



АВТОТРАНСПОРТ ЭКСПЕДИТОРЛИК КОРХОНАЛАРИДА ДАВЛАТ -ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИК ТИЗИМИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Эргашева Мухаббат

Тошкент давлат иктисодиёт университети

ORCID: 0009-0007-4476-4749

mukhabbatergasheva@gmail.com

Аннотация. Корхоналар ва аҳолининг борган сари транспорт экспедиторлик хизматларига (ТЭХ) эҳтиёжни ошиб бориши муносабати билан ТЭХни амалга ошираётган автокорхоналарининг маркетинг стратегияларини такомиллаштиришни талаб қилади. Хизматлар шошилич ёки вақт нуқтаи назардан, бемалол турларига тақсимланиб, уларни маркетинг стратегияларида инобатга олинishi ҳамда давлат – хусусий шериклик тизимидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир: ДХШ иқтисодий ўсишни рағбатлантириш, барқарор ривожланишини таъминлаш, ижтимоий инфратузилмани шакллантириш, тиклаш, ундан фойдаланиш, сақлаш, давлат хизматлари сифатини яхшилаш ва уларни эркин фойдаланишни кенгайтириш, фойдаланишни кенгайтириш, хусусий секторнинг молиявий маблағлари, шу жумладан хорижий инвестицияларни жалб этишни таъминлайдиган шарт-шароитлар яратиш қатор вазифаларни ижобий ҳал қилиш ҳамда мавжуд имкониятлардан оптимал фойдаланишнинг муҳим йўналиши сифатида майдонга чиқади.

Калит сўзлар: транспорт экспедиция хизматлари (ТЭХ), рақобатдошиқ, автотранспорт хизмати, шошилич хизматлар, бемалол етказиш, мақсадли стратегиялар, паст нарх стратегияси, рақобат стратегияси, дифференциал стратегия, давлат хусусий шериклик тизими.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В АВТОТРАНСПОРТНЫХ ЭКСПЕДИТОРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Эргашева Мухаббат

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация. В условиях постоянного роста потребности предприятий и населения в транспортно-экспедиторских услугах (ТЭУ) возникает необходимость совершенствования маркетинговых стратегий автотранспортных предприятий, оказывающих данные услуги. Услуги целесообразно подразделять на срочные и несрочные с точки зрения времени, с учетом этого в маркетинговых стратегиях, а также использовать систему государственно-частного партнерства. ГЧП выступает важным направлением оптимального использования имеющихся возможностей и положительного решения ряда задач, обеспечивая стимулирование экономического роста, устойчивое развитие, формирование, восстановление, эксплуатацию и содержание социальной инфраструктуры, повышение качества государственных услуг и расширение свободного доступа к ним, а также создание условий для привлечения финансовых ресурсов частного сектора, включая иностранные инвестиции.

Ключевые слова: транспортно-экспедиторские услуги (ТЭУ), конкурентоспособность, автотранспортные услуги, срочные услуги, несрочная доставка, целевые стратегии, стратегия низких цен, конкурентная стратегия, дифференцированная стратегия, система государственно-частного партнерства.

THE USE OF THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP SYSTEM IN MOTOR TRANSPORT FREIGHT FORWARDING ENTERPRISES

Ergasheva Muhabbat

Tashkent State University of Economics

Abstract. In the context of the steadily growing demand of enterprises and the population for transport and freight forwarding services (TFFS), there is an increasing need to improve the marketing strategies of motor transport enterprises providing such services. It is advisable to classify these services into urgent and non-urgent types from the perspective of time and to take this classification into account in marketing strategies, while also making use of the public-private partnership system. PPP emerges as an important direction for the optimal use of existing opportunities and the effective solution of a number of tasks, including stimulating economic growth, ensuring sustainable development, creating, restoring, operating and maintaining social infrastructure, improving the quality of public services and expanding free access to them, as well as creating conditions for attracting private financial resources, including foreign investment.

Keywords: transport and freight forwarding services (TFFS), competitiveness, motor transport services, urgent services, non-urgent delivery, target strategies, low-price strategy, competitive strategy, differentiation strategy, public-private partnership system.

Кириш.

Автотранспорт корхоналарида транспорт экспедиторлик хизматларини асосий вазифаси - корхоналар ва аҳолининг юқини ўз вақтида ва сифатли ташишни амалга ошириш билан боғлиқдир. Ўзбекистон Республикасиз Президенти Ш.Мирзиёвнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига мурожаатномасида 3-ўналиш тариқасида – ички бозорда талабни рағбатлантириш масаласига алоҳида масаласига алоҳида эътибор қаратилганлиги ва ҳозирги глобал иқтисодиёт шароитида логистика тизимини самарали ташкил этишда корхоналар фаолиятини муҳим омилларидан бири ҳисобланади. Товарларни тез ва самарали етказиб бериши иқтисодий самарадорликни таъминлайди. Аҳоли даромадларини кўпайгани хизматларга, жумладан автотранспорт хизматларига талабни ошириб, сервис соҳаси иқтисодиётнинг етакчи соҳасига айланишига замин яратилаётганлигидан далолат беради. 2025 йил мобайнида хизматлар ҳажми қарийб 15 фоизга ўсиб, 82 миллиард долларга етганини алоҳида таъкидлаб ўтишимиз зарур(Шавкат Мирзиёв, 2025).

Адабиётлар шарҳи.

Ўрганилаётган мавзу, яъни ДХШ механизмини ишлаб чиқишда мамлакатимизда жуда кўп олимлар изланишлар амалга оширилган. Масалан, ТДИУ илмий кенгашида ҳимоя қилинган ишларда, Мамаюсупова ва Набижонова (2022) диссертацияларида ушбу механизмни шакллантириш бўйича ўз таклифларини беришган.

Биз ҳам тадқиқотларимизда давлат-хусусий шериклик лойихаси тариқасида давлат ва хизмат кўрсатиш ташкилоти ёки тадбиркор ўртасидаги муносабатларни қандай бўлишини кўриб чиқишга ҳаракат қилдик. Эслаб ўтган Қонунда давлат – хусусий шериклик лойихаси иқтисодий, ижтимоий ва инфратузилмавий вазифаларни ҳал этишга қаратилган бўлиб, хусусий инвестицияларни жалб қилиш ва илғор бошқарув тажрибасини жорий этиш асосида амалга ошириладиган тадбирлар мазмунига

айтилади. Ушбу мажмуа биз томондан таклиф этилаётган ташкилий – иқтисодий механизмнинг ўзаги бўлиб ҳисобланади.

Ҳозирги кунда давлат хусусий шериклик уч шаклда амалга оширилиши мумкин. Биринчи навбатда, хусусий секторнинг мулки давлат корхоналарининг ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш жараёнига давлат листинги ёки ташкилотнинг маълум бир қисмини (акция, бошқа қимматбаҳо қоғози) сотувчи оркали амалга оширилади. Иккинчи шакли, давлат томонидан давлат хизматларини амалга ошириш маълум давлат корхонасини бошқаришни хусусий шерикликка ишониб, масъулиятни ўтказишга айтилади. Ва, охири шерикликнинг учинчи шакли, хусусий хамкорнинг давлат активларидан тижорат самарали фойдаланиш мақсадида давлат хизматларини хусусий хамкорга сотувини қоплашдан иборатдир.

Бизнинг тадқиқотларимиз шуни тасдиқладики, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш борасида иккинчи шаклни қўллаш мақсадга мувофиқдир. Бундай келишувни амалга оширишда давлат манфаатини ифода этувчи вилоят, шаҳар, туман хокимияти қошидаги хизматлар соҳасини бошқариш бўлими, ёки Давлат унитар ташкилоти билан шу соҳадаги тадбиркорлар билан келишув ёки лойиҳаларни амалга оширилиши лозим бўлади.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Ўзбекистон 2030 стратегиясининг 53-бандида Ўзбекистон Республикасининг глобал транспорт логистика тармоқларига интеграциясини чуқурлаштириш аҳолига транспорт хизматларини кўрсатиш, транспорт тизимининг салоҳиятини ошириш, рақобатдошлик даражасини ошириш йўловчи ва юк ташиш хизматлари хажмини 3 баробарга ошириш муҳимлигини таъкидлаб ўтилган.

Транспорт экспедиция хизматларини (ТЭХ) амалга оширувчи корхоналарининг маркетинг стратегиясини амалга ошириш учун бирламчи навбатда рақобатчиларнинг фаолиятини баҳолашни кўриб чиқишимиз лозим. Ушбу баҳолаш тизимини амалга ошириш учун икки ҳил сегментда фаолият юритаётган автотранспорт корхоналарини тезкор ва шошилишч бўлмаган юк ташувчи тоифаларига тақсимлаймиз. Тезкор юкни шаҳар бўйича ташиш сегментида (ташув муддати 4 кундан ортиқ бўлмаган) фаолият юритаётган қуйидаги автотранспорт корхоналарини танлаб олдик:

- “CARGO.UZ”;
- “BB LOGISTICS” МЧЖ;
- “ALL CARGO” ЛК;
- “ARROW GREEN LOGISTICS” МЧЖ;
- “CHINA CARGO LOGISTICS”;
- “ТОШШАХАРТРАНСЭКСПЕДИЦИЯ” МЧЖ.

Шошилишч бўлмаган юкларни ташуви сегментида (ташув муддати 4 кундан 14 кунгача, масофага қараб) эса қуйидаги автотранспорт корхоналарини ажратиб олинди:

- “ACCESS WORLD TRANSPORT” ООО;
- “ROAD TRANS LOGISTICS” МЧЖ;
- “PBS IMPEX” МЧЖ;
- “STL SPEED - LOGISTICS” МЧЖ;
- “CARGO PRO GROUP” МЧЖ;
- “ТОШШАХАРТРАНСЭКСПЕДИЦИЯ” МЧЖ.

Эътибор берсак, «Тошшахартрансэкспедиция» МЧЖ охири йилларда нафақат Тошкент шаҳар ва вилоятига, балки бошқа вилоятлар ҳудудида ҳам иккала сегментда фаолият юритиб келмоқда.

Рақобатдошлик кўрсаткичлари 4 балл шкала бўйича ҳисобланиб, ҳар бир баллнинг моҳияти 1-жадвалда келтирилган (1-жадвалга қаранг).

1- жадвал.

Рақобатдошлик кўрсаткичларини баллар билан баҳолашнинг мазмуни

Географик камров	4-кенг миқёсда, республика барча вилоятларида фаолият кўрсатади
	3-етарли даражада камров
	2-худудларни нисбатан қамраган
	1-хизмат кўрсатиш доираси тор, фақат йирик шаҳарларда фаолият юритади.
Тарифлар даражаси	4-паст
	3-нисбатан юқори
	2-юқори
	1-жуда юқори
Юк жунатувчи худудида юкни қабул қилиш	4-барча истемолчиларга уларнинг худудида хизмат кўрсатади
	2,5-маълум истемолчиларга келишилган ҳолда хизмат кўрсатилади.
	1-хизмат кўрсатилмайди
Қабул қилувчининг эшигигача етказиш	4-корхона фаолияти деярли барча худудларда
	3-деярли йирик корхоналарга хизмат кўрсатади
	2-маълум йирик худудларда хизмат кўрсатилади
	1-хизмат кўрсатилмайди
Қўшимча хизматлар кўрсатиш	4-кенг миқёсдаги хизматлар (суғурталаш, ажратиш, қадоқлаш, сақлаш, қўриқлаш, юклаш-тушириш)
	3-деярли кенг миқёсида
	2-етарли даражада қамраб олинган
	1-тор
Нуфуз (имидж)	4-транспорт хизматлари бозорида обрўли ва ҳурматга эга, кучли компания
	3-таниқли компания, ишончли
	2-тор доирада таниқли, нуфузи аниқ эмас
	1-компания деярли нотаниш, нуфузи йўқ
Интернет орқали ҳисоб – китоб қилиш	4-бундай тизим мавжуд
	1-бундай тизим йўқ
Юкни етказишнинг назорат тизими	4-тизим мавжуд
	1-тизим йўқ

Ўтказилган тадқиқотлар таҳлилларимиз асосида ҳар бир истемолчига ҳар бир кўрсаткичнинг тутган ўрни аниқланди. Об'ектив натижа олиш учун сўровномада нафақат ТЭХнинг хизматларидан фойдаланувчи компаниялар, балки бошқа рақобатчилар хизматидан фойдаланувчилар ҳам иштирок этишди. 2-жадвалда буюртмачиларнинг муҳим бўлган кўрсаткичлари гуруҳлаштирилган (2-жадвалга қаранг).

Географик қамровда хизмат кўрсатилаётган шаҳарларгина эмас, балки барча худудлар миёсида баҳоланганлиги сабаби кўрсаткичнинг объективлигини кўрсатиш учун хизмат қилганлигидир.

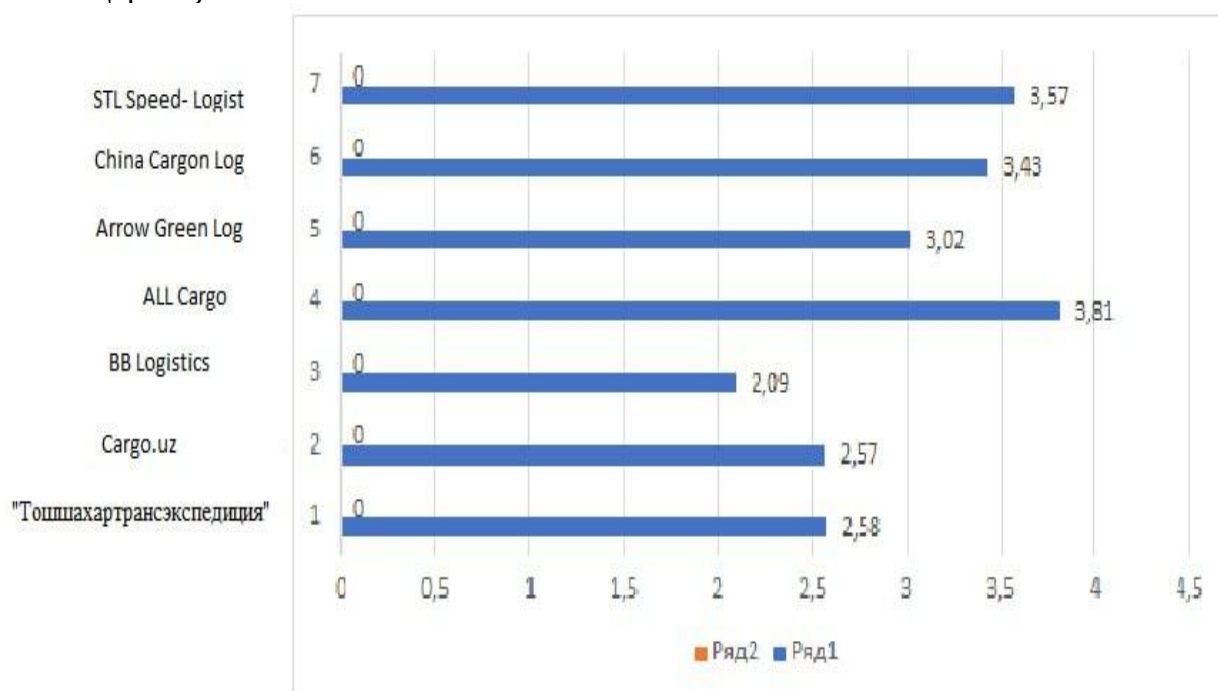
Тарифлар даражасини баҳолаш учун Ўзбекистоннинг 6 та йирик шаҳарларда (Тошкент, Жиззах, Самарқанд, Фарғона, Андижон ва Наманган) танлаб олинган. Тезкор юкни ташувини амалга оширишда юклар 50 кг, муддати шошилишч бўлмагани – 350 кг мўлжалланган. Бир хилги автотранспорт корхоналари тариф худудлари бўйича таксимлаб хизмат кўрсатилади.

Рақобатдошлик кўрсаткичларининг кетма-кетлиги

Кўрсаткичлар	ранг
Географик қамров	0,17
Тарифлар даражаси	0,19
Жўнатувчининг юкини қабул қилиш	0,15
Қабул қилувчининг эшигигача етказиш	0,15
Қўшимча хизматлар кўрсатиш	0,09
Нуфуз (имидж)	0,08
Интернет орқали ҳисоб китоб – қилиш	0,06
Юкни етказишнинг назорат тизими	0,11
Ранглар йиғиндиси	1,00

Нарх бўйича “Тошшахартрансэкспедиция” МЧЖ қолганларга нисбатан паст кўрсаткичга эга бўлиб, энг юқори тариф “Arrow Green Logistics” МЧЖда кузатилган. Барча рақобатчилар 1-жадвалда берилган баллар билан баҳоланган. Унинг асосида эксперт баҳолари ва автокорхоналарнинг очиқ маълумотларидан фойдаланганмиз. Ҳар бир кўрсаткич бўйича баҳолашнинг натижаларини 2-иловада келтирганмиз.

Улар асосида рақобатдошлик индексини ҳисоблаб чиқиб, диаграмма тузилган (1-расмга қаранг).



1-расм. Шошинч ташув сегментида фаолият юритаётган автотранспорт корхоналарининг рақобатбардош индекси

Расмдан кўриниб турганидек рақобатбардошлик индексларини кўшилганда етакчилик «All Cargo» логистик компанияга тегишли булиб, компанияда транспорт-экспедиция хизматлар бозорида ўзига хос таниқли, ижобий нуфузга эга бўлиб, юкларини ишонувчиларга автотранспорт корхонасининг пайтида доимий равишда ўзгариб турувчи маълумотларни етказиб беришга хизмат қилади. Компаниянинг энг асосий ютуғини ифода этувчи кўрсаткич, бу сайтда хизмат нархини ҳисоблаб бериш орқали шаффофликни таъминлаши булиб ҳисобланади. Шунингдек компания

шошилинич бўлмаган юкларни етказиш сегментида етакчи компаниялардан бири эканлигини алоҳида айтиб утишимиз лозим.

Энг яқин рақобатчи тариқасида «Тошшахартрансэкспедиция» МЧЖни кўришимиз мумкин. Уларнинг экспедиция бозорида эски вакил тариқасида тан олинганлиги, доимий истеъмолчиларнинг, яъни мижозларнинг ишончини ортириб келмоқча. Аммо ҳозирги кунда ташкилотнинг сайтида хизмат нарҳини тезкор ҳисоблаш ҳолати доимий равишда амалга оширилмаслигидан иборат. Бунинг учун транспорт хизматлари бозорида, яъни фақат аҳолини ташувини амалга оширувчи таксиларида «Яндекс» компаниясининг тажрибасини қўлланилиши мақсадга мувофиқ бўлар эди. Буни амалга оширишда корхонага маркетингларни жалб қилиниши, бозордаги вақт, нарх, куннинг давомийлиги ва бошқа омилларига таянган ҳолда оптимал йўналишларни ташкил этиш, йўл-йўлакай бошқа юкларни ҳам манзилга етказишни режалаштиришни талаб килади.

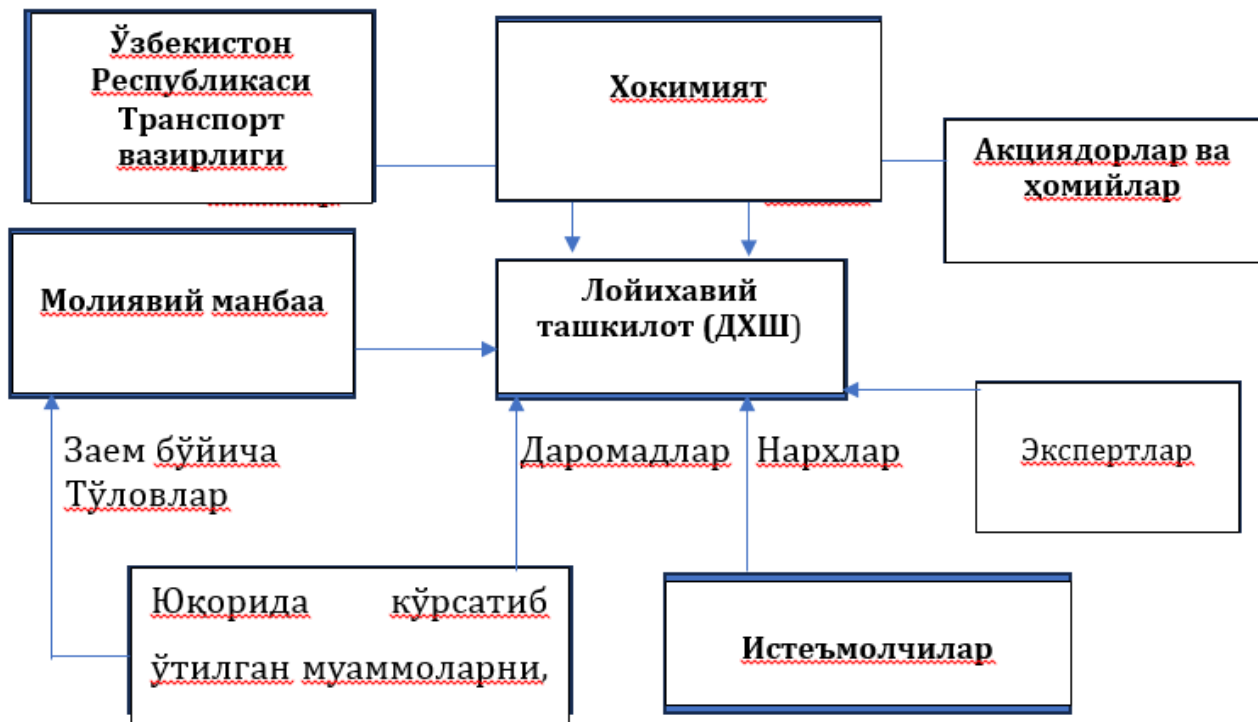
Тадқиқот натижаларимиз тахлили шуни курсатмоқдаки, автотранспорт корхоналарида транспорт экспедиторлик хизматларини амалга оширишда хизматлар сифати ва маданиятига эҳтиёжни тобора ошиб бораётганлигини куришимиз мумкин. Транспорт экспедиторлик хизматларини амалга оширишда замон талабларига мос булган ракамлаштириш, сунъий интеллектдан фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишда субъектив қарорлардан воз кечиши, экологик талабларни яъни EURO-5, EURO – 6 стандартларига мослашиш тажрибасини куллаш муҳим бўлиб ҳисобламаймиз.

ДХШ Ўрганилаётган мавзу, яъни ДХШ механизмини ишлаб чиқишда мамлакатимизда жуда кўп олимлар изланишлар амалга оширилган. Масалан, ТДИУ илмий кенгашида ҳимоя қилинган ишларда, Мамаюсупова ва Набижонова (2022) диссертацияларида ушбу механизмни шакллантириш бўйича ўз таклифларини беришган.

Биз ҳам тадқиқотларимизда давлат-хусусий шериклик лойихаси тариқасида давлат ва хизмат кўрсатиш ташкилоти ёки тадбиркор ўртасидаги муносабатларни қандай бўлишини кўриб чиқишга ҳаракат қилдик. Эслаб ўтган Қонунда давлат – хусусий шериклик лойихаси иқтисодий, ижтимоий ва инфратузилмавий вазифвларни ҳал этишга қаратилган бўлиб, хусусий инвестицияларни жалб қилиш ва илғор бошқарув тажрибасини жорий этиш асосида амалга ошириладиган тадбирлар мазмунига айтилади. Ушбу мажмуа биз томондан таклиф этилаётган ташкилий – иқтисодий механизмнинг ўзаги бўлиб ҳисобланади.

Ҳозирги кунда давлат хусусий шериклик уч шаклда амалга оширилиши мумкин. Биринчи навбатда, хусусий секторнинг мулки давлат корхоналарининг ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш жараёнига давлат листинги ёки ташкилотнинг маълум бир қисмини (акция, бошқа қимматбаҳо қоғози) сотувчи оркали амалга оширилади. Иккинчи шакли, давлат томонидан давлат хизматларини амалга ошириш маълум давлат корхонасини бошқаришни хусусий шерикликка ишониб, масъулиятни ўтказишга айтилади. Ва, охири шерикликнинг учинчи шакли, хусусий хамкорнинг давлат активларидан тижорат самарали фойдаланиш мақсадида давлат хизматларини хусусий хамкорга сотувини қоплашдан иборатдир.

Бизнинг тадқиқотларимиз шуни тасдиқладики, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш борасида иккинчи шаклни қўллаш мақсадга мувофиқдир. Бундай келишувни амалга оширишда давлат манфаатини ифода этувчи вилоят, шаҳар, туман хокимияти қошидаги хизматлар соҳасини бошқариш бўлими, ёки Давлат унитар ташкилоти билан шу соҳадаги тадбиркорлар билан келишув ёки лойихаларни амалга оширилиши лозим бўлади. Бу борасида 2–расмда биз ушбу бизнес–лойихани амалга ошириш тузилмасини келтиришимиз мумкин (2–расмга қаранг).



2-расм. Давлат – хусусий шериклик лойиҳанинг тузилмаси

Манба: муаллиф ишланмаси.

Хулоса ва таклифлар.

Автотранспорт корхоналарида транспорт экспедиторлик хизматларидаги муаммоларни, яъни биринчи навбатда, молиявий ресурсларни жалб этилиши, янги техника, технология ва услубларни қўллашда, ТЭХ бозорида давлат хусусий шериклик (ДХШ) тизимини қўллаш ТЭХ мақсадга мувофиқлиги тасдиқланди. Автотранспорт хизматларини амалга ошириш борасида, нафақат уларнинг даромадлигини таъминлаш борасида, балки шаҳар ёки худудда фаолият кўрсатаётган корхоналарга сифатли хизмат кўрсатиш бу ижтимоий масалани ҳал этишдек вазифани бажариши билан боғлиқдир. Шу сабабдан ТЭХ бозорининг самарадорлиги нафақат худуд, балки республикамизнинг ижтимоий – иқтисодий ривожланишига ўзининг ҳиссасини қўшишини таъкидлаб ўтишимиз керак.

Адабиётлар / Литература / References:

Икрамов, М.А. (2017) 'Маркетинговая стратегия Республики Узбекистан в сфере услуг', Конференция ТДИУ, 24 ноября, сс. 281–284.

Икрамов, М.А. и Зоҳидов, А.А. (n.d.) Автомобильно-дорожный сектор государств Центральной Азии: проблемы и перспективы развития. Монография. Ташкент: изд. библ. А. Навои.

Икрамов, М.А. и Ғиёсиддинов, Б.Б. (2024) '[maqola sarlavhasi ko'rsatilmagan]', in Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети Фарғона филиали Аниқ ва табиий фанларни ривожлантиришда рақамли ва технологияларнинг ўрни: муаммолар ва инновацион ечимлар мавзусидаги ҳалқаро илмий-техник конференция материаллар тўплами. 2-қисм. Фарғона, 4–5 октябр, сс. 497–502.

Икрамов, М.А., Эргашева, М.А. и Тураев, С.Т. (2024) 'Проблемы подготовки инженерных кадров в условиях цифровизации', in «Инсон капитали ва технологик инновацияларни ривожлантириш, иқлим муаммолари ечими ҳамда ресурслар

самарадорлиги орқали узоқ муддатли барқарор иқтисодий ўсишга эришиш» мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. Фарғона, 27 сентябр, сс. 47–53.

Мирзиёев, Ш.М. (2025) Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига мурожаатномаси. Халқ сўзи, 27 декабрь.

Ўзбекистон Республикаси Президенти (2023) «Ўзбекистон — 2030» стратегияси тўғрисида. ПФ-158-сон, 11 сентябрь. Available at: <https://lex.uz/docs/6600413>

Эргашева, М. (2023) 'Автотранспорт корхоналарнинг рақобатдошлигини ошириш ва баҳолаш', Молия илмий журнали, 5-сон, сс. 147–154.

Эргашева, М.А. (2024) 'Юк ташувчи автотранспорт корхоналарида хизмат кўрсатишнинг хусусиятлари', Яшил иқтисодиёт ва тараққиёт, 10-сон.

Эргашева, М.А. (2025) 'Автотранспорт хизматлари бозорининг самарали ташкил этиш концепцияси', Иқтисодий тараққиёт ва таҳлил, 7-сон.

Эргашева, М.А. (2025) 'Транспорт-экспедиция хизматлари бозорида маркетинг концепцияси', Маркетинг, 7-сон.

Эргашева, М.А. и Нуритдинов, Ж.Д. (2025) 'Аҳолига юк ташиш хизматини кўрсатиш стратегияси', Маркетинг: илмий-амалий ва оммабоп журнал, 4-сон, сс. 285–292.

Ўзбекистон Республикаси Миллий статистика қўмитаси (n.d.) Расмий сайт. Available at: <https://stat.uz/uz/>