

Improvement of public transport activities based on strategic planning model

Z.N. Raxmatov¹^a, G.E. Pulatova¹^b

¹Tashkent state transport university, Tashkent, Uzbekistan

Abstract: This article examines the existing shortcomings and problems in the field of passenger transportation of Tashkent city. Currently, factors directly and indirectly affecting public transport services are analyzed. Based on the research, the components of the strategic plan structure, flexible to the market conjuncture, of the development of the enterprise, which organizes passenger transport in public transport, were formed. A model of strategic planning of public transport is proposed, taking into account the current management and laws, the concept of economic development of the region. Also, a strategic plan structure has been developed that adapts to today's rapidly changing market environment.

Keywords: strategic planning model, transport enterprises, public transport, strategic planning, market conjuncture.

Jamoat transporti faoliyatini strategik rejalashtirish modeli asosida takomillashtirish

Raxmatov Z.N.¹^a, Pulatova G.E.¹^b

¹Toshkent davlat transport universiteti, Toshkent, O'zbekiston

Annotatsiya: Ushbu maqolada Toshkent shahrining yo'lovchi tashish sohasidagi mavjud kamchilik va muammolar o'rganilgan. Hozirgi kunda jamoat transporti xizmatlariga bevosita va bilvosita ta'sir etuvchi omillar tahlil etilgan. Tadqiqotlar asosida jamoat transportida yo'lovchi tashishni tashkil etuvchi korxona faoliyatini rivojlantirishning bozor konyukturasiga moslashuvchan strategik reja tuzilmasi tarkibiy qismlari shakllantirilgan. Bugungi kundagi boshqaruv va qonuniyatlar, hududni iqtisodiy rivojlantirish konsepsiyasini inobatga olgan holda jamoat transportini strategik rejalashtirish modeli taklif etilgan. Shuningdek, bugungi kundagi tezkorlik bilan o'zgarayotgan bozor konyukturasiga moslashuvchan strategik rejani tuzilmasi ishlab chiqilgan.

Keywords: strategik rejalashtirish modeli, transport korxonalari, jamoat transporti, strategik rejalashtirish, bozor konyukturasi.

1. Kirish

Hozirgi tezlik bilan o'zgarib borayotgan iqtisodiy noaniqlik sharoitida, korxonalar o'zlarining raqobatbardoshligini saqlab qolishlari muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bozor iqtisodiyotiga o'tish korxonalar oldida boshqaruvning tubdan farq qiluvchi shakllari, usullari va texnologiyalarini ishlab chiqishni taqazo qildi. Bugungi kunda strategik rejalashtirishning roli sezilarli darajada oshdi, uning maqsadi strategik qarorlarni ishlab chiqish va uzoq muddatli istiqbolida korxonani rivojlantirishga qaratilgan aniq rejani shakllantirishdir.

Bugungi kunda mamalakatimizda faqat bir nechtagina kompaniyalar samarali strategik rejalashtirish tizimiga egadir. Shunga qaramay, aksariyat menejerlar biznesni samarali boshqarish uchun strategik rejalashtirish muhimligini tushunib yetishgan. Bugungi kunda strategik rejalashtirish boshqaruv funktsiyalarining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Strategik rejalashtirish uzoq muddatli rejalashtirishni o'rini egallagan holda

korxona faoliyatida asosiy tizimga aylanmoqda. Strategik rejalashtirish va uzoq muddatli rejalashtirish o'rtasidagi eng muhim farq kelajakdagi korxonani rivojlantirishning muqobil variantlarini ishlab chiqishdadir.

2. Metodologiya

Ma'lumki, strategik rejalashtirish muayyan taktikalarni aniqlash va ularni amalga oshirish uchun uzoq muddatli rejadir. Shu bilan birga, rahbar maqsadlarga erishish uchun zarur resurslarni to'g'ri taqsimlashi va korxonaning qarorlar qabul qilish jarayonini tartibsizlikdan olib chiquvchi rejalashtirish jarayoniga ega bo'lishi kerak.

Strategik boshqaruv va qonuniyatlar, hududni iqtisodiy rivojlantirish konsepsiyasi asosida jamoat transportini strategik rejalashtirish modelini quyidagichashakllantirish mumkin (1-rasm).

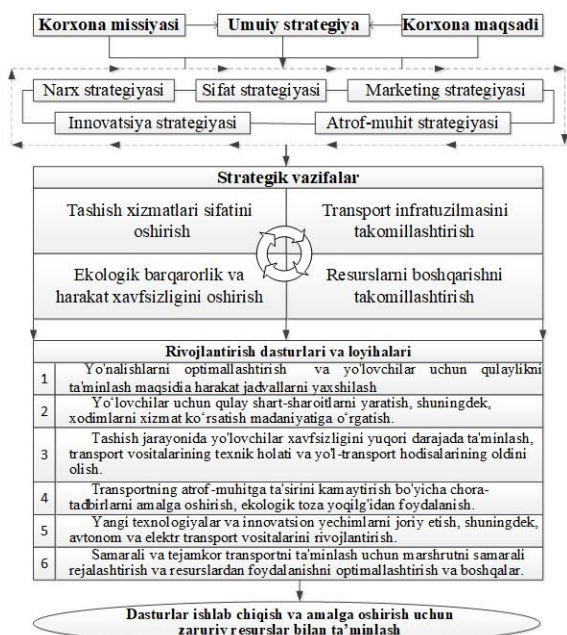
^a  <https://orcid.org/0000-0002-8819-1678>

^b  <https://orcid.org/0009-0006-6358-624X>



Umuman olganda, jamoat transportini strategik rejasi hududning uzoq muddatga mo'ljallangan barqaror rivojlanish strategiyami doirasida amalga oshiriladi. Chunki, jamoat transportini rivojlanishi ko'rsatilayotgan transport xizmati sifatini oshirish orqali, aholini turmush darajasini oshirishga qaratilgan.

Har qanday korxona yoki tashkilot, shu jumladan jamoat transportini yo'lovchi tashish bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning strategik rejalashtirish jarayoni asosiy maqsadni aniqlash va shu maqsadlarga erishish uchun rejalashtirish usullari, uslublari asosida tegishli strategiyalarni tanlashdan ibrat bo'ladi. Shu bilan birga strategik reja korxonani rivojlantirish konsepsiyasiga asos bo'lishi kerak. Lekin, strategik reja o'zgartirishlar kirib bo'lmaydigan darajada bo'lmashligi kerak. Strategik reja bozor konyunkturasiga moslashuvchan bo'lishi kerak, zarur hollarda strategik rejaga bozordagi o'zgarishlardan kelib chiqib tuzatishlar kiritish imkoniyati mavjud bo'lishi lozim.



1-rasm. Jamoat transportini strategik rejalashtirish modeli (muallif ishlanmasi).

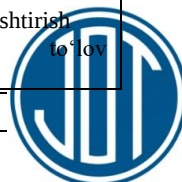
Yo'lovchi tashish, ushbu faoliyatini olib boruvchi tashkilotning o'ziga xos xususiyatini inobatga olib, bozor konyunkturasiga moslashuvchan strategik rejani tuzilmasini quyidagi jadvalda keltiramiz.

1-jadval

Bozor konyunkturasiga moslashuvchan strategik rejani tuzilmasi

№	Strategik reja yo'nalishi	Strategik ko'rsatkichlari
1	2	3
1	Korxonaning missiyasi va uzoq muddatli rejalari	Korxona rivojlanish maqsad va vazifalari Korxona qadriyatlar Xodimlar samaradorligi Xodimlarni rag'batlantirish Boshqaruv uslublarini optimallashtirish Iste'molchilarni qoniqishi Hamkorlar bilan ishlash Mijozlarga xizmat ko'rsatish Daromadlarni rejalashtirish va tahlil qilish

		Korxona imidji takomillashtirish
2	Xizmat ko'rsatish xajmi	Xizmat ko'rsatishni tashkiliy-texnik darajasi Bozordagi imkoniyatlar Xizmatlarning rentabelligi Narx siyosati Xizmatlar sifati Marketing tadbirlari
3	Raqobatbardoshlik	Raqobatdagi ustunliklari Raqobatning intensivligi Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish darajasi Xizmat turlarining raqobatbardoshligi
4	Bozor konyunkturasiga moslashish	Bozor ulushi Tovarlarni ilgari surish strategiyasi Joriy va kelajakdagi talab Turli segmentlarni qamrab olish imkoniyati Potensial raqobatchilarni aniqlash
5	Resurslarni rejalashtirish	Ishlab chiqarish resurslari bilan ta'minlash Xom ashyo va materiallarni iste'mol qilish me'yorlari va normalari Aylanma mablag'lar O'z kapitali va qarz kapitali Pesurslarni rejalashtirish talablari Resurslarni tejash chora-tadbirlari
6	Biznes "portfelini" shakllantirish	Portfel rentabelligini hisoblash Korxonaning diversifikatsiya qimmatli qog'ozlar emissiyasi
7	Innovatsion faoliyat	Yangi texnologiyalarni joriy etish Xizmat ko'rsatish jarayonini avtomatlashtirish Atrof-muhitni muhofaza qilish Ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarida zamonaviy tamoyillaridan foydalanish: Nou-xau asosida ishlab chiqarishni tashkil etish
8	Investitsiyalar va ularni shakllantirish	Investitsion jarayonning davomiyligi Investitsiya obyektining progressivlik darajasi Mahsulot bozori sig'imi Narxlar o'zgarishi Marketing xarajatlarini moliyalashtirish Moliyalashtirish manbalari (o'z, qarz)
9	Moliyaviy ko'rsatkichlari	Xizmat ko'rsatish va boshqa operatsiyalardan olingan daromadlar Xarajatlarni rejalashtirish Korxonaning qobiliyati



10	Natijalarini miqdoriy va sifat jihatidan baholash va monitoring	Nazorat va natijalarni baholash, ular bo'yicha qarorlar qabul qilish Rejadan og'ishlarning maqbul chegaralarini belgilash Boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun zarur bo'lgan tahliliy ma'lumotlar
----	---	---

3. Natijalar

Strategik reja yo'nalishi mazmun va mohiyatiga batafsil o'talib o'tsak:

1. Korxonaning missiyasi va uzoq muddatli rejalari – bu uning maqsadlari, qadriyatlar va strategik yo'nalishini belgilaydigan asosiy elementlari hisoblanadi hamda korxonaning missiyasi va istiqboli rejalari “Biz nima uchun mavjudmiz?”, “Kelajakda o'zimiz qanday ko'ramiz va qanday maqsadlarga erishamiz?” va “Qanday ijtimoiy qiymat yaratamiz” degan savollarga javob berishi zarur. Shu sababli, tashkilotning missiyasi va uzoq muddatli rejalari barcha manfaatdor tomonlar uchun aniq, tushunarli va ilhomlantiruvchi va maqsadlarga erishishga qaratilgan strategiya ishlab chiqish uchun asos bo'lishi kerak.

2. Xizmat ko'rsatish xajmi — bu tashkilotning ma'lum davrda ko'rsatiladigan xizmatlar miqdorini aks ettiruvchi, innovatsiya va investitsion faoliyat natijasini ifodalovchi miqdoriy ko'rsatkichdir. Ushbu ko'rsatkich tashkilotning strategik rejasining bir qismi bo'lib va uning bozordagi muvaffaqiyatining kaliti hisoblanadi.

3. Raqobatbardoshlik — bozorda ustunlikka erishish uchun samarali va axloqiy biznes strategiyalarini qo'llashni anglatadi. Bu biznes amaliyotining joriy talablari va standartlariga javob beradigan ilg'or tajriba va yondashuvlardan foydalanishni o'z ichiga oladi.

Raqobatbardoshlini ta'minlovchi usullardan foydalanish tashkilotga nafaqat bozorda omon qolishga, balki mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish, innovatsiyalarni rivojlantirish, manfaatdor tomonlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish orqali muvaffaqiyatga erishishga yordam beradi.

4. Bozor konyukturasiga moslashish — strategik rejalashtirishda asosiy rol o'ynaydi. Bozor konyukturasi orqali kompaniyalar mijozlarini, ularning ehtiyojlari va afzalliklarini yaxshiroq tushunishga va maqsadli marketing va strategik yondashuvlarni ishlab chiqishga yordam beradi.

5. Resurslarni rejalashtirish — strategiyani muvaffaqiyatli amalga oshirish va tashkiliy maqsadlarga erishish uchun zarur bo'lgan resurslarni aniqlash va tashkil etish jarayonidir. Bu jarayon ehtiyojlarni tahlil qilish, resurslarni taqsimlash, ulardan foydalanishni optimallashtirish va ularning bajarilishini nazorat qilishni o'z ichiga oladi. Resurslarni rejalashtirish samaradorlikni oshirish va mavjud resurslardan foydalanishni optimallashtirish istagiga asoslanadi.

Resurslarni samarali rejalashtirish tashkilotga o'z aktivlarini samarali boshqarish, xavf va xarajatlarni minimallashtirish, samaradorlikni oshirish va strategik maqsadlariga erishish imkonini beradi.

6. Biznes “portfelini” shakllantirish — bu kompaniyaning biznes bo'linmalari yoki mahsulotlarini optimallashtirish va kompaniyaning umumiy muvaffaqiyatiga hissa qo'shish uchun tahlil qilish va boshqarish jarayoni hisoblanib, kompaniyaga qaysi biznes

bo'linmalari yoki mahsulotlari eng ko'p foyda keltirishini, eng yuqori o'sish potensialiga ega ekanligini va qaysilari qo'shimcha sarmoya yoki strategiyani qayta ko'rib chiqishni talab qilishini aniqlashga yordam beradi.

Biznes portfelini shakllantirish kompaniyaga o'z resurslarini biznesning eng istiqbolli va daromadli sohalariga yo'naltirish, portfelini optimallashtirish va bozorda raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi.

7. Innovatsion faoliyat — (ba'zan innovatsiya deb ham ataladi) — kompaniya, uning mijozlari va umuman bozorga qiymat keltiradigan yangi g'oyalar, mahsulotlar, xizmatlar yoki jarayonlarni yaratish va amalga oshirish jarayoni ekanligi, innovatsiyalar biznesning turli jihatlariga, jumladan, mahsulotlar, texnologiya, ishlab chiqarish usullari, marketing va boshqalarga tegishli bo'lishi mumkin.

Innovatsiyalar bugungi dinamik biznes muhitida tashkilotning rivojlanishi va muvaffaqiyatining asosiy elementidir. Bu kompaniyalarga o'zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish, raqobatchilardan ajralib turish va mijozlari uchun qiymat yaratish imkonini beradi.

8. Investitsiyalar va ularni shakllantirish - Investitsiyalar kompaniyaning strategik rejalashtirishida asosiy rol o'ynaydi. Kompaniya o'z maqsadlariga erishishda, strategiyalarini amalga oshirishda va bozordagi mavqeini mustahkamlashda yordam beradi. Investitsiyalar tashkilotning umumiy strategiyasi va maqsadlariga mos kelishi kerak. Bu esa resurslardan samarali foydalanishga va qisqa muddatda kerakli natijalarga erishishga yordam beradi.

9. Moliyaviy ko'rsatkichlari — Korxonaning moliyaviy natijalarini prognoz qilish strategik rejalashtirishning muhim elementidir. Bu kompaniyaga mavjud vaziyatni baholash, potensial xavf va imkoniyatlarni aniqlash va kerakli natijalarga erishish uchun strategiyalarni ishlab chiqish imkonini beradi. Asosiy moliyaviy ko'rsatkichlar daromad, foyda, pul oqimi, aktivlar aylanmasi, moliyaviy holat kabi ko'rsatkichlarni turli usullar va vositalar yordamida prognoz qilish mumkin, masalan, moliyaviy modellash, tendensiyalarni tahlil qilish, ekspert baholashlari va boshqalar. Shuningdek, prognoz qilinayotgan ko'rsatkichlarga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan iqtisodiy sharoitlar, qonunchilik, raqobat muhiti va boshqalar kabi tashqi omillarni hisobga olish muhimdir.

10. Natijalarini miqdoriy va sifat jihatidan baholash va monitoring – quyidagi muammolarni hal qilishga qaratilishi kerak:

- strategik rejalarning amalga oshirilishi;
- strategik rejalar uchun asos sifatida qabul qilingan ichki va tashqi muhitning joriy monitoringi;
- strategik muhim qarorlarni nazorat qilish;
- tashkilotning strategik rivojlanishining holatini tekshirish;
- tashkilot faoliyati tamoyillari bo'yicha strategik qarorlarni nazorat qilish.

4. Xulosa

Natijalarini miqdoriy va sifat jihatidan baholash va monitoring qilish korxona olida turgan muammolarni xal qilishga qaratilgan maqsadlarni shakllantirish, ularni boshqarish va o'rnatilgan rivojlanish parametrlariga erishishni o'z ichiga olishi kerak.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, strategik rejalashtirishning samarali faoliyat yuritishining asosiy sharti unga yuqori



darajali menejerlar tomonidan doimiy e'tibor va yangi strategiyani ishlab chiqishda xodimlarning keng tarkibini jalb qilishdir. Aniq va samarali strategiyaga ega bo'lmagan har qanday korxonani hech qanday tarzda samarali biznes yurutuvchi deb atash mumkin emas. Strategik rejalashtirish nafaqat bozorda mavjud bo'lish yoki omon qolishga, balki bozorda raqobatbardosh mavqeini mustahkamlashga ham yordam beradi. Korxona o'z oldiga qo'yadigan vazifalar rahbariyatdan nafaqat bilim kengligini, balki faoliyatning iqtisodiy, ijtimoiy, ma'naviy va ekologik oqibatlari uchun mas'uliyat hissini ham talab qiladi, bu esa ish samaradorligini oshiradi va keng imkoniyatlar ochadi.

Shunday qilib, o'tkazilgan tadqiqotlar asosida jamoat transportida yo'lovchi tashishni tashkil etuvchi korxona faoliyatini rivojlantirishning bozor konyukturasiga moslashuvchan strategik rejasi tuzilmasi tarkibiy qismlari shakllantirildi. Bu esa, o'z navbatida o'zgaruvchan va kuchli raqobatli bozor sharoitida, to'g'ri va o'z vaqtida oqilona boshqaruv qarorlarni qabul qilish orqali korxonaning moliyaviy barqarorligini oshirishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar / References

- [1] Н.А. Далисова, О. В. Зинина // Совершенствование элементов стратегического планирования производственной деятельности агропромышленного предприятия. Менеджмент социальных и экономических систем. 2019. № 1
- [2] Тарасова Н. Е. // Совершенствование стратегического планирования в организациях.
- [3] Galina Timokhina, Natalia Ivashkova // Management of Competitiveness of Metropolis Public Transport in the COVID-19 Pandemic Based on Core Consumers' Values. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. Volume 6, Issue 4, December 2020, 192.
- [4] Irina Yatskiv, Evelina Budilovich // Accessibility to Riga Public Transport Services for Transit Passengers. Procedia Engineering. Volume 187, 2017, Pages 82-88.

[5] Irina Makarova, Anton Pashkevichlar // Ensuring Sustainability of Public Transport System through Rational Management. Procedia Engineering Volume 178, 2017, Pages 137-146.

[6] Anikó Kelemenné Erdős // Enhancing the Competitiveness of Passenger Railway Markets. Procedia Economics and Finance 12 (2014) 138 – 143.

[7] Akbarov M.I., Raxmatov Z.N. "O'ztemiryo'lyo'lovchi" AJni rivojlantirishda marketing kommunikatsiya strategiyasini shakllantirish asoslari. "Iqtisodiyot va ta'lim" ilmiy jurnali 2018-yil 6 son, 48-54 betla.

[8] Raxmatov Z.N. Uztemiryo'lovchi JSC joint-stock company ways of improving the mechanism of development of a marketing communications strategy.// "The economy and innovative technology" electronic scientific journal. The year 2019 №4 165-170 b.

[9] Raxmatov Z.N. // Criteria for evaluating the effectiveness of marketing communications. The economic and innovative technologies. Voles. 2019, no. 4, may-June 45-50 pages.

Mualliflar bo'yicha ma'lumot/ Information about the authors

Raxmatov Ziyodullo Nosirovich	Toshkent davlat transport universiteti "Korporativ boshqaruv" kafedrası mudiri. e-mail: znraxmatov@tstu.uz ; tel: +99899-883-55-09 ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8819-1678
Pulatova Gulchexra Erkinovna	Toshkent davlat transport universiteti "Korporativ boshqaruv" kafedrası mustaqil izlanuvchisi. e-mail: puslatovag873@gmail.com tel: +99893-536-16-32 ORCID: https://orcid.org/0009-0006-6358-624X

