар ҳамда солиқлардан озод қилиниши уларнинг умумий қиймати 55 млн. АҚШ доллари бўлганда, $55.000.000 \cdot 30\% = 16,5$ млн. АҚШ доллари миқдорида божхона божлари ва $(55.000.000 + 16.500.000) \cdot 20\% = 14,3$ млн. АҚШ доллари миқдорида қўшимча қиймат солиғи шу билан умумий суммаси $16,5 + 14,3 = 30,8$ млн. АҚШ доллари миқдоридаги маблағни иқтисод қилиш имконини беради.

“Dolores Travel Services” масъулияти чекланган жамияти томонидан импорт қилинган учта автобуснинг импорт божхона божи ва қўшимча қиймат солиғи тўлашдан озод қилиниши 300 млн. 738 минг 743 сўм миқдорида маблағни иқтисод қилиш ҳамда ушбу автобуслардан фойдаланиш орқали 181 млн. 440 минг сўм миқдорида даромад олиш имкони берди.

«Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК глобал дистрибьюторлик тизимига интеграциялашиб, авиачипталарни бронлаш ва сотиш амалиётини электрон шаклда (электрон чипта) амалга ошириш орқали (битта авиачипта бланкасини 1 евро қийматида импорт қилишини инобатга олганда) 2009 йилда $276701 \cdot 1$ (евро) = 276701 евро, 2010 йилда $543131 \cdot 1$ (евро) = 543131 евро, 2011 йилда $623890 \cdot 1$ (евро) = 623890 евро ҳаммаси бўлиб, 1443722 евро миқдоридаги маблағ иқтисод қилинди. Яқин келажақда авиачипталарни интернет тармоғи орқали “on-line” тизимида сотишнинг йўлга қўйилиши авиачипта бланкасини сотиб олишга сарф қилинадиган харажатларни бекор қилади. Шу билан бирга, «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК самолётларидаги ўриндиқлар бандлигининг ўртача даражасини 2010 йилдаги 69,2 %дан 2012 ва 2013 йилларда 95-98 %га, МАКнинг халқаро хизматлар бозоридаги рақобатбардошлигини ҳам тегишли равишда ошириш мумкин.

⁶ Каримов И.А. «2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади». – Т.: Ўзбекистон, 2012., - Б 19-20.

ХУЛОСА

Эришилган назарий хулосалар ва амалга оширилган тадқиқотлар натижасида қуйидаги илмий-амалий таклифларни алоҳида қайд этиш мумкин:

1. «Ўзбекистон ҳаво йўллари» миллий авиакомпанияси томонидан ўз хизматлари ва жараёнларининг сифати ҳамда самарадорлигини оширишнинг янги йўлларини аниқлаб олиш, уларни рақобатчилар ёки бошқа тармоқларнинг илғор фирмалари хизматлари ва жараёнлари билан таққослаш, пешқадам авиакомпаниялар стратегия ва тактикасини таҳлил қилиш, шу билан бирга, инновацияларни амалда қўллаш учун эса, бенчмаркинг дастуридан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади. Бенчмаркинг жараёнларини амалиётга самарали жорий этиш, маркетинг ва рақобат стратегияларини муваффақиятли йўлга қўйиш учун эса, ишончли маркетинг маълумотлари манбалари ва базасига эга бўлиш кераклиги алоҳида аҳамият касб этади.

2. Замонавий жаҳон бозорларида товар ва хизматлар оқими шунчалик кенг қўламлики, баъзи ҳолларда истеъмолчилар уларнинг нарх ва сифати ёки нафлиги бўйича бир қарорга келишлари қийин кечади. Ана шунда реклама хизматларидан фойдаланилади. Маълумки, мавжуд товар ва хизматлар қанчалик сифатли ва арзон бўлмасин назардан четда қолиб кетиши мумкин. Реклама тадбирларининг самарадорлиги эса, улар қаерда, қачон ва қандай ҳажмда, қанча миқдордаги харажатлар ҳисобига ишлаб чиқарилганлигига оидинлик киритади. Шу боис, МАҚда реклама харажатлари режалаштирилиши ва ташкил этилиши диссертацияда кўрсатилган услубда амалга оширилиши фойдадан ҳоли эмас.

3. Халқаро авиахизматлар бозоридаги авиакомпанияларнинг ҳар бири ўзига муносиб фаолият кўрсатувчи жозибадорликка ва ишончга эга. Кўрсатадиган хизматлари ҳам турли хил бўлиб, нархлари ҳам фарқ қилади. Бироқ, авиачипта сотувчи ва хизмат кўрсатувчи агентликлар томонидан миқдор ва истеъмолчиларни ўзига оғдиришнинг ҳам турли йўллари мавжуд. Уларнинг ичида энг таъсирлиси – бу, молиявий манфаатлар асосида амалга ошириладиган чора-тадбирлардир. Ушбу йўналишда миллий авиакомпания сотувларни рағбатлантириш услубини ишлаб чиқиш, харажатларни мақсадли ва манзилли амалга ошириши лозим.

4. МАҚнинг маркетинг самарадорлигини ошириш, жаҳоннинг илғор авиакомпаниялари ютуқларини МАҚ амалиётига татбиқ этиш, жаҳон хизматлар бозорида муваффақиятли фаолият кўрсатиш, рақобатда устун позицияни эгаллаш стратегиясининг роли бекиёсдир. МАҚнинг рақобат стратегияси хизматларига бўлган янги талабларни шакллантириш, авиация бозоридаги улушни, хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш, бозордаги позицияни ҳимоялашнинг кучли қуролига эга бўлиш рақобатчилар ҳатти-ҳаракатига муносиб тарзда жавоб қилишга хизмат қилади.

5. Жаҳон хизматлар бозори конъюктураси ва ўзгаришлари, авиакомпаниялар орасида авиатрафик учун кечаётган кучли рақобат, кутилмаганда юз бериши мумкин бўлган ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ўзгаришлар ва табиат инжиқликларининг салбий таъсирларига қарши туриш, уларнинг олдини олиш ва ўз фойдасига хизмат қилдириш, қолаверса, бартараф

этиш учун маркетинг дастурларини олдиндан тузиб қўйиш ҳал қилувчи аҳамиятга эгадир. Ушбу йўналишда самарали ва илғор маркетинг қарорлари қабул қилиш лаёқатига эга бўлган МАКни илғор ва рақобатбардош авиахолдингга айлантириш учун «Маркетинг бошқармаси»ни ташкил этиш таклиф этилади.

6. Дунё минтақаларида йўловчи ва сайёҳлар оқими динамикаси ҳамда туризмнинг ривожланиш тенденцияларининг ўзгариши кузатилаётганлиги, албатта, Ўзбекистоннинг туристик жозибadorлиги ва имкониятларини ошириб боришига ҳам таъсир кўрсатмоқда. Мавжуд ва кутилаётган талабни ҳисобга олган ҳолда, МАКда туристик фирма, автобус ва таксилар хизмат парк, автомобиллар ижараси, ресторан ва меҳмонхоналар тармоғи, янги замонавий бизнес – спорт ва кичик авиациянинг ташкил қилиниши МАК хизматлари ва даромадлари таркибини диверсификациялашнинг самарали омилларидан бири бўлиши мумкин.

7. МАК хизматлари таркибини диверсификация қилиш орқали МАК жозибadorлиги ва рақобатбардошлигига эришиш ҳамда мазкур бизнесдан олинадиган даромадлар миқдорини янада ошириш муҳим масалалардан ҳисобланади. Ушбу мақсадларга эришишнинг илғор усулларидан бири сифатида йўловчилар учун саёҳат билан боғлиқ барча хизматлар пакетини тақдим қила олиш имкониятига эга бўлган GDS – глобал тақсимот тизимига интеграциялашиш ҳамда МАК авиачипталарини бронлаш ва сотиш амалиётини интернет орқали GDSга жойлаштириш таклиф этилади.

8. Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигининг 3 май 2008 йил 1802–рақам билан рўйхатга олинган Иқтисодиёт вазирлиги, Молия вазирлиги, Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги ва Давлат божхона кўмитасининг «Ўзбекистон Республикаси ҳудудига олиб кирилаётганда импорт божхона божи ва қўшимча қиймат солиғи тўлашдан озод қилинган технологик асбоб-ускуна, бутловчи ва эҳтиёт қисмлар рўйхатини тасдиқлаш тўғрисида»ги қўшма қарорига «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК учун керак бўладиган барча технологик асбоб-ускуна, бутловчи ва эҳтиёт қисмлар рўйхатининг қўшимча сифатида киритилиши сезиларли маблағларни иқтисод қилиш имконини беради.

ЧОП ЭТИЛГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ

1. Сафаров Н.Ч. Янги аср бўсағасида, умумийлашиш шароитларида Ўзбекистоннинг жаҳон хўжалик алоқаларига қўшилиши муаммолари // Солиқ тўловчининг журнали. - Тошкент, 2000. - № 6(54). – Б. 28-29.

2. Сафаров Н.Ч. Иқтисодий ҳамкорликка қўйилган дадил қадам // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. - Тошкент, 2000. - № 11-12. – Б. 48-49.

3. Сафаров Н.Ч., Ҳакимов Н. Иқтисодиётни эркинлаштириш – Ўзбекистон туризмни ривожлантириш омили сифатида // Иқтисодиётни барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш: ютуқлар, муаммолар ва вазифалар. Университет профессор-ўқитувчилари ва ёш олимларининг илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами. – Тошкент: ТДИУ, 2007. – Б. 238-240.

4. Назарова Г.Г., Адилова З.Д., Сафаров Н.Ч. Тенденции развития международной торговли. Учебное пособие. – Т.: Иқтисодиёт, 2007. - 168 с.

5. Сафаров Н.Ч. Транспорт-коммуникация тармоқларига хорижий инвестицияларни жалб қилишнинг устувор йўналишлари // Қўшма корхоналарни ташкил этишга инвестицияларни киритишнинг устувор йўналишлари ва вазифалари. Республика илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами. – Тошкент: ТДИУ, 2008. – Б. 29-31.

6. Сафаров Н.Ч., Бахронов А. Ўзбекистоннинг иқтисодий ривожланишида инвестицияларнинг аҳамияти // Қўшма корхоналарни ташкил этишга инвестицияларни киритишнинг устувор йўналишлари ва вазифалари. Республика илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами. – Тошкент: ТДИУ, 2008. – Б. 42-44.

7. Сафаров Н.Ч. Авиатранспорт как фактор развития туризма // Проблемы и перспективы развития туристской отрасли. Международная научно-практическая конференция. Тезисы докладов. – Ташкент: ТГЭУ, 2008. – С. 27-28.

8. Сафаров Н.Ч., Бахронов А. Банклар ва авиакомпания ҳамкорлиги // Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида молия бозорини такомиллаштириш. Республика илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами. – Тошкент: ТДИУ, 2009. – Б. 147-149.

9. Сафаров Н.Ч. Проблемы модернизации авиатранспорта в Узбекистане // Двадцать вторые международные плехановские чтения. Тезисы докладов. – Москва, 2009. – С. 250-251.

10. Ишмухамедов А.Э., Юсупов А.С., Сафаров Н.Ч., Носирова К.А. Миллий ва халқаро иқтисодиёт. Дарслик. - Т.: Иқтисодиёт, 2010. - 316 б.

11. Назарова Г.Г., Алиева М.Т., Сафаров Н.Ч. Халқаро бизнес стратегияси. Ўқув қўлланма. - Т.: Иқтисодиёт, 2010. - 152 б.

12. Сафаров Н.Ч. «Ўзбекистон ҳаво йўллари»: парвозлар беҳатар, хизматлар ўрнида бўлсин // Биржа эксперт. - Тошкент, 2011. - № 1-2. – Б. 51-53.

13. Назарова Г.Г., Халилов Х.Х., Сафаров Н.Ч. Эркин иқтисодий ҳудудлар. Дарслик. - Т.: Иқтисодиёт, 2011. - 347 б.

14. Сафаров Н.Ч. Қишлоқ хўжалиги ва авиация ҳамкорлиги // Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. - Тошкент, 2011. - № 4. – Б. 32.

15. Сафаров Н.Ч. Бенчмаркинг – инновацион ривожланиш калити // Жамият ва бошқарув. - Тошкент, 2011. - № 4. – Б. 18-20.

16. Сафаров Н.Ч. Авиатранспорт инфратузилмасини инвестицион ривожлантиришнинг асосий мақсадли йўналишлари // Миллий иқтисодиётни инновациялар асосида ривожлантиришнинг институционал муаммолари. Республика илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами. – Тошкент: ТДИУ, 2012. – Б. 204-206.

17. Сафаров Н.Ч. Хизматлар рақобатбардошлиги – сифат ва нарх мувофиқлигининг гаровидир // Ўзбекистон Республикаси миллий иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари. Республика илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами. – Тошкент: ТДИУ, 2012. – Б. 135-137.

Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасига талабгор Сафаров Нуриддин Чориевичнинг 08.00.11 – «Маркетинг» ихтисослиги бўйича «Халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошликни оширишнинг устувор йўналишлари («Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК мисолида)» мавзусидаги диссертациясининг

РЕЗЮМЕСИ

Таянч сўзлар: рақобатбардошлик, транспорт хизматлари бозори, маркетинг стратегияси, рақобат стратегияси, комплекс маркетинг таҳлил.

Тадқиқот объектлари: халқаро йўналишларда фаолият кўрсатувчи транспорт компаниялар ва «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК ҳисобланади.

Ишнинг мақсади: миллий транспорт компанияларининг халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошлигини ошириш бўйича илмий тақлиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқот методлари: тизимли таҳлил, кўрсаткич ва иқтисодий таҳлил, анкета сўровлари, статистик гуруҳлаш, иқтисодий-математик усуллар.

Олинган натижалар ва уларнинг янгилиги: «рақобатбардошлик» иборасига муаллиф таърифи берилган; халқаро транспорт бозорида маркетингни ривожлантиришнинг объектив зарурлиги назарий жиҳатдан асосланган; «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАКнинг молиявий-иқтисодий кўрсаткичлари таҳлил қилинган ва баҳоланган; транспорт компанияларининг халқаро хизматлар бозоридаги рақобатбардошлигига таъсир қилувчи омилларнинг комплекс маркетинг таҳлили амалга оширилган; миллий транспорт компаниялари учун бенчмаркинг жараёнини амалга ошириш услубияти ишлаб чиқилган ва тавсия этилган; маркетинг ва рақобат стратегияларини шакллантириш бўйича тавсиялар берилган; МАК хизматлари таркибини диверсификациялаш, компанияда «Маркетинг бошқармаси»ни ташкил қилишнинг вариантлари ҳамда маркетинг маълумотлари базасини шакллантиришнинг янги услубияти ишлаб чиқилган; транспорт компаниялар фаолиятини такомиллаштириш ва рақобатбардошлигини оширишда ривожланган мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш бўйича илмий-амалий асосланган тақлиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган; Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлигининг 3 май 2008 йил 1802–рақам билан рўйхатга олинган қўшма қарорига қўшимча киритиш бўйича аниқ тақлиф берилган.

Амалий аҳамияти: Ўзбекистонда транспорт компаниялари ва туристик фирмалар фаолиятини такомиллаштиришда уларнинг жаҳон хизматлар бозоридаги рақобатбардошлигини оширишда, транспортни ривожлантириш ва бошқариш масалалари билан шугулланувчи бир қатор вазирлик ва ташкилотлар меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларини тайёрлашда фойдаланиши мумкин.

Татбиқ этиш даражаси ва иқтисодий самарадорлиги: тадқиқот ишида келтирилган натижа, хулоса ва тақлифлар «Ўзбекистон ҳаво йўллари» МАК амалиётида қўллаш учун қабул қилинган. Шунингдек, тадқиқот натижаларидан Тошкент давлат иқтисодиёт университети ўқув жараёнида фойдаланилмоқда.

Қўлланиш (фойдаланиш) соҳаси: Ўзбекистон Республикаси транспорт компаниялари ва туристик фирмаларининг маркетинг фаолияти.

РЕЗЮМЕ

диссертации Сафарова Нуриддина Чориевича на тему: «**Приоритетные направления повышения конкурентоспособности на рынке международных транспортных услуг (на примере НАК «Ўзбекистон ҳаво йўллари») на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.11 - «Маркетинг»**»

Ключевые слова: конкурентоспособность, рынок транспортных услуг, маркетинговая стратегия, конкурентная стратегия, комплексный маркетинговый анализ.

Объект исследования: являются транспортные компании, действующие на международных направлениях и НАК «Ўзбекистон ҳаво йўллари».

Цель исследования: разработать научные предложения и практические рекомендации по повышению конкурентоспособности на рынке международных транспортных услуг национальных транспортных компаний.

Методы исследования: системный анализ, сравнительный и экономический анализ, анкетные опросники, статистическая группировка, экономико-математические методы.

Полученные результаты и их новизна: дана авторская формулировка термину «конкурентоспособность»; теоретически обоснована объективная необходимость развития маркетинга на рынке международного транспорта; проведен анализ и оценка финансово-экономических показателей НАК «Ўзбекистон ҳаво йўллари»; осуществлен комплексный маркетинговый анализ факторов, воздействующих на конкурентоспособность транспортных компаний на рынке международных услуг; разработана и рекомендована методология осуществления процессов бенчмаркинга для национальных транспортных компаний; даны рекомендации по формированию маркетинговой и конкурентной стратегии; разработана инновационная методология по диверсификации структуры услуг НАК, вариантов организации «Маркетингового управления», а также формированию базы маркетинговых данных в компании; разработаны научно-практические предложения и рекомендации по использованию опыта развитых стран в повышении конкурентоспособности и совершенствовании деятельности транспортных компаний; представлены конкретные предложения по внесению дополнений к совместному решению Министерства юстиции Республики Узбекистан, зарегистрированному от 3 мая 2008 года № 1802.

Практическая значимость: можно использовать в совершенствовании деятельности транспортных компаний и туристических фирм в Узбекистане, повышении их конкурентоспособности на рынке международных услуг, подготовке нормативно-правовых документов ряда министерств и организаций, занимающихся вопросами развития и управления транспортом.

Степень внедрения и экономическая эффективность: результаты, выводы и предложения представленные в исследовательской работе приняты для применения в практике НАК «Ўзбекистон ҳаво йўллари». А также результаты исследования применяются в учебном процессе Ташкентского государственного экономического университета.

Область применения (использования): маркетинговая деятельность транспортных компаний и туристических фирм Республики Узбекистан.

RESUME

Thesis of Safarov Nuritdin Chorievich on the scientific degree competition of the candidate of economic sciences, on specialty 08.00.11 – «Marketing», subject: «Priority directions on improving of competitiveness in the market of international transport services» (in example of NAC «Uzbekistan Airways»)

Key words: competitiveness, market of transport services, marketing strategy, competitive strategy, complex marketing analysis.

Subject of research: transport companies rendering activity in international spheres such as National Air Company «Uzbekistan Airways».

Purpose of work: to develop scientific proposals and practical recommendations for improvement of competitiveness in the market of international transport services of national transport companies.

Methods of research: systems analysis, comparative and economic analysis, personal survey, statistical classification, economic-mathematic methods.

The result obtained and their novelty: the description to the word "competitiveness" was given by author; objective necessity of marketing development in the market of international transport was theoretically substantiated; financial-economic indicators of NAC «Uzbekistan Airways» were analyzed and estimated; complex marketing analysis effecting factors to market competitiveness of international service of transport companies were carried out; implementation methods of benchmarking process for national transport companies were recommended and developed; recommendations on diversity of service structure of NAC was given, formation of competitive strategy and marketing; new methods of implementation of formation of marketing data base and alternatives for organizing «Marketing Management» in the company were developed; recommendations and scientific-practical substantiated proposals for using of experience of developed countries by improving of competitiveness and developing activity of transport companies were developed; precise proposals for entering additions to a joint resolution registered under the № 1802 Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan on May 3, 2008 were given.

Practical value: results of research can be used in developing of activity of transport companies and travel agencies of the Republic of Uzbekistan, for improving their competitiveness in the market of international services, on preparing regularly-legal documents of organizations and ministries concerning with development of transport and administrative matters.

Degree of embed and economic effectiveness: results, conclusions and proposals given in the research work were applied to practical activity in NAC "Uzbekistan Airways". The results of the research are being used also in educational process of Tashkent state university of economics.

Field of application: marketing activity of transport companies and travel agencies of the Republic of Uzbekistan.

Қогоз бичими	1,2 б.т.
Босилга рухсат этилди	15.06.2012 й.
Тиражи	100 нусха
Буюртма №	502

Тошкент давлат иктисодиёт университети
«ТАЛЛАБА» янги ахборот технологиялари марказининг
«RISO» нусха кўчириш техникасида чоп этилди

Тошкент, Ўзбекистон шох кўчаси, 49-уй