

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ БАНК-МОЛИЯ АКАДЕМИЯСИ,
ТОШКЕНТ ИРРИГАЦИЯ ВА МЕЛИОРАЦИЯ ИНСТИТУТИ ВА
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ ҲУЗУРИДАГИ ФАН ДОКТОРИ
ИЛМий ДАРАЖАСИНИ БЕРУВЧИ
14.07.2016.І.31.01 РАҚАМЛИ ИЛМий КЕНГАШ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

ПАРПИЕВ ДИЛШОД БОТИРОВИЧ

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ НЕФТЬ-ГАЗ ТАРМОҒИ
КОРХОНАЛАРИНИНГ ХАЛҚАРО МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ
ТАКОМИЛЛАШТИРИШ**

**08.00.11–Маркетинг
(иқтисодиёт фанлари)**

ДОКТОРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент шаҳри–2016 йил

Докторлик диссертацияси автореферати мундарижаси
Оглавление автореферата докторской диссертации
Content of the abstract of doctoral dissertation

Парпиев Дилшод Ботирович

Ўзбекистон Республикаси нефть-газ тармоғи корхоналарининг
халқаро маркетинг стратегиясини такомиллаштириш..... 3

Парпиев Дилшод Ботирович

Совершенствование стратегии международного маркетинга
предприятий нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан..... 33

Parpiev Dilshod Botirovich

Development of international marketing strategy of enterprises of
oil and gas industry of Republic of Uzbekistan 63

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ
List of publications..... 91

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ БАНК-МОЛИЯ АКАДЕМИЯСИ,
ТОШКЕНТ ИРРИГАЦИЯ ВА МЕЛИОРАЦИЯ ИНСТИТУТИ ВА
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ ҲУЗУРИДАГИ ФАН ДОКТОРИ
ИЛМий ДАРАЖАСИНИ БЕРУВЧИ
14.07.2016.І.31.01 РАҚАМЛИ ИЛМий КЕНГАШ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

ПАРПИЕВ ДИЛШОД БОТИРОВИЧ

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ НЕФТЬ-ГАЗ ТАРМОҒИ
КОРХОНАЛАРИНИНГ ХАЛҚАРО МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ
ТАКОМИЛЛАШТИРИШ**

**08.00.11–Маркетинг
(иқтисодиёт фанлари)**

ДОКТОРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент шаҳри–2016 йил

Докторлик диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида 30.09.2014/В2014.5.1337 рақам билан рўйхатга олинган.

Докторлик диссертацияси Тошкент давлат иқтисодиёт университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз) Илмий кенгаш веб-саҳифаси (www.bfa.uz) ва «ZiyoNet» таълим ахборот тармоғида (www.zivonet.uz) жойлаштирилган.

Илмий маслаҳатчи: **Ходиев Баҳодир Юнусович**
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар: **Юлдашев Равшан Зокирович**
иқтисодиёт фанлари доктори

Болтабаев Махмуджон Рустамович
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Нуриббетов Равшан Ибрагимович
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Етакчи ташкилот: **Тошкент молия институти**

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академияси, Тошкент ирригация ва мелиорация институти ва Тошкент молия институти ҳузуридаги 14.07.2016.1.31.01 рақамли илмий кенгашнинг 20__ йил «__» _____ соат ____ даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил:100000, Мовароуннаҳр кўчаси, 16-уй, e- mail: info@bfa.uz.)

Докторлик диссертацияси билан Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академияси Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (__ рақами билан рўйхатга олинган). (Манзил: 100000, Мовароуннаҳр кўчаси, 16-уй. Тел.: 0(371) 237-54-01).

Диссертация автореферати 2016 йил «__» _____ куни тарқатилди.
(2016 йил «__» _____ даги ____ - рақамли реестр баённомаси).

А.Ш.Бекмуродов

Фан доктори илмий даражасини берувчи
илмий кенгаш раиси, и.ф.д., профессор

У.В.Гафуров

Фан доктори илмий даражасини берувчи
илмий кенгаш котиби, и.ф.н., доцент

Н.Х.Хайдаров

Фан доктори илмий даражасини берувчи
илмий кенгаш ҳузуридаги илмий семинар
раиси, и.ф.д., профессор

КИРИШ (Докторлик диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳон нефть-газ казиб чиқариш секториди йирик компанияларнинг углеводород ресурсларини сотиш бозорларини диверсификациялаш, уларни етказиб беришнинг ишончлилик даражасини таъминлаш, фаолият самарадорлигини ўстириш, илмий-техникавий салоҳиятдан унумли фойдаланиш орқали ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш тенденциялари кузатилмоқда. Умуман олганда, табиий газ ишлаб чиқаришнинг умумий ҳажмидаги АҚШ мамлакатининг улуши 22 фоиз, Россия – 16,1, Эрон – 5,4, Туркменистон – 2, Ўзбекистон улуши 1,6 фоизни ташкил этмоқда¹.

Ўзбекистон Республикасида мустақил тараққиёт даврида нефть ва газ казиб чиқаришнинг истиқболли йўналишлари белгиланиши натижасида энергетика мустақиллиги таъминланди. Табиий газ ишлаб чиқариш бўйича етакчи ўн бир мамлакатнинг бири бўлган вертикал интеграциялашган ягона «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компаниясида Шўртан газ-кимё мажмуаси, Бухоро нефтни қайта ишлаш заводи, Устюрт газ-кимё мажмуаси фойдаланишга топширилди; Фарғона нефтни қайта ишлаш заводи реконструкция қилинди; Муборак газни қайта ишлаш заводининг йиллик қуввати деярли етти баробар оширилди. 2016 йилда қурилиши бошланган Қандим мажмуаси тармоқ ривожининг янги босқичига ўтилди. Ҳисоб-китоблар шуни кўрсатмоқдаки, юқори қўшимча қийматга эга бўлган маҳсулотлар ишлаб чиқариш натижасида 2030 йилда янги турдаги товарлар тайёрлашни ўзлаштириш асосида нефть-газ-кимё соҳасида маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми 3,2 баробар кўпайиши мумкин².

Жаҳон энергетика бозоридаги жадал глобаллашув, беқарорлик, халқаро рақобат тобора кучайиши, углеводород ресурслари казиб олиш ва истеъмолчиларга етказиб беришда бозор конъюнктураси прогнози қийинлашуви каби жараёнларда намоён бўлаётган мураккаб вазиятдан келиб чиққан ҳолда ички салоҳият ва захираларни тўлароқ ишга солиш муҳим аҳамият касб этади. Бу борада мақсадли илмий тадқиқотларни, жумладан, қуйидаги йўналишдаги илмий изланишларни амалга ошириш муҳим вазифалардан ҳисобланади: ўзаро манфаатли хорижий инвестицияларни жалб қилиш; янги нефть-газ конларини ўзлаштириш; таркибий ислохотларни амалга ошириш; мавжуд углеводород хом ашёсини қайта ишлашнинг 3-4 босқичли тизимига ўтиш ва шу асосда халқаро рақобатбардош товарлар ишлаб чиқариш ва сотиш; халқаро бозорда рақобатбардош мустаҳкам мавқени сақлаб қолиш ва янги бозор сегментларини эгаллаш.

Ўзбекистон Республикасининг «Табиий монополиялар тўғрисида»ги Қонуни (1997), Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 4

¹ ОПЕК, IEA ва «Ўзбекнефтгаз» маълумотлари асосида муаллиф ҳисоб-китоблари.

² Каримов И.А. Бош мақсадимиз – иқтисодий-иқтисодий ривожлантириш ва таркибий ўзгаришларни кескин чуқурлаштириш, хусусий мулкчилик, кичик бизнес ва тадбиркорликка янада кенг йўл очиб беришдир: Мамлакатимизни 2015 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2016 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза / И.А.Каримов. – Тошкент: «Ўзбекистон», 2016, 30-б.

мартдаги ПФ-4707- сонли «2015-2019 йилларда ишлаб чиқаришни таркибий ўзгартириш, модернизация ва диверсификация қилишни таъминлаш чоратadbирлари дастури тўғрисида»ги Фармони, 2015 йил 11 февралдаги ПҚ-2298-сонли «2015-2019 йилларда тайёр маҳсулотлар, бутловчи буюмлар ва материаллар ишлаб чиқаришни Маҳаллийлаштириш дастури тўғрисида»ги Қарорлари ва мазкур соҳага тегишли бошқа меъерий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда ушбу диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг асосий устувор йўналишларига боғлиқлиги. Мазкур тадқиқот республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. «Демократик ва ҳуқуқий жамиятни маънавий-ахлоқий ҳамда маданий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни шакллантириш» устувор йўналишига мувофиқ ИТД-2 «Демократик ислоҳотларни янада чуқурлаштириш, фуқаролик жамиятини шакллантириш, миллий иқтисодиётни модернизациялаш ва эркинлаштиришнинг илмий асосларини ишлаб чиқиш» лойиҳаси доирасида бажарилган.

Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий-тадқиқотлар шарҳи³.

Жаҳон энергетика бозоридаги беқарорликка барҳам бериш, нарх конъюнктурасини ўрганиш, углеводород ресурсларини қазиб олиш ва истеъмолчиларга етказиб беришда мувозанатни таъминлаш, инвестицияларни тартибга солиш, экологик вазиятни барқарорлаштиришга йўналтирилган илмий изланишлар жаҳоннинг етакчи халқаро илмий марказлари ва олий таълим муассасалари, жумладан, International Energy Agency (IEA) (Франция), British Petroleum (BP) (Буюк Британия), Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) (Австрия), Energy Information Administration (EIA) (АҚШ), Bloomberg L.P, Enerdata (мустақил ахборот ва консалтинг компанияси), Российский государственный университет нефти и газа имени И.М.Губкина (Россия), Институт энергетической стратегии (Россия), Тошкент давлат иқтисодиёт университети (Ўзбекистон) томонидан олиб борилмоқда.

Дунёда нефть-газ тармоғи корхоналарининг халқаро маркетинг стратегиясини такомиллаштиришга оид олиб борилган тадқиқотлар натижасида қатор, жумладан, қуйидаги илмий натижалар олинган: энергетика, атроф-муҳит муҳофазаси, хусусан, табиий газ соҳасига доир

³ Қуйидаги манбалар асосида ёритилган: WOO-World Oil Outlook 2015.pdf - [http://www.opec.org/opec_web/en/IEA-International Energy Agency](http://www.opec.org/opec_web/en/IEA-International%20Energy%20Agency). - <http://www.worldenergyoutlook.org>; BP-British Petroleum BP Statistical Review-bp.com/statisticalreview. #BPstats; Energy Information Administration USA- www.eia.gov; www.enerdata.ru; «Fueling the Future with Natural Gas: Bringing it Home. » (American Gas Foundation); «The New German Energy Policy» (Oxford Institute Energy Studies publication); «Contribution transition energetique» (Association Francaise du Gas); Global Energy Statistical. Yearbook, 2016. - <https://yearbook.enerdata.ru>; U.S. Shale Natural Gas Production. - http://www.eia.gov/dnav/ng/hist/res_epg0_r5302_nus_bcfa.htm; РГУ нефти и газа имени И.М.Губкина. - <http://gubkin.ru>; Қосимова Д.С. «Ўзбекнефтгаз» МХК ишлаб чиқариш салоҳиятини ривожлантириш ва ундан самарали фойдаланишни бошқариш. И.ф.д. дис. автореферати (08.00.05-Менежмент) – Т.: ТДТУ, 2006; Хайруллаев О.И. Нефть-газни қайта ишлаш тармоғида асосий ишлаб чиқариш фондларидан самарали фойдаланишни моделлаштириш. И.ф.н. дисс. – Тошкент, 2001. – 133 б.; Мелькумов К.Р. Институциональные преобразования в нефтегазовом комплексе Узбекистана.: Дис. канд. эконом. наук. - Т.: 2005.- 148 с.

тадқиқотлар натижасида давлат сиёсатини шакллантириш борасида илмий тавсиялар ишлаб чиқилган (American Gas Foundation, АҚШ); 140 дан ортиқ мамлакатдаги газ индустриясининг фаолият доирасидаги техникавий-иқтисодий ютуқлар ҳамда атроф-муҳитни асрашни рағбатлантириш йўллари асосланган (International Gas Union, Норвегия); дунё бўйича барча энергетика ресурсларининг геологик-қидирув ишлари, уларнинг халқаро бозорда сотилиши, экологик мувозанатни таъминлашга таъсири, нарх конъюнктурасидаги ўзгаришлар тенденциялари ва истиқболлари очиб берилган (International Energy Agency, Франция); дунёнинг ривожланган мамлакатларидаги энергетика ресурслари бозорининг ривожланиш тенденциялари аниқланган (British Petroleum, Буюк Британия); Германияда энергетика бўйича янги сиёсатдаги тенденцияларнинг Буюк Британия ва бошқа Европа мамлакатларига таъсири очиб берилган (Oxford Institute Energy Studies publication, Буюк Британия); газ индустриясининг Европа энергетика бозоридаги ўзига хос хусусиятлари аниқланган (Association Francaise du Gas, Франция); нефть ва газ ишлаб чиқаришга ихтисослашган ташкилотнинг дунё нефть бозоридаги салоҳиятини мустаҳкамлаш борасидаги комплекс ёндашувлар очиб берилган (Organization of the Petroleum Exporting Countries, Австрия); инновацион омилларнинг АҚШ миллий энергетика салоҳиятига таъсири очиб берилган (Energy Information Administration, АҚШ); глобал миқёсдаги энергия ресурслари, саноат ва углерод чиқиндиларига оид маълумотлар бўйича тадқиқотлар амалга оширилган (Enerdata); нефть-газ соҳасини ривожлантириш принциплари аниқланган, улардан фойдаланиш самарадорлиги моделлари ишлаб чиқилган (Российский государственный университет нефти и газа имени И.М.Губкина, Россия); Россиянинг янги шароитларни ҳисобга олган 2030 йилга қадар муддатга мўлжалланган энергетика стратегияси қайта ишлаб чиқилган (Институт энергетической стратегии, Россия); «Ўзбекнефтгаз» МХКнинг ишлаб чиқариш салоҳиятини ривожлантириш ва ундан самарали фойдаланишни бошқариш йўналишлари асосланган (Тошкент давлат иқтисодиёт университети, Ўзбекистон).

Дунёда нефть-газ тармоғидаги халқаро маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни такомиллаштириш бўйича қатор, жумладан, қуйидаги устувор йўналишларда тадқиқотлар олиб борилмоқда: жаҳон нефть-газ маҳсулотлари бозоридаги вазиятни баҳолаш; ўзаро фойдали ташқи иқтисодий, савдо ва илмий-техникавий алоқаларни ривожлантириш ҳамда хорижий сармояларни жалб этиш; халқаро миқёсда ва мамлакатимиз ёқилғи-энергетика ресурсларига бўлган ички ва ташқи талабни таъминлаш соҳасидаги маркетинг сиёсатини асослаш; маркетинг принциплари асосида тармоқни модернизациялаш ва диверсификациялаш борасидаги ягона техникавий сиёсатни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш; нефть-газ тармоғини ривожлантиришда халқаро ва инновацион маркетинг стратегияларини такомиллаштириш.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Дунё энергетика бозорини тадқиқ этиш, нефть-газ тармоғини ривожлантириш масалаларига

мамлакатимиз ва хорижлик олимларнинг илмий ишларида катта эътибор қаратилган.

Халқаро савдо назариялари дастлаб инглиз классиклари А.Смит, Д.Рикардо, Р.Торренс ва Ж.С.Милль кабиларнинг тадқиқотларида шаклланган бўлса, XX асрда Э.Хекшер, П.Самуэльсон, П.Олин, Д.Мид, В.Леонтьев, Г.Хабэрлер, П.Кругман, М.Портер⁴ каби иқтисодчиларнинг ёндашувларида халқаро савдо ғоялари ривожлантирилган ва мазкур тадқиқотлар мавзунини ўрганишда методологик асос бўлиб хизмат қилади.

МДХ мамлакатларида углеводород бозоридаги нарх конъюнктурасининг янги жабҳалари В.И.Черенков, В.В.Бушуев, А.А.Конопляник, А.М.Мастепанов, А.Д.Степанов⁵ томонидан ўрганилган.

Ўзбекистонда «халқаро маркетинг» атамаси шаклланишида маркетингнинг айнан халқаро истемол бозори ва корхоналар фаолиятидаги ўрнига катта аҳамият берилган бўлиб, бу борада А.Бекмуродов, М.Болтабоев, М.Икрамов, З.Адылова, Ф.Назарова, С.Салимов, А.Солиев, Ш.Эргашходжаева⁶ каби олимлар изланишлари илк қадамлар ҳисобланади. Нефть-газ тармоғини ривожлантиришга доир тадқиқотлар У.Назаров И.Ивонина, Ш.Зокиров, К.Мелькумов, А.Закиров, О.Хайруллаев, Д.Қосимова, Қ.Абдурахмонов каби олим ва мутахассислар илмий ишларида ўрганилди. Гарчи мазкур олимларнинг ёндашувлари бир жараённинг турлича шарҳланиши бўлиб кўринсада, аслида уларнинг моҳиятида ягона мазмун мавжуд.

Аммо, Ўзбекистонда нефть ва газ тармоғида халқаро маркетинг услубияти ва усуллари борасидаги масалалар ҳали етарли даражада ўрганилмаган. Айниқса, Ўзбекистонда нефть ва газ маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг халқаро рақобат муҳитидаги стратегик мавқелари масалалари тадқиқ этилмаган. Айнан шу жиҳат диссертация мавзусини танлаш ва тадқиқот вазифалари доирасини белгилашга асос бўлди.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Тошкент давлат иқтисодиёт университетининг илмий-тадқиқот

⁴ Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000. – С.496; Krugman P. R., Obstfeld M. International Economics: Theory and Policy. – 1988; 8-е изд.: Prentice Hall, 2008. – 712 p.; Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг / Пер. с англ. – М.: Экономика, 2007-С. 226.

⁵ Бушуев В.В., Конопляник А.А., Миркин Я.М. и др. Цены на нефть: анализ, тенденции, прогноз. – М.: ИД «Энергия», 2013. – 344 с.; Черенков В.И. Международный маркетинг: учеб. пособие – СПб.: Знание, 1998.- С.332; Нетрадиционный газ как фактор регионализации газовых рынков. Мастепанов А.М., Степанов А.Д., Горевалов С.В., и др./под. общ. ред. А.М. Мастепанова, А.И. Громова – М.: ИЦ «Энергия», 2013. – 124 с.; Постма П. Новая эра маркетинга. – СПб.: Питер, 2002; Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. – 2008, № 4. – С. 25 - 28.; Шокшинская Л.И. Показатели экономической эффективности основных производственных фондов в газодобывающей промышленности Средней Азии // Экономика газовой промышленности. - Москва: ВНИИЭ газ-пром, 1975. - № 9. - С. 56-61.

⁶ Болтабоев М.Р. Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси; Иқт. фан. док. ... дис. автореф. – Т., 2005.; Адылова З.Д. Халқаро бозорларда маркетинг стратегияси: назария ва амалиёт. – Т.:Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2008.; Ahmadjon Soliyev. Marketing. Bozorshunoslik. – Т.: «IQTISOD-MOLIYA», 2010.; Икрамов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: уч. пос. для ВУЗов – Т.: Изд.-ство Нац. библ.Узбекистана им. А.Навои, 2010.; Мунько Н.П. Газовая промышленность Узбекистана.- Ташкент. Госиздат, 1963. - 232 с.; Разаков Р.М. Эффективность основных фондов в нефте- и газодобывающей промышленности Узбекистана. – Ташкент. ФАН, 1972.– 146 с.

ишлари режасига мувофиқ Ф-1-68-«Трансакциялар ва трансакция харажатларини бошқаришнинг илмий-методологик асосларини ишлаб чиқиш» мавзусидаги (2012-2016) илмий лойиҳа ишлари доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади – миллий нефть ва газ тармоғи корхоналарининг халқаро маркетинг стратегиясини такомиллаштириш юзасидан илмий-услубий таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

глобаллашув шароитида дунё углеводород ресурслари бозори ривожининг асосий тенденцияларини тадқиқ этиш;

Ўзбекистон нефть-газ тармоғининг глобал тизимда тутган ўрнини таҳлил этиш;

нефть-газ тармоғи ривожининг халқаро маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишнинг услубий асосларини ёритиш;

углеводород ресурслар бозорида халқаро талаб ҳажми ортиб бориши шароитида миллий нефть-газ тармоғини ривожлантиришнинг стратегик жиҳатларини таҳлил қилиш;

нефть-газ тармоғи халқаро рақобатбардошлигини баҳолаш бўйича илмий таклиф ва тавсиялар тайёрлаш;

«Ўзбекнефтгаз» МХК ривожининг халқаро рақобатбардошлигини ошириш концепциясини асослаш;

халқаро маркетинг стратегияларини такомиллаштиришни амалга ошириш тизимини ишлаб чиқиш;

халқаро рақобатбардошлик ва маркетинг стратегиялари асосида «Ўзбекнефтгаз» МХКнинг ривожланиш йўналишларини ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти сифатида «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компанияси (МХК) ва унинг таркибига кирувчи корхоналар танланган.

Тадқиқотнинг предмети бўлиб «Ўзбекнефтгаз» МХКнинг халқаро савдо фаолиятида рақобатбардошликни оширишга қаратилган халқаро маркетинг стратегияларини такомиллаштириш муносабатлари ҳисобланади.

Тадқиқотнинг усуллари. Белгиланган тадқиқот вазифаларини ҳал этишда соҳанинг миллий ва халқаро кўламида вужудга келган тенденцияларнинг тизимли таҳлили, SWOT, STEP (PEST), ETOM, QUEST каби маркетинг тадқиқоти усуллари билан бир қаторда, халқаро рақобатбардошликни баҳолашдаги П.Кругман ва М.Портернинг ёндашувлари, сўровнома, кузатиш, эвристик ва эксперт баҳолаш усулларидан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгиллиги қуйидагилардан иборат:

жаҳон углеводород бозоридаги тенденцияларни ўрганиш асосида нефть-газ маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф мувозанатини таъминлаш бўйича халқаро маркетинг принципларини жорий этиш механизми ишлаб чиқилган;

вертикал интеграцияга асосланган миллий нефть-газ тизимидаги ўзига хос шарт-шароитларни ҳисобга олувчи халқаро маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг методологик жиҳатлари асосланган;

нефть-газ тармоғи корхоналари рақобатбардошлигини оширишнинг халқаро маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда қўлланиладиган эвристик ва эксперт баҳолашнинг усуллари такомиллаштирилган;

халқаро рақобат устунлигини таъминлашнинг миллий нефть-газ бозори, углеводород ресурсларини қазиб олиш ва қайта ишлаш соҳасидаги вазифалари, маркетинг стратегиялари ҳамда фаолият йўналишларини қамраб олувчи тизимли концепцияси ишлаб чиқилган;

миллий нефть-газ тармоғи корхоналарида ҳудудлар, товарлар ва уларни ташишни диверсификациялаш ва фокуслаштириш, хорижий маблағларни турли шаклда жалб қилиш, консорциум ва кооперацияларни ташкил этиш асосида халқаро маркетинг стратегияларини амалга ошириш тизими таклиф этилган.

Тадқиқотнинг амалий натижаси қуйидагилардан иборат:

«Ўзбекнефтьгаз» МХКнинг халқаро бозордаги мавқеини мустаҳкамлаш мақсадида бозор мувозанатини таъминлаш принципларидан фойдаланиш тавсия этилган;

халқаро маркетинг тадқиқотларини амалга оширишда SWOT, STEP (PEST), ETOM, QUEST ҳамда П.Кругман ва М.Портернинг халқаро рақобатбардошликни баҳолаш усулларида фойдаланиш асосида «Ўзбекнефтьгаз» МХК фаолияти барқарорлигини ошириш таклифи ишлаб чиқилган;

жаҳон бозоридаги рақобатбардошликни оширишга хизмат қилувчи тармоқ амалиётига таклиф этилган халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепцияси ишлаб чиқилган.

Олинган натижаларнинг ишончлилиги. Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги уларни таниқли иқтисодчи олимларнинг нефть-газ тармоғи корхоналарининг халқаро маркетинг стратегиясини такомиллаштириш хусусидаги илмий-назарий қарашларини қиёсий ва танқидий таҳлил қилиш, илғор хориж тажрибасини ўрганиш ва умумлаштириш, ахборотлар базасининг миллий ва халқаро нуфузли ташкилотларнинг расмий манбаларидан олинганлиги, эксперт баҳолаш натижаларига, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг статистик маълумотларига, шунингдек, бошқа амалий маълумотлар таҳлиliga асосланганлиги билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти улардан миллий иқтисодиёт реал сектори тармоқларини барқарор ривожлантиришга бағишланган нефть-газ маҳсулотлари бозорларида талаб нархида сақланиб келаётган тебранишлар кенглиги ва ноаниқлигини пасайтириш, талаб ва таклиф мувозанатини таъминлашда халқаро маркетинг принципларига асосланиш; халқаро бозорда барқарор рентабелликни таъминлайдиган мақсадли маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш; бозорга янги инновацион товарларнинг ўз вақтида

олиб кирилишини таъминлаш; истеъмолчи талаби динамикасини ҳар томонлама ўрганиш ва унга мослашиш; якуний пировард натижаларни хорижий мижозларнинг реал эҳтиёжларини қондиришга йўналтириш; талабни қондиришда барча мавжуд воситалар билан таъсир кўрсатиш каби илмий тадқиқотларни амалга оширишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ишлаб чиқилган илмий таклифлар ва амалий тавсиялар республикада нефть-газ тармоғи корхоналарининг халқаро маркетинг стратегиясини такомиллаштиришга қаратилган комплекс чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқишга хизмат қилиши билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Ўзбекистон Республикасида нефть-газ тармоғи корхоналарининг халқаро маркетинг стратегиясини такомиллаштириш бўйича ишлаб чиқилган таклифлар асосида:

жаҳон углеводород бозоридаги тенденцияларни ўрганиш асосида нефть-газ маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф мувозанатини таъминлаш бўйича халқаро маркетинг принципларини жорий этиш механизми амалиётга қўлланди (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг геология, ёқилғи-энергетика комплекси, кимё, нефть-кимё ва металлургия саноати масалалари ахборот таҳлил департаментининг 2016 йил 11 ноябрдаги 06/1-353-сонли маълумотномаси), жумладан:

«Ўзбекнефтгаз» МХК фаолиятини модернизациялаш ва диверсификациялаш борасидаги ягона техникавий сиёсатни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ҳамда халқаро бозордаги мавқеини мустаҳкамлашга хизмат қилди;

вертикал интеграцияга асосланган миллий нефть-газ тизимидаги ўзига хос шарт-шароитларни ҳисобга олувчи халқаро маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг методологик жиҳатлари соҳа фаолиятига жорий этилиши жаҳон нефть-газ маҳсулотлари бозоридаги вазиятни баҳолашга, ташқи иқтисодий, савдо ва илмий-техникавий алоқаларни ривожлантиришга ҳамда янада кўпроқ хорижий сармоялар жалб этишга имкон берди;

нефть-газ тармоғи корхоналари рақобатбардошлигини оширишнинг халқаро маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда қўлланиладиган эвристик ва эксперт баҳолаш усулларини амалиётга жорий этилиши мамлакатимиз ёқилғи-энергетика ресурсларига бўлган ички ва ташқи талабни таъминлаш соҳасида маркетинг сиёсатини асослашга имкон яратди;

халқаро рақобат устунлигини таъминлашнинг миллий нефть-газ бозори, углеводород ресурсларини казиб олиш ва қайта ишлаш соҳасидаги вазифалари, маркетинг стратегиялари ҳамда фаолият йўналишларини қамраб олувчи тизимли концепциясидан «Ўзбекнефтгаз» МХКнинг ўрта ва узоқ муддатли фаолият Дастурини тайёрлашда услубий восита сифатида фойдаланилди («Муборак газни қайта ишлаш заводи»нинг 2016 йил 10 февралдаги 5-сонли маълумотномаси; «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компаниясининг 2016 йил 11 ноябрдаги 9-1/29-78-сонли маълумотномаси).

Бунинг натижасида прогноз даври бўлган 2020 йил учун тавсия этилаётган халқаро маркетинг стратегияларини амалиётга татбиқ этиш минимал нархлар шароитида барқарор самарадорлик даражасини 5-7 фоиздан кам бўлмаган суръатда сақлашга эришиш билан бир қаторда, қўшимча равишда «Ўзбекнефтгаз» МХК фаолиятида 668,9 млн. сўм ҳажмда соф фойда олиш имконини берди.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари 21 та илмий-амалий анжуманларда, жумладан, «Ўзбекистон иқтисодиётини эркинлаштириш шароитида меҳнат бозори ва аҳоли меҳнат миграциясини тартибга солиш» (Тошкент, ТДИУ, 2007), «Мустақил Ўзбекистон ёшларининг илм-фан тараққиётидаги фаолияти» (Тошкент, ТДИУ, 2008), «Баркамол авлод - илмий тадқиқотнинг интеллектуал бойлиги» (Тошкент, ТДИУ, 2010), «Илғор илм-фан ютуқлари ва инновацион технологияларга асосланган кичик бизнесни ривожлантириш муаммолари» (Тошкент, ЎЗРФА, 2011), «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида молия-банк тизими барқарорлигини таъминлашни такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари» (Тошкент, ТДИУ, 2012), «Ўзбекистон иқтисодиётини барқарор ривожлантириш ва аҳоли даромадларини кўпайтириш йўллари» (Тошкент, ТДИУ, 2013), «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида корпоратив сектор фаолиятини такомиллаштириш истиқболлари» (Фарғона, ФарДУ, 2014), «Минтақалар ташқи иқтисодий фаолиятини инновацион ривожлантиришнинг устувор йўналишлари» (Тошкент, ТДИУ, 2014), «Худудни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг стратегиясини ишлаб чиқиш йўналишлари» (Урганч, УрДУ, 2015) мавзуларидаги республика ва халқаро илмий-амалий конференцияларда маъруза кўринишида баён этилган ҳамда маъқулланган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши. Диссертация мавзуси бўйича жами 46 та илмий иш, шу жумладан, 1 та монография, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 14 та мақола, жумладан, 12 таси республика ва 2 таси хорижий журналларда нашр этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация таркиби кириш, бешта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Диссертациянинг ҳажми 205 бетни ташкил этади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида ўтказилган тадқиқотларнинг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари ҳамда объект ва предмети тавсифланган, республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, тадқиқотнинг илмий янгилиги ва амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти очиқ берилган, тадқиқот натижаларини амалиётга жорий қилиш, нашр этилган ишлар ва диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг «**Нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясининг назарий-методологик асослари**» деб номланган биринчи бобида мамлакат иқтисодиётида нефть-газ тармоғини ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари, жаҳондаги нефть-газ маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф мувозанатини таъминлашда халқаро маркетинг тамойилларидан фойдаланиш, нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг методологик жиҳатлари ёритилган.

Мамлакатимиз нефть ва газ тармоғи тизимидаги институционал ислохотлар вертикал интеграциялашган тузилмаларнинг таркибий ҳамда моҳият жиҳатидан ўзгариши бозор муносабатлари томон янгиланишини ифодаловчи «Ўзбекнефтгаз» давлат концернининг ташкил этилиши⁷, давлат концернининг «Ўзбекнефтгаз» миллий корпорациясига айлантирилиши⁸, «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компанияси барпо этилишидан⁹ иборат уч босқичли жараён билан тавсифланади. Албатта, мазкур ташкилий ўзгаришлар шароитида айрим корхоналар тугатилган бўлса, бошқалари янги институционал номланишларга эга бўлган. Компаниянинг амалдаги тизимига 2006 йил 21 августда ўтилди¹⁰.

Бозор ислохотларининг ҳозирги босқичи талабларига мувофиқ иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш, тармоқ фаолияти самарадорлигини ошириш ҳамда барқарор ривожланишнинг истиқболли стратегиясини ишлаб чиқиш мақсадида маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш, рақобатбардош маҳсулотларнинг янги турларини ўзлаштириш ва

⁷ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Ўзбекистон нефть ва газ саноати давлат концерни «Ўзбекнефтгаз»ни ташкил қилиш тўғрисида. 1992 йил 3 май, ПФ-393-сон.

⁸ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Ўзбекистон нефть ва газ саноати давлат концернини нефть ва газ саноати («Ўзбекнефтгаз») миллий корпорациясига айлантириш тўғрисида. 1992 йил 23 декабрь, ПФ-518-сон; Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори. «Ўзбекнефтгаз» нефть ва газ саноати миллий корпорацияси фаолиятини ташкил этиш масалалари тўғрисида. 1993 йил 14 январь, 31-сон.

⁹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Ўзбекнефтгаз нефть ва газ саноати миллий корпорациясини «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компаниясига айлантириш тўғрисида. 1998 йил 11 декабрь, ПФ-2154-сон; Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг Қарори. «Ўзбекнефтгаз» Миллий холдинг компаниясини ташкил этиш ва унинг фаолияти масалалари тўғрисида. 1998 йил 15 декабрь, 523-сон; Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг Қарори. Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекнефтгаз» Миллий холдинг компаниясини ташкил этиш ва унинг фаолияти масалалари тўғрисида» 1998 йил 15 декабрдаги 523-сон қарорига ўзгартиришлар киритиш ҳақида. 2000 йил 19 июнь, 233-сон (хужжат 21.10.2003 й.да ўз кучини йўқотган); Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори. «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компаниясининг бошқарув тузилмасини такомиллаштириш тўғрисида. 2003 йил 21 октябрь, 460-сон.

¹⁰ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компанияси фаолиятини ташкил қилишни такомиллаштириш чоралари тўғрисида. 2006 йил 21 август, ПҚ-446 сон.

жаҳон бозорларига кириб боришга кўмаклашиш вазифалари белгиланди¹¹. Бунда корхоналарни модернизация қилиш ва технологик жиҳатдан қайта қуроллантиришга хорижий инвестицияларни кенг кўламда жалб қилишга катта эътибор қаратилди.

«Ўзбекнефтгаз» МХКнинг ишлаб чиқариш қувватлари йилига 60-70 миллиард куб метр табиий газ ва 8 млн. тонна ҳажмдаги суяқ углеводородлар қазиб олиш имконини беради. Мазкур кўрсаткичлар туфайли «Ўзбекнефтгаз» МХК табиий газ қазиб чиқариш бўйича жаҳонда 11-ўринни эгаллаб турибди. Ўзбекистон углеводородли қазилма бойликларнинг катта захираларига эга. Республиканинг 60 фоизга яқин ҳудуди нефть ва газ потенциалига эга. Ўзбекистоннинг нефть ва газга бой минтақаларида 211 та углеводородли хомашё кони очилган. Улардан 108 таси газ ва газ конденсати конлари, 103 таси нефть-газ, нефть-газ конденсати ва нефть конларидир. 50 фоиздан ортиқроқ конлар ишламоқда, 35 фоизи ўзлаштиришга тайёрлаб қўйилган, қолганларида эса разведка ишлари давом эттирилмоқда¹². МХК таркибидаги олтига акциядорлик жамиятларидан бири бўлган «Ўзтрансгаз» АЖ¹³га қонунчиликка мувофиқ узунлиги 13000 километрдан ортиқ юқори босимдаги газни қувур орқали транспортировка қилиш юклатилган. Нархлар компания даражасида ягона умумий тарзда газ қазиб олиш ва уни ташиш учун марказлашган тартибда шакллантирилади. Мазкур жиҳат тармоқнинг табиий монополия шароитида фаолият кўрсатишининг асосий белгиси ҳисобланди¹⁴. Одатда, табиий монополия субъектлари мамлакат иқтисодиётига кучли таъсир кўрсатади. Шу боис, улар фаолияти устидан давлат назоратини такомиллаштириш, шунингдек, маҳсулот ва хизматлар таннархини пасайтириш, тегишлича, маҳсулот ёки хизматга нархлар ва тарифларни халқаро бозор талабларига мувофиқ белгилаш, уларнинг сифатини ошириш мақсадида бозорда ҳаракат қилиш қоидаларини ишлаб чиқиш, хорижий истеъмолчилар, давлат ва табиий монополиялар субъектлари манфаатлари мутаносиблигини таъминлашга қаратилган долзарб вазифа ҳисобланади.

Тармоқнинг дастлабки хорижий давлатлар билан боғланиши Бухоро - Урал газ қувурининг 1962 йили биринчи навбати, 1965 йили иккинчи навбати ҳам қуриб битказилиб, Уралга йилига 20 млрд. куб метрдан ортиқ газ узатиш йўлга қўйилган. Мустақиллик йилларида тармоқнинг хориж бозорларини эгаллашдаги йўналиш шимолий-ғарбдан шарққа ўзгарди. Бу 2010 йил июнь ойида табиий газни Хитойга ҳам узатиш бўйича расмий келишувлар амалга оширилиши билан изоҳланади. 2012 йил августдан Хитойга газ узатиш 3 млрд. куб метрни ташкил этди. Келишувда газ узатиш ҳажмини 2015 йилдан

¹¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Хўжалик бошқарув органлари тизимини такомиллаштириш тўғрисида. 2003 йил 22 декабрь, ПФ-3366-сон.

¹² <http://www.ung.uz/>

¹³ Қуйидаги ҳужжатлар асосида ташкил этилган: Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. Ўзбекнефтгаз нефть ва газ саноати Миллий корпорациясини «Ўзбекнефтгаз» Миллий холдинг компаниясига айлантириш тўғрисида. 1998 йил 11 декабрь, ПФ-154-сон; Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. «Ўзтрансгаз» акциядорлик компанияси фаолиятини ташкил этиш ва такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. 2006 йил 8 август, ПҚ-438 сон.

¹⁴ Шарипов Н. Табиий монополиялар ва уларни тартибга солиш. Ж.:Корхонани бошқариш. 1 (79), 2014.- Б.13-16.

бошлаб 3 млрд. куб метрдан, кейинчалик 10 млрд. куб метрга етказиш белгиланди.

Тармоқда «2002-2010 йилларда нефть-газ саноатини ривожлантириш концепцияси», «2007-2012 йилларда нефть-газ саноатини ривожлантириш Дастури» ишлаб чиқилиб, унда геология қидирув ишларини кучайтириш, углеводородни қазиб олиш ҳажмини ошириш, нефть-газни қайта ишлаш тизимини янада такомиллаштириш, газ ташишни яхшилашга доир асосий стратегик қарорлар аниқлаб берилди. «Ўзбекнефтгаз» МХК тизими ҳам мамлакат маҳаллийлаштириш дастурида белгиланган жиддий таркибий ўзгаришларда фаол иштирок этмоқда¹⁵. 2015 йил режасига ўзи учун тайёр маҳсулотлар, бутловчи қисмлар ва материалларни маҳаллийлаштириш бўйича 36 фоиздан зиёдни ташкил этувчи 17 та тармоқ лойиҳалари киритилди. Келтирилган статистика маълумотиغا кўра, компания томонидан 2010 йилда 178,7 млн. долл.лик хомашё, материаллар ва бутловчи қисмлар импорт қилинган, шу билан бирга, маҳаллий ишлаб чиқарувчилардан 297,3 млрд. сўмлик маҳсулотлар сотиб олинган.

2015 йилда импортни оптималлаштириш дастурини амалга ошириш ҳисобига импорт бўйича жами 483 млн. долл.лик ва 1 трлн. сўмлик хомашё ва материаллар сотиб олинди. Мазкур кўрсаткич 2014 йилга нисбатан 14,7 фоиз кам ҳажмни ташкил этади¹⁶. 2016 йилда эса мазкур кўрсаткични 16,6 фоизгача етказиш мўлжалланган. Яъни, компаниянинг 2015 йилда маҳаллий ишлаб чиқарувчилардан сотиб олинган 872 шартнома бўйича етказиб бериладиган маҳсулот, кўрсатиладиган хизматларнинг умумий қиймати 967,9 млрд. сўмни ташкил этиб, бу 2014 йилда эришилган кўрсаткичлардан 1,36 баравар кўпдир. Бундан ташқари, минтақавий ва тармоқ саноат ярмаркалари давомида нефть-газ тармоғи корхоналари томонидан 2015 йил учун жами 115,4 млрд. сўмлик қўшимча шартномалар тузилган. Демак, маҳаллийлаштириш дастурларига мувофиқ, иқтисодиётнинг асосий тармоқларида маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини сезиларли ошириш мақсадида «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компаниясида изчил маркетинг тадқиқотлари амалга оширилмоқда.

Мамлакатимизда нефть-газ тармоғи ривожланишининг таҳлилига доир илмий тадқиқотлар хронологиясида Н.Мунько, Р.Разаков, Л.Шокшинская¹⁷ тадқиқотларида маъмурий тарзда режалаштирилган иқтисодиёт принциплари асос қилиб олинган. Халқаро рақобатбардошликни таъминлаш учун жаҳондаги нефть-газ маҳсулотларига нисбатан талаб ва таклиф мувозанатини

¹⁵ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2014-2016 йилларда тайёр маҳсулотлар, бутловчи буюмлар ва материаллар ишлаб чиқаришни Маҳаллийлаштириш дастури тўғрисида. 2014 йил 4 февраль, ПҚ-2120-сон; Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2015-2019 йилларда тайёр маҳсулотлар, бутловчи буюмлар ва материаллар ишлаб чиқаришни Маҳаллийлаштириш дастури тўғрисида. 2015 йил 11 февраль. ПҚ-2298-сон.

¹⁶ Review.uz. Экономическое обозрение.

¹⁷ Мунько Н.П. Газовая промышленность Узбекистана. - Ташкент. Госиздат, 1963. - 232 с.; Разаков Р.М. Эффективность основных фондов в нефте- и газодобывающей промышленности Узбекистана. - Ташкент. ФАН, 1972. - 146 с.; Шокшинская Л.И. Показатели экономической эффективности основных производственных фондов в газодобывающей промышленности Средней Азии // Экономика газовой промышленности. - Москва: ВНИИЭ газ-пром, 1975. - № 9. - С. 56-61.

ҳисобга олиш эса А.Закиров, К.Мелькумов¹⁸ ёндашувларида акс этди. Тармоқда асосий фондлардан самарали фойдаланишни моделлаштириш масаласи О.И.Хайруллаев¹⁹, Марказий Осиё минтақаси доирасидаги тадқиқотлар Ш.Мажитов, И.Точицкая, А.Волгин²⁰ томонидан амалга оширилган. Миллий нефть-газ секторининг минтақавий интеграциядаги салмоғи таҳлил қилинган тадқиқотлар ҳам диққатга сазовор²¹. Кейинги вақтдаги У.Назаров, И.Ивонина, Ш.Зокиров²² ёндашувларида нефть-газ тармоғига иқтисодиётнинг устувор соҳаси сифатида урғу берилди.

Углеводород ресурслари халқаро савдосининг кенгайиши, миллий иқтисодиётлар ихтисослашуви ва уларнинг ўзаро боғлиқлиги мустаҳкамланиши дастлаб илмий бозор иқтисодиётининг асосчиси А.Смит томонидан илгари сурилган ғояларга тамомила мос келишини таъкидлаш лозим²³. Кейинчалик халқаро савдо ғоялари инглиз иқтисодчилари Д.Рикардо, Р.Торренс ва Ж.С.Милль ишларида ривожлантирилди²⁴. Классикларнинг асосий ютуқлари ишлаб чиқаришнинг нисбий харажатлари назарияси ҳисобланади. XX асрга келиб халқаро савдога муносабат ривожланган мамлакатларда тадқиқот олиб борган Э.Хекшер, П.Самуэльсон, П.Олин, Д.Мид, В.Леонтъев, Г.Хабэрлер, П.Кругман, М.Портер каби иқтисодчилар томонидан ривожлантирилди²⁵. Мазкур олимларни ғоявий жиҳатдан бирлаштира олган халқаро савдо назариясининг асосини ташкил этувчи мамлакатлар ёки миллий компаниялар ўртасидаги ишлаб чиқариш шароитларининг фарқланиши ҳисобланади.

Халқаро маркетинг принциплари ва улардан фойдаланишдаги ёндашувлар қатор тадқиқотчиларнинг эътиборида бўлганлиги диққатга сазовор. С. Карпова ишлаб чиқаришнинг якуний натижаларини хорижий

¹⁸ Закиров А.А. Методика оценки интенсивности развития нефтегазодобывающего производства. – Ташкент: НТС ПО «Узбекнефть», 1992.- 20 с.; Мелькумов К.Р. Институциональные преобразования в нефтегазовом комплексе Узбекистана: дис. канд. эконом. наук. - Т.: 2005.- 148 с.; Мелькумов К.Р. Институциональные преобразования в нефтегазовом комплексе Узбекистана: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. к.э.н: 08.00.04 / Академия наук Республики Узбекистан, Институт экономики. - Т.: 2005.

¹⁹ Хайруллаев О.И. Нефть-газга қайта ишлаш тармоғида асосий ишлаб чиқариш фондларидан самарали фойдаланишни моделлаштириш / и.ф.н. дисс. – Тошкент, 2001. – 133 б.

²⁰ НХК «Ўзбекнефтегаз» на современном этапе развития и её перспективы во взаимосвязи с энергетическим рынком в Центральной Азии // Энергорынок Центральной Азии: тенденции и перспективы. – Т., 2006. – С. 43-44.; Точицкая И. Основные характеристики торговли энергетическими товарами в ЕвразЭС // Экономическое обозрение ЕвразЭС. – 2006. – № 3. – С.11-12.; Волгин А. Нефть-газовый сектор Центральной Азии и сценарии региональной интеграции // Экономическое обозрение ЕвразЭС +. – 2006. – № 7. – С. 34-39.

²¹ Расулев А.Ф., Гростянский Д.В. Нефтегазовый комплекс Узбекистана: состояние и перспективы. http://journals.manas.edu.kg/reforma/oldarchives/2002-4-16/18_967-3700-1-PB.pdf.

²² Назаров У.С. Актуальные тенденции развития нефтегазовой отрасли Узбекистана // Нефть-газ, 2010. №3 – С.11-12.; Ивонина И.Э. Совершенствование управления устойчивым развитием предприятий нефтегазовой промышленности Республики Узбекистан. Спец. 08.00.13 - Менеджмент. Дис. соиск. уч. степ. к.э.н. - Т., 2012. – 162 с.; Ивонина И.Э. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий нефтегазовой промышленности. - Т.: НХК «Узбекнефтегаз». УЗНИОНП. 2012. – 135 с.; Зокиров Ш.Э. Жаҳон нефть бозоридида нарх шаклланишининг глобал муаммолари // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. 2015. - № 5, сентябрь-октябрь.

²³ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А.Смит; [пер.с англ.; предисл. В.С.Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007.-960 с.-(Антология экономической мысли).

²⁴ Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ., 4-е изд. - М.: Дело Лтд, 1994. - 720 с.

²⁵ Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000. – С.496; Постма П. Новая эра маркетинга. – СПб.: Питер, 2002; Черенков В. И. Международный маркетинг: учеб. пособие – СПб.: Знание, 1998.-С.332; Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг / Пер. с англ. – М.: Экономика, 2007. – С. 226.

истеъмолчиларнинг ҳақиқий талаб ва истакларига йўналтиришни²⁶, И.Ахмедов эса, кучли халқаро рақобат шароитида истеъмолчи учун кураш ва унинг тез ўзгариб турувчи талабларини қондиришни²⁷ асосий принцип сифатида таъкидлайди. «Халқаро маркетинг», «Халқаро маркетинг принциплари» мавзулари билан бир қаторда «халқаро маркетинг стратегияси» мавзусининг назарий услубий жиҳатлари ҳам қатор тадқиқотчилар эътиборида бўлган. Мамлакатимизда ҳам мазкур мавзунинг қатор жиҳатлари ўқув адабиётида умумлаштирилган²⁸.

К.Девид²⁹ стратегиянинг услубий асосларини шарҳлашда И.Ансофф тавсифидаги ёндашувлардан фойдаланишни таклиф этади. Шунингдек, бошқа замонавий услубий манбаларда анъанавий 4P (Product (маҳсулот), Price (нарх), Place (жой) and Promotion (силжитиш))дан иборат маркетинг мажмуаси билан чекланмасдан 7P ва 4C қоидаларини биргаликда қўллаш таклиф этилади³⁰. 4P нинг яна 3P (People (одамлар), Process (жараён) and Physical evidence (моддий далил)) ва 4C (Customer (мижоз), Cost (харажат), Convenience (қулайлик) and Communication (коммуникация))га кенгайтиши халқаро рақобатнинг кучайиши сифатида изоҳланади. Шундай қилиб, нефть-газ тармоғи корхоналари салоҳиятининг пировард ривожини халқаро рақобат муҳитига мослаштириш билан бевосита боғлиқ. Халқаро маркетинг стратегиясини шакллантириш принциплари уч гуруҳда таснифланади. Булар: стандартлаштириш ёки адаптация (қўниқиш); концентрация (бир жойга йиғилиш) ёки бўлиб юбориш; интеграциялаш ёки мустақиллик принципіга ажратилади³¹. Халқаро маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг иккинчи ёндашуви концентрациялаш ва бўлиб юбориш принципларида компаниянинг минтақавий иштирокига таянилади. Ушбу ёндашувга кўра, таркибий тузилмаларни жойлаштиришнинг оптимал сиёсати шакллантирилади ва рақобатли устунликлар ҳамда максимал унумли ишлашга қодир бўлган синергиялар амалга оширилади³². Охириги ёндашувда халқаро маркетинг стратегиялари интеграциялашуви ёки мустақиллик принципларига таянилади. Бу ерда энг муҳим мезонлар сифатида халқаро тармоқнинг глобал компаниянинг турли минтақалардаги тузилмавий бирликларининг ҳисобот бериш бўйича ижрочилиги (интеграцион модель)³³ ёки мустақил даромадга эга бўлиш шарт-шароитлари эътиборга олинади. Муайян стандартлаштириш, концентрация ва интеграция принципларига эга бўлган стратегия халқаро компаниянинг глобал маркетинг стратегияси ҳисобланади³⁴.

²⁶ Карпова С.В. Международный маркетинг: учеб. пособие для вузов, 2-е изд. – М.: Экзамен, 2005. – 39 с.

²⁷ Ахмедов И.А. Ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантиришда халқаро маркетинг тамойилларидан фойдаланишнинг услубий жиҳатлари. Biznes-эксперт. №1, 2016. - Б.18-25.

²⁸ Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J. Strategik marketing: O`quv qo`llanma. – Т.:TDIU, 2010.-В.8.

²⁹ Девид К. Стратегический маркетинг. - М.: Изд. Дом. «Вильямс», 2003. - 223с.

³⁰ Melewar T.C., Gupta S. Strategic international marketing: an advanced perspective. – Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2012. – 303 с.

³¹ Lim L. Development of archetypes of international marketing strategy // Journal of International Business Studies. 2006. №.37. P.499.

³² Bradley, F. International marketing strategy. Pearson Education, 2005. С.89.

³³ Verbeke, A. International business strategy. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2009. С.81.

³⁴ Lim L. Development of archetypes of international marketing strategy // Journal of International Business Studies.

Халқаро маркетингнинг назарий ва методологик асоси классик маркетинг ҳисобланади. Бугунги кунда аксарият «халқаро маркетинг» атамаси ишлатилсада, илмий адабиётларда «миллий маркетинг», «экспорт маркетинги» каби атамаларни учратамиз. БМТ экспертлари фикрича, товар ва хизматларни икки ва ундан ортиқ мамлакатда ишлаб чиқариш ёки тақсимлаш билан шуғулланаётган фирмалар халқаро компаниялар таснифидан ўрин олган. Мазкур ҳолат эса, ўз навбатида, халқаро маркетинг учун асос ҳисобланган. Ўзбекистонда «халқаро маркетинг» атамаси шаклланишига ўзининг муҳим ҳиссасини қўшган олимлар ўз изланишларида маркетингнинг айнан халқаро истеъмол бозори ва корхоналар фаолиятидаги ўрнига катта аҳамият берганлар. Фикримизча, бу борада З.Адылова, М.Болтабоев, А.Солиев, М.Икрамов, С.Салимов, Ф.Назарова³⁵ изланишлари мамлакатимизда халқаро маркетингни тизимли ўрганишдаги илк қадамлар ҳисобланади.

Хорижлик олимлар Н.Филлипенко, Е.Татарский, Р.Лаш, В.Лаш, В.Черенков, Н.Моисеева, М.Нетиберт, С.Паливода, Л.Берковерт³⁶ нинг халқаро маркетингга оид таърифлари ҳам ўзига хос аҳамият касб этади (1-жадвал).

1-жадвал

Хориж олимларининг халқаро маркетингга оид таърифлари таҳлили³⁷

Муаллиф	Таърифнинг мазмуни
Н.Филлипенко, Е.Татарский	Товар ва хизматларни мамлакатдан ташқарига сотиш борасидаги чора-тадбирларнинг муҳим комплекси.
Р.Лаш, В.Лаш	Мамлакатлараро товар ва хизматлар маркетинги.
Л.Берковерт	Бир мамлакатда эмас, балки кўпгина мамлакатларда бир вақтнинг ўзида амалга ошириладиган маркетинг фаолияти.
В.Черенков	Айирбошловчиларнинг манфаат ва эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи давлат чегараларини кесиб ўтувчи ўзига хос товар айирбошлаш шаклидаги халқаро бизнес технологияси.
Н.Моисеева	Товарларни харидорларга етказилишининг турли босқичларида халқаро бозорларга тизимли, режали ва фаол ишлов беришни таъминловчи фаолият.
М.Хетиберт	Корхона хориждаги самарали фаолиятини таъминланган ҳолатда ички бозордаги ўрнини сақлаб қолиши.
С.Паливода	Сўнгги истеъмолчигача бўлган харид ва савдоларга жалб этилган жараён компаниялар ўртасидаги ўзаро муносабатлар тармоғидир.

2006. №.37. P.508

³⁵ Адылова З.Дж. Халқаро бозорларда маркетинг стратегияси: назария ва амалиёт. –Т.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси, 2008. -284 б.; Болтабоев М.Р. Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси. - Иқт. фан. док. ... дис. автореф. – Т., 2005. - 10-б.; Soliyev A. Marketing. Bozorshunoslik. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010. – В.354.; Икрамов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: уч. пос. для ВУЗов. – Т.: Изд-во Нац. библи. Узбекистана им. А.Навои, 2010. - 308 с.; Nazarova F.M., Karimova R.N. Xalqaro marketing. O‘quv qo‘llanma. – Т., 2010. – 254 b.

³⁶ Филлипенко Н.Н., Татарский Е.Л. Основы маркетинга: учебно-методическое пособие. – М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2006. – 115с.; Lush R.F., Lush V.N. Principles of Marketing. - Boston, 1997, pp. 22-26.; Черенков В.И. Международный маркетинг. - СПб.: «Знание», 1998. - С. 18-20.; Моисеева Н.К. Международный маркетинг. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. - С.6.; Нетиберт М. «Strategische Unternehmensführung and Marketing» / Wiesbaden, 1998. p. 267-268.; Paliwoda S. «International Marketing», 2nd ed. Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford, 1., Boston, 1993. p.16.Berckovert L. Internationales Marketing. -Berlin, 1995, p. 200-202.

³⁷ Муаллиф ишланмаси.

Юқорида таҳлил қилинган халқаро маркетингга оид методологик ёндашувлар халқаро бозорда рақобатбардошликка эришишга қаратилганини таъкидлаш лозим. Навбатдаги вазифа миллий нефть-газ тизимидаги ўзига хос шарт-шароитларни ҳисобга олувчи ёндашувни, яъни, халқаро рақобатбардошлик шарт-шароитларини чуқурроқ ўрганишни тақозо этади. Бу борада Портернинг «Миллий ромб» ҳамда «Беш куч назарияси ёки кенгайтирилган рақобат концепцияси»ни такомиллаштирган ҳолда татбиқ этиш муҳим аҳамият касб этади. Бунда мазкур концепциядаги ёндашув миллий нефть-газ тармоғини халқаро рақобатбардошлик талаблари асосида барқарор ривожланиш учун йўл очади. Чунончи, тобора кескин тус олаётган ва сурункали инқирозни бошидан кечираётган дунё углеводородлар бозоридаги вазият вертикал интеграцияга асосланган «Ўзбекнефтгаз» МХКдан халқаро рақобатбардошликни таъминлашга қодир бўлган, тармоқ хусусиятларини тўлиқ ҳисобга оладиган янгича ёндашувларни талаб этмоқда.

Диссертациянинг **«Нефть-газ тармоғини халқаро маркетинг стратегияси асосида ривожланиш тенденциялари»** деб номланган иккинчи бобида глобаллашув шароитларида жаҳон энергетика бозорларининг ривожланиш тенденциялари таҳлили; нефть-газ тармоғини ривожлантиришга хорижий инвестицияларни жалб этиш йўналишлари таҳлили; нефть-газ қазиб олиш ва қайта ишлаш салоҳиятининг минтақавий ривожланиш тенденциялари баён этилган.

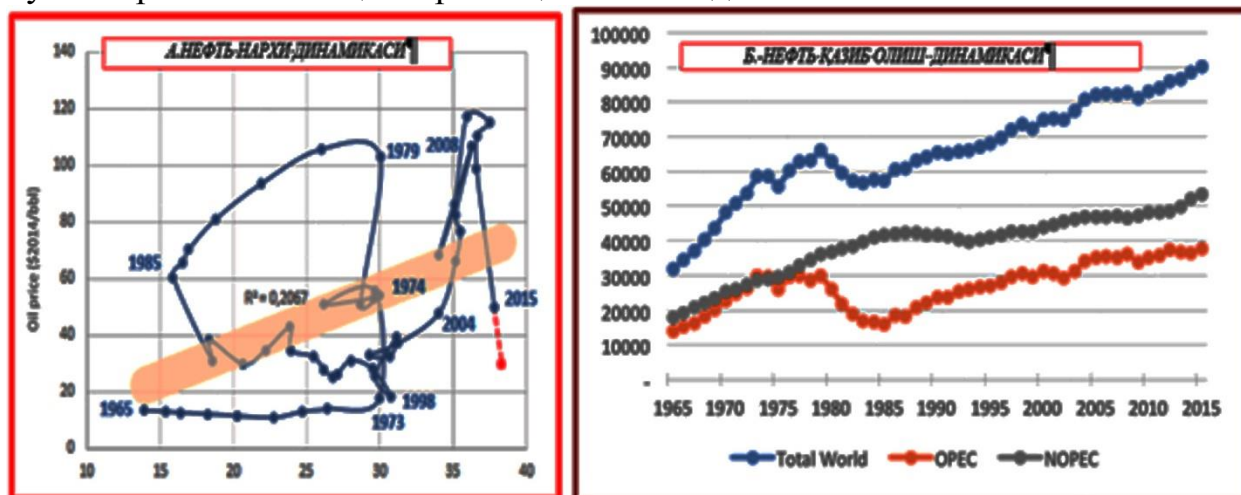
Дунё углеводородлар бозоридаги тенденциялар билан боғлиқ таҳлиллар энг муаммоли ва мунозарали тадқиқотлардан ҳисобланади. Чунки, ресурснинг муайян хоссага эгаллиги сабабли, уларга шартли нефть эквиваленти бирлиги қўлланилади. Шунингдек, турли ОПЕК, ЕИА, IСE, Bloomberg L.P, Enerdata³⁸, Россия энергетик стратегия институти, «Нефтегазовой вертикаль» журнали каби нуфузли ташкилот ва компанияларнинг бир-биридан фарқли таҳлили бозорга аниқ ташҳис қўйишни қийинлаштиради, холос. Аслида 50 йиллик динамикага кўра, ҳар доим олдиндан айтиш қийин бўлган углеводородлар қазиб олишдаги ўзгаришлар бозор принциплари, табиий ресурслар ва иқтисодиётнинг бошқа хусусиятларида ўз ифодасини топади. Бунинг учун, глобал талабнинг ОПЕК ва ОПЕКдан ташқари мамлакатларнинг нефть қазиб олиш билан боғлиқ жараёнига мурожаат қилиш мумкин (1-расм.).

Масалан, 1998 йилда ҳам нефть нархи 20 долл./барр. бўлган ҳолатда 30 долл./барр.дан ошмайди, деб ҳисобланган³⁹. 10 йил ўтиб, яъни 2008 йилда нефтнинг ўртача йиллик нархи 110 долл./барр.дан ортиб, глобал иқтисодий инқироз бошланиши билан нарх 147долл./барр. даражасидаги энг юқори чўққига чиққан эди. Айни пайтда, 2014 йилда ҳеч бир расмий доиралар ёки тадқиқотчилар нефтнинг нархи 2015 йил охирига бориб 30 долл./барр.гача пасайиб кетишини тахмин қилмаган эди. ОПЕК давлатлари аслида ўрта муддатли режалаштириш ёндашувларига кўра, тўлиқ қувват билан нефть

³⁸ <http://www.enerdata.ru>. Enerdata - мустақил ахборот ва консалтинг компанияси. Глобал миқёсдаги 30 йилдан кўпроқ тажрибаси учун энергия ресурслари, саноат ва углерод чиқиндилари тадқиқот майдони ҳисобланади.

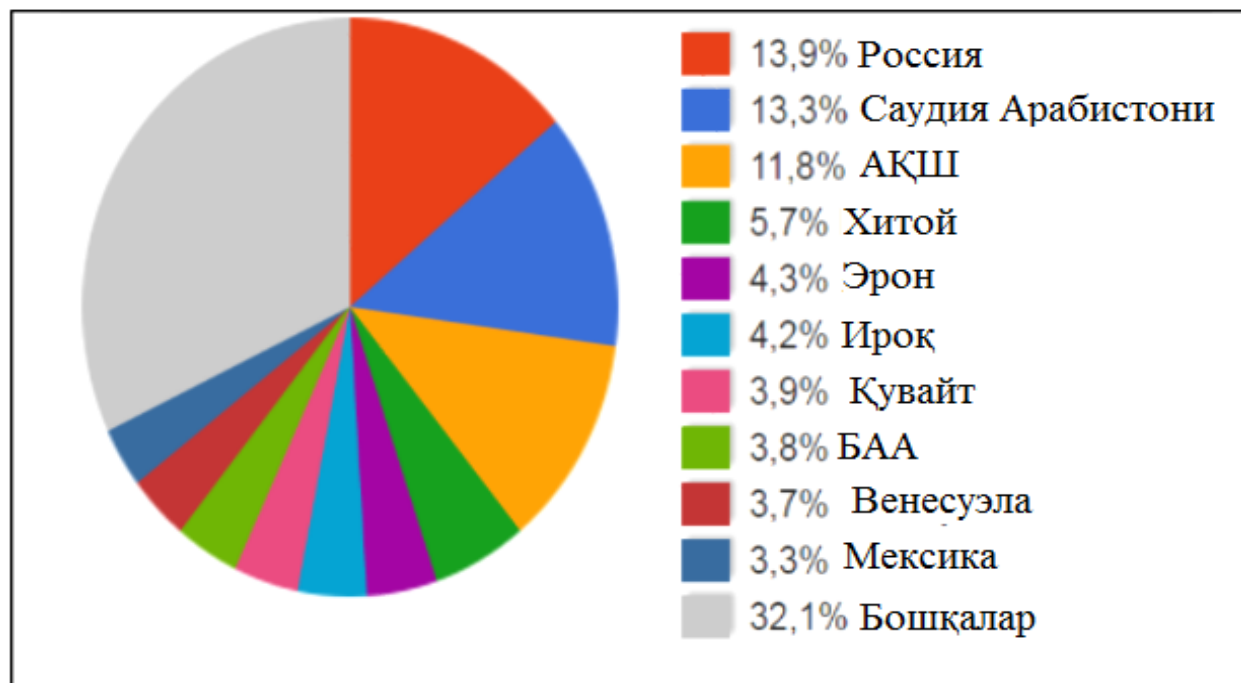
³⁹ http://www.ngv.ru/analytics/enerdata_neftyaney_shoki/

қазиб олиш бўйича таклифларини белгилашда захиралар тугашини, соҳага йўналтирган инвестицияларини ҳисобга олади.



1-расм. Дунё бўйича 1965-2015 йилларда қазиб олинган нефть нархи (А) ва унинг динамикаси (Б)

Лекин, компанияларнинг узок муддатли афзаллик стратегияси Хотеллинг қоидасига зид эканлигини тасдиқлайди. Мазкур қоидага кўра, геосиёсий инқироз ҳисобга олинмаганда ер ости бойликларини қазиб олиш учун захира бирликлари нархларининг охир-оқибат тартибланиш даражаси фоиз ставкаси даражасига тенг суръатларда ўзгаришда бўлиш кераклиги таъкидланган.



2-расм. ОПЕК бўйича нефть қазиб олишда юқори улушли 10 та мамлакат рейтинг, 2015 йил⁴⁰

⁴⁰ http://woo.opec.org/images/woo/WOO_2015.pdf - маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Ўз навбатида АҚШнинг ички нефть қазиб олиш ҳажми 2006 йилдаги 6,8 млн. барр.долл./с дан 2014 йилда 14,021 млн. барр.долл./с га қадар ўсди. Яъни, 5-6 йил ичида тадқиқотчилар тахмин қилмаган вазият юз бериб, АҚШ нефть қазиб олишда дунёда етакчи бўлди. Яъни, Саудия Арабистони (11,624 млн. барр.долл./с) ва Россия (10,847 млн. барр.долл./с)ни ортда қолдирди⁴¹. 2-жадвалда жаҳондаги асосий энергия манбаларига талаб даражаси динамикаси келтирилган.

DW⁴² маълумотларига кўра, 2016 йилда АҚШнинг ички нефть қазиб олиш ҳажми 900 минг барр./с гача камайиши кутилмоқда. Бу 2011 йилдан кейинги энг йирик камайиш ҳисобланади.

2-жадвал

Жаҳонда асосий энергия манбаларига талаб даражаси динамикаси⁴³

Энергия манбалари турлари	Шартли нефть эквивалентида, млн. барр. / кун				Ўсиш фоизи	Улуш, фоизда			
	2013	2020	2030	2040		2013-40	2013	2020	2030
Нефть	84,4	90,1	96,1	100,6	0,7	31,5	30,2	27,9	25,2
Кўмир	76,1	84,2	92,4	98,3	1,0	28,4	28,3	26,8	24,6
Газ	59,2	69,1	87,7	111,5	2,4	22,1	23,2	25,5	27,9
Ядро	17,5	13,9	13,1	23,5	2,2	4,9	4,7	5,1	5,9
Гидроэнергия	7,4	8,9	6,3	10,2	1,8	2,4	2,5	2,6	2,5
Биомасса	29,1	33,6	26,2	38,1	1,4	9,8	9,8	9,8	9,5
Бошқа қайта тикланадиган манбалар	2,4	8,4	17,4	4,3	7,6	0,9	1,4	2,4	4,3
Жами	298,0	344,6	267,6	399,4	1,5	100	100	100	100

2016 йил 16 январда Техрон ва «Олтилик» (беш доимий БМТ Хавфсизлик Кенгаши аъзолари ва Германия)нинг ядровий шартномага рухсат этиши билан Эронга нефть экспортидаги чекловлар бекор қилинишига, дунё нефть бозорида ўз улушини қайта тиклаш имконини берди. Эроннинг нефть саноати ҳажмига қарши санкциялар жорий қилишдан олдин энг юқори даража кунига 4 млн. баррелдан камроқни ташкил этган. Эрон нефть саноати қарши санкциялар 2012 йилда кучга кирди. 2015 йилда Россияда нефть қазиб олиш ҳажми 534 млн. тоннани ташкил этган. Россия ҳукумати томонидан тасдиқланган иқтисодий тараққиёт вазирлиги прогнозига кўра, 2016 йилда нефть қазиб олишни 538 млн. тоннага

⁴¹ Маълумотлар манбаи EIA. Energy Information Administration (EIA) – АҚШ энергетика вазирлигининг департаменти АҚШ федерал статистика тизимида мустақил агентлик (Washington). Энергия манбалари ва энергетика тўғрисида ахборот тўплаш, таҳлил қилиш, тарқатиш бўйича масъул. 1973 йилдаги нефть инқирозидан сўнг ўз фаолиятини бошлаган.

⁴² <http://www.douglas-westwood.com> - DW - Douglas-Westwood Ltd. - Дуглас-Вествуд - Компанияси. Дунёнинг энергетик хизматлар секторига тадқиқотлар ўтказиш, таҳлил қилиш, стратегияларни асослашга мўлжалланган. Компаниянинг Англия, Шотландия, АҚШда офислари бор.

⁴³ http://woo.opec.org/images/woo/WOO_2015.pdf

кўпайтириш мўлжалланган. Юқорида қайд этилган мулоҳазалардан келиб чиқиб, 2-жадвалдаги энергия ресурсларининг кейинги 25 йиллик тенденциясини тахмин қилиш мумкин бўлади. Таҳлилларга кўра, келгуси чорак асрда фойдали қазилмаларнинг устунлиги сақланади. Бирок, кўмирнинг ўз улушини табиий газга бўшатиш жараёни кучаяди. Шунингдек, нефть ва табиий газ улушлари қарийб тенглашади. Навбатдаги таҳлилларда табиий газ бозоридаги тенденциялар BP компанияси маълумотлари асосида кўриб чиқилади⁴⁴. 3-жадвал углеводород ресурслари учун нархлар динамикасини ифодалайди.

3-жадвал

Нархлар динамикаси, млн. Вту(БТб) учун АҚШ доллари⁴⁵

Йил	Япония	Табиий газ				ИХРТ
		Германия	Буюк Британия	АҚШ	Канада	
2001	4,64	3,67	3,17	4,07	3,61	4,08
2002	4,27	3,21	2,37	3,33	2,57	4,17
2003	4,77	4,06	3,33	5,63	4,83	4,89
2004	5,18	4,30	4,46	5,85	5,03	6,27
2005	6,05	5,83	7,38	8,79	7,25	8,74
2006	7,14	7,87	7,87	6,76	5,83	10,66
2007	7,73	7,99	6,01	6,95	6,17	11,95
2008	12,55	11,60	10,79	8,85	7,99	16,76
2009	9,06	8,53	4,85	3,89	3,38	10,41
2010	10,91	8,03	6,56	4,39	3,69	13,47
2011	14,73	10,49	9,04	4,01	3,47	18,56
2012	16,75	10,93	9,46	2,76	2,27	18,82
2013	16,17	10,72	10,64	3,71	2,93	18,25
2014	16,33	9,11	8,25	4,35	3,87	16,80
2015	10,31	6,61	6,53	2,60	2,01	8,77

Изоҳ: 1) Вту(БТб)-Британия термик бирлиги, бир баррель нефть= $5,825 \cdot 10^6$ ВТУ; бир метр куб = 35800000 ВТУ;

2) Япония учун сиқилган газ; Германия, Буюк Британия, АҚШ, Канада, ИХРТ (Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти) учун хом нефть.

4-жадвал дунё мамлакатларида табиий газ ишлаб чиқариш ва истеъмол ҳажмидаги ўзгаришларни акс эттиради.

⁴⁴ BP StatisticalReview of World Energy. June2016. bp.com/statisticalreview. #BPstats

⁴⁵ BP StatisticalReview of World Energy – маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Табиий газ ишлаб чиқариш ҳажми, млрд.м.куб⁴⁶

Мамлакатлар номи	2005 йил	2010 йил	2015 йил	2015 йилда 2014 йилга нисбатан, фоиз	2015 йилдаги улуши, фоиз
АҚШ	511,1	603,6	767,3	5,4	22,0
Россия	580,1	588,9	573,3	-1,5	16,1
Эрон	102,3	152,4	192,5	5,7	5,4
Хитой	51,0	99,1	138,0	4,8	3,9
Туркменистон	57,0	42,4	72,4	4,5	2,0
Ўзбекистон	54,0	54,4	57,7	0,8	1,6
Озарбайжон	5,2	15,1	18,2	3,4	0,5
Қозоғистон	9,0	10,5	12,4	1,7	0,3
Дунё бўйича жами	2790,9	3208,5	3538,6	2,2	100,0
Табиий газ истеъмол ҳажми, млрд.м.куб					
АҚШ	623,4	682,1	778,0	3,0	22,8
Россия	394,0	414,1	391,5	-5,0	11,2
Хитой	48,2	111,2	197,3	4,7	5,7
Эрон	102,7	152,9	191,2	6,2	5,5
Ўзбекистон	42,7	40,8	50,3	3,1	1,4
Туркменистон	16,1	22,6	34,3	23,9	1,0
Озарбайжон	8,6	7,4	9,8	4,1	0,3
Қозоғистон	5,3	4,5	8,6	12,9	0,2
Дунё бўйича жами	2774,3	3201,4	3468,6	1,7	100,0

Дунё углеводородлар бозоридаги тенденцияларни ўрганиш нефть-газ маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф мувозанатини таъминлашнинг халқаро маркетинг принципларини ишлаб чиқиш учун асос бўлди. Булар: халқаро бозорда барқарор рентабелликни таъминлайдиган мақсадли маркетинг тизимига амал қилиш; бозорга янги инновацион товарлар билан киришга кечикмаслик; истеъмолчи талаб динамикасини ҳар томонлама ўрганиш ва мослашиш; якуний пировард натижаларни хорижий мижозларнинг реал эҳтиёжларини қондиришга йўналтириш; талабни қондиришда барча мавжуд воситалар билан таъсир кўрсатиш; салоҳиятли мижозлар учун индивидуал бозор сегментларини ташкил этиш; рақобат афзаллигига эришишда техник ва технологик даража ва маҳсулот сифатини ошириш кабилар билан белгиланади.

Диссертациянинг «**Нефть-газ тармоғи корхоналари рақобатбардошлигини оширишнинг инновацион ва халқаро маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш усуллари**» деб номланган учинчи бобида нефть-газ тармоғи корхоналарининг рақобат устунлигини шакллантириш усуллари; нефть-газ тармоғи корхоналарини ривожлантириш инновацион стратегиясининг асосий йўналишлари; нефть-газ қазиб чиқарувчи

⁴⁶ BP Statistical Review of World Energy – маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

компаниялар рақобатбардошлигини оширишнинг халқаро маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш хусусиятлари баён этилган.

Тадқиқотимизда қатор хорижий манбаларга мурожаат қилингани сабабли, IEA (1974 йилда тузилган халқаро энергетика агентлиги)нинг дунё мамлакатлари ва минтақалари бўйича маълумотларига алоҳида урғу берилди. Хусусан, дунё энергетика ресурслари бозорида ишлаб чиқариш ва истеъмол, талаб ва таклифнинг 1974 йилдан 2013 йилгача тақсимот баланси «Ўзбекнефтгаз» МХКнинг иштирокини жуда қулай ҳолда ифодалайди. IEA-агентлиги маълумотларига кўра, 2013 йилда энергетика ресурслари бозорида жами энергетика ресурслари ҳажми – 55,25 шартли млн.т, шундан нефть – 3,1 шартли млн.т, табиий газ – 48,5 шартли млн.т ни ташкил этиб, унинг 11 млн.т экспорт қилинган.

Миллий нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг методологик жиҳатлари маркетинг тадқиқотларининг SWOT, STEP, ETOM, QUEST каби эвристик усуллари мажмуасидан фойдаланишни тақозо этади. Мазкур мажмуада SWOT ва STEP каби усулларни миллий нефть-газ тизимининг мавжуд шарт-шароит ва хусусиятларига мос равишда эътибор қаратилади. Хусусан, SWOT-таҳлилда компаниянинг салоҳиятига тўрт нуқтаи назардан баҳо берилади: кучлилиқ; заифлиқ; ташқи қулайлиқ имкониятлари ва хавф-хатар ва таҳдидлар ҳисобга олинади. Компаниянинг кучлилиқ салоҳияти: энергетика ресурслари истеъмоли истиқболда табиий газ салмоғининг ортиши; минтақавий интеграциянинг кучайиши (ШХТ); давлат сиёсатида устуворлиқ (табиий монополия); захиралар ҳажми ва газ қазиб олишдаги салмоғи; жаҳон энергетика бозорида тизимнинг салмоқли қисми ва халқаро савдодаги валюта тушуми улуши (22 фоиз) билан ифодаланади. Заифлиқ аломатлари: янги ўзлаштирилган конлар салмоғининг пастлиги (35 фоиз); транзит транспортига боғлиқлик даражаси; инвестиция сиёсатининг паст самарадорлиги; техник ва технологик модернизациянинг кечикиши; сифатсиз хомашё салмоғининг ортаётгани; институционал ислоҳотлар; миллий талаб ҳажми ортишига эътибор; қайта ишлаш тизимининг паст салоҳиятида намоён бўлади. Ташқи қулайлиқ ва имкониятлар: мавжуд техник ва технологик салоҳиятдан ва энергетик ресурслардан фойдаланиш самарадорлиқни оширишнинг янги технологияларидан фойдаланиш; хорижий инвесторларни жалб қилиш; чуқур қайта ишлашни ривожлантириш; углеводород ресурс базаларини излаб топишда янги усулларни ишлаб чиқиш; халқаро бозорда диверсификация вариантларини ўз ичига олади. Хавф-хатар ва таҳдидлар сифатида қуйидагилар аниқланди: қайта тикланадиган энергия ресурсларига эътибор ортиши; транзит шерикчилигидаги ноаниқликлар; экологик вазиятнинг ёмонлашуви; захиралар камайиши; қазиб олишнинг ўсиши билан боғлиқ энергетик хавфсизликка таҳдид; барқарор тўлов қобилиятига эга бўлмаган хорижий мижозлар талаби (сўрови); эски ускуналарда техноген ҳалокат эҳтимолининг мавжудлиги ва бошқалар.

Тармоқ рақобатбардошлигини оширишга қаратилган маркетинг тадқиқотида STEP-таҳлили муҳим воситалардан бири ҳисобланади. Бунда

мавжуд вазият ижтимоий, технологик, иқтисодий ва ташкилий жиҳатдан баҳоланади. Ижтимоий нуқтаи назардан: энергетик ресурслардан унумли фойдаланиш; экологик муаммоларни юмшатиш; инфратузилмани ривожлантирилиши; индустриал соҳа бандлиги оширилиши; даромад олишнинг ортиши устувор аҳамият касб этади. Технологик таҳлил натижаларига кўра, иқтисослашувнинг ортиши; суултирилган газ технологиясига талаб ортиши; инновацион технологияларни татбиқ этиш; ноанъанавий энергия соҳасидаги изланишлар инновацион стратегияларни пухта ишлаб чиқишни тақозо этади. Иқтисодий таҳлилда: табиий монополия ва монополия; нарх сиёсатидаги ноаниқликлар; транзит транспортининг фақат куруқликда эканлиги; монопол фойда олиш имконияти; тармоқ ичида рақобат муҳити йўқлиги; халқаро маркетингда тажрибасизликни ҳисобга олишни талаб этади. STEP-таҳлилидаги тўртинчи босқичда ташкилий масалаларни ҳал этишга устувор аҳамият берилади. Яъни: инвестицион сиёсатни баҳолаш механизми; институционал ислохотларда сусткашлик; хорижий инвесторларнинг мулкӣ ҳуқуқлари кафолатлари; суғурта тизимининг ташкилий жиҳатларини такомиллаштириш устувор ҳисобланади.

Диссертациянинг **«Нефть-газ тармоғининг халқаро рақобат стратегиясини баҳолаш»** деб номланган тўртинчи бобида нефть-газ тармоғининг халқаро рақобатбардошлик мезонлари; нефть-газ тармоғида узок муддатли стратегик мақсадларни шакллантириш ва баҳолаш услубияти ёритилган.

Миллий нефть-газ қазиб чиқарувчи компаниялар рақобатбардошлигини оширишнинг инновацион ва халқаро маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда қўлланиладиган эвристик ва эксперт баҳолашда минтақамиз энергия бозорининг бевосита иштирокчиси бўлган мамлакатлар ва уларнинг компаниялари фаолияти баҳоланди. Булар Ўзбекистон (Ўзбекнефтгаз), Россия (Лукойл), Қозоғистон (Казтрансгаз), Туркменистон (Туркмангаз) ҳисобланади. Баҳолаш мезонлари сифатида ўн бешта кўрсаткич ишлаб чиқилди. Бу мезонлар таркибига қуйидаги кўрсаткичлар киритилди: жумладан, хорижий мулкдорлар мулкни кафолатланиши; инвестиция имтиёзлари; солиқ имтиёзлари; захира ва фойдаланилаётган конлар нисбати; фондларнинг модернизацияланиш даражаси; инфратузилманинг ривожланиши; транзит транспортга боғлиқлик; экологик вазиятнинг ёмонлашуви; сифатсиз хомашё салмоғи; халқаро бозорда хомашёни диверсификациялаш даражаси; қайта ишлаш тизимидан фойдаланиш; сотув жараёнини монополлашуви; инвестициялар самарадорлиги; инновацион технологияларни татбиқ этиш; ноанъанавий энергия соҳасидаги изланишлар.

Рақобатбардошликни баҳолаш бўйича соҳа мутахассислари эксперт сифатида жалб этилди. Экспертлар ҳар бир мамлакатнинг белгиланган мезонлар бўйича салоҳиятини баҳолашда ҳар бир мезонга ўн баллгача баҳо қўйиш имкониятига эга бўлди. Жами ҳар бир мамлакат учун максимал даражада 150 баллгача баҳо қўйиш имконияти яратилди. Рақобатбардошликни баҳолаш натижалари 5-жадвалда қайд этилди.

Рақобатбардошликни баҳолаш бўйича экспертлар хулосалари⁴⁷

№	Мезонлар номи	Ўзбек-нефт-газ	Лукойл	Каз-транс-газ	Турк-ман-газ
1.	Хорижий мулкдорлар мулкининг кафолатланиши	7	8	8	7
2.	Инвестиция имтиёзлари	6	7	7	6
3.	Солиқ имтиёзлари	9	8	8	7
4.	Захира ва фойдаланилаётган конлар нисбати	5	9	6	9
5.	Фондларнинг модернизацияланиш даражаси	6	6	8	7
6.	Инфратузилмани ривожланиши	8	5	5	7
7.	Транзит транспортига боғлиқлик	8	6	7	8
8.	Экологик вазиятнинг ёмонлашуви	6	7	7	8
9.	Сифатсиз хомашё салмоғи	6	7	6	5
10.	Халқаро бозорда хомашёнинг диверсификация даражаси	4	7	5	4
11.	Қайта ишлаш тизимидан фойдаланиш	5	8	6	6
12.	Сотишнинг монополлашуви	10	6	6	10
13.	Инвестициялар самарадорлиги	5	6	7	5
14.	Инновацион технологияларни татбиқ этиш	5	7	6	5
15.	Ноанъанавий энергия соҳасидаги изланишлар	6	7	4	4
	Жами	96	104	96	98
	Рақобатбардошликни баҳолаш	0,64	0,69	0,64	0,65

Ҳар бир компаниянинг коэффиценти улар томонидан тўпланган балларнинг 150 баллга нисбати билан аниқланади.

Таҳлилларга кўра, тўпланган натижалар: Ўзбекнефтгаз -0,64; Лукойл (Россия) 0,69; Казтрансгаз (Қозоғистон) -0,64; Туркмангаз (Туркменистон) -0,65 дан иборат бўлган. Ушбу кўрсаткичлар Ўзбекистон ўз имкониятларидан самарали фойдалана олмаётганидан далолат беради. Қолаверса, мамлакатлар орасидаги тафовутлар ҳам бир-биридан кескин фарқ қилмайди.

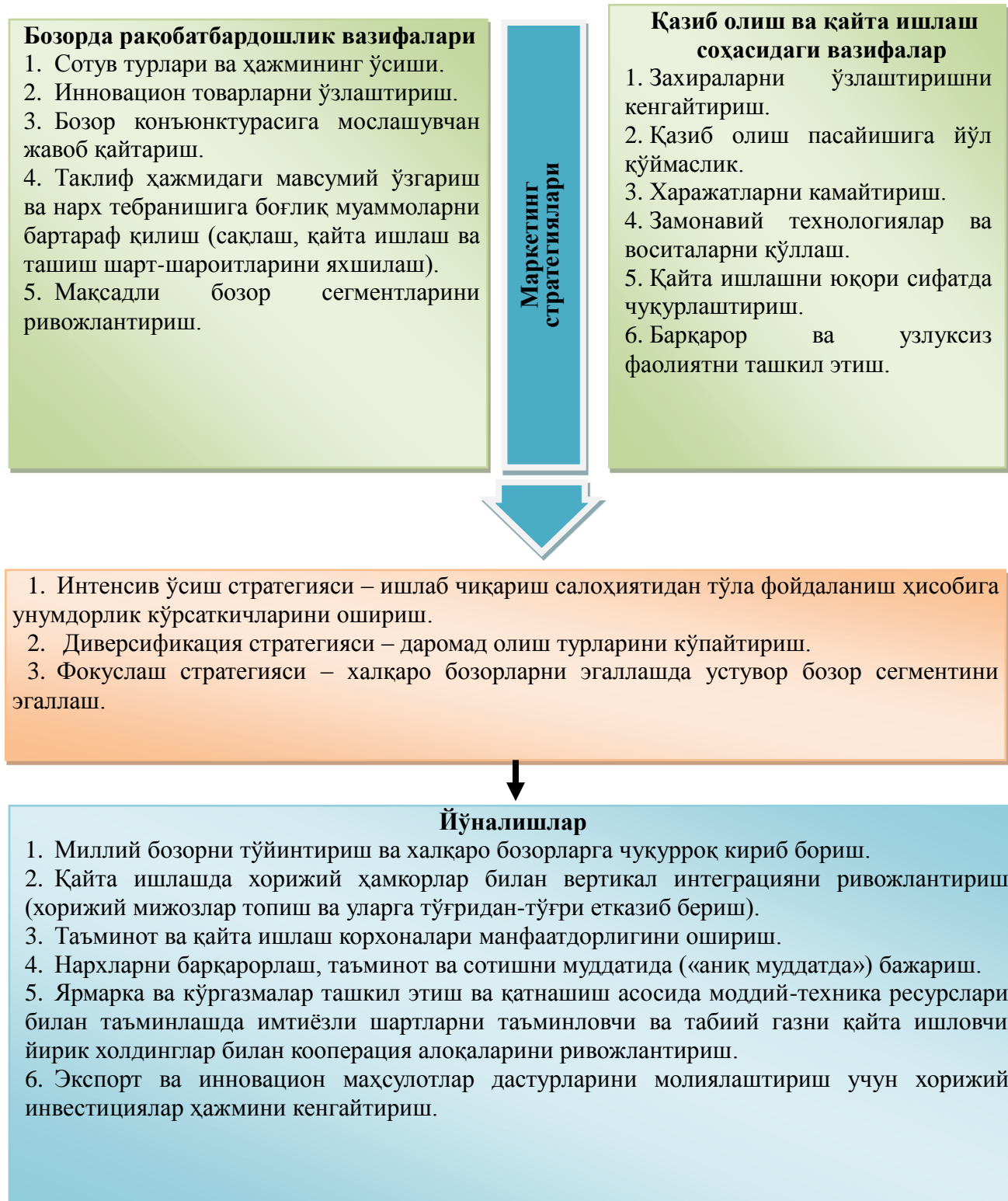
Экспертлар таҳлили натижалари асосида нефть-газ тармоғи корхоналарининг халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепцияси таклиф этилди (3-расм).

Халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепциясининг таркиби: бозорда рақобатбардошлик вазифалари; маркетинг стратегиялари; қазиб олиш ва қайта ишлаш соҳасидаги вазифалар; фаолият йўналишлари кабилардан иборат.

Диссертациянинг «Ўзбекистонда нефть-газ тармоғини устувор ривожлантиришда халқаро маркетинг стратегияларидан фойдаланишни такомиллаштириш йўналишлари» деб номланган бешинчи бобида миллий нефть-газ тармоғини ривожлантириш истиқболлари, «Ўзбекнефтгаз» МХКнинг рақобатбардошлигини таъминлаш йўллари, «Ўзбекнефтгаз» МХКда халқаро маркетинг стратегияларидан фойдаланишни такомиллаштириш йўналишлари ёритилган.

⁴⁷ Муаллиф ишланмаси.

«ЎЗБЕКНЕФТГАЗ» МХК халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепцияси



3-расм. «Ўзбекнефтгаз» МХК халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепцияси⁴⁸

⁴⁸ Муаллиф ишланмаси.

Ўзбекистонда нефть-газ тармоғини ривожлантириш борасидаги муҳим меъёрий ҳужжат Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 4 мартдаги ПФ-4707-сонли «2015-2019 йилларда ишлаб чиқаришни таркибий ўзгартириш, модернизация ва диверсификация қилишни таъминлаш чоратadbирлари дастури тўғрисида»ги Фармони ҳисобланади. Унга кўра, умумий қиймати 40808,9 млн. долл.дан иборат инвестицион лойиҳанинг 18650,9 млн. долл. нефть-газ тармоғи хом ашёсини чуқур қайта ишлашга мўлжалланган. 870 та йирик инвестицион лойиҳада 415 та янги корхона барпо этиш ҳамда 455 та ишлаб турган корхонани модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳатдан янгилаш белгилаб берилган.

«Ўзбекнефтьгаз» МХК чет эллик ишбилармонлар билан ҳамкорликда 54 та сармоявий лойиҳани амалга ошириш режалаштирилган. Хусусан, жаҳон ва ички бозорларда табиий газ ва қайта ишланган маҳсулотларнинг халқаро рақобатбардошлигини ошириш эътиборга олинган. Яъни, геология-қидирув ишларини ўтказиш, нефть ва газ конларини ўзлаштириш борасида қатор йирик сармоявий лойиҳалар амалга оширилади. 2016 йил 19 апрель куни Бухоро вилоятида «Лукойл» компанияси билан ҳамкорликда Қандим газни қайта ишлаш мажмуаси қурилиши бошланди. Умуман олганда, шуни таъкидлаш лозимки, нефть-газ тармоғининг кенгайиши ва уни чуқур қайта ишлашга жиддий эътибор берилмоқда. Яъни, соҳанинг жами маблағлардаги улуши 50 фоиздан ортқни ташкил этади.

Ишлаб чиқилган концепция асосида нефть-газ тармоғининг халқаро рақобатбардошлигини ошириш тизими таклиф этилди. Тизимда учта таркибий қисм, яъни: А) ҳудудлар, товарлар ва ташишни диверсификациялаш ва фокуслаштириш; Б) хорижий маблағларни жалб қилишнинг турли шаклларида фойдаланиш; В) консорциум ва кооперацияларни ташкил этиш ҳисобга олинган.

Ўз навбатида, тизимнинг «А) ҳудудлар, ташиш ва товарларни диверсификациялаш ва фокуслаштириш» сегменти 1) вертикал; 2) горизонтал; 3) концентрик блокларга бўлинади. Тизимнинг кейинги «Б) хорижий маблағларни жалб қилиш шакллари» деб номланган сегменти 1) компаниялар корхоналарини хусусийлаштириш; 2) ихтисослашган сармоячиларни жалб қилиш; 3) кредит ресурсларидан фойдаланиш блокларига бўлинади. Тизимнинг сўнгги сегменти бўлган «В) консорциум ва кооперация шакллари»даги блоклар 1) дунё энергетика бозори истеъмолчилари билан ҳамкорлик; 2) хорижий саноат корхоналарини полимер ва бошқа ресурслар билан таъминлашдаги ҳамкорлик; 3) моддий-техника ва эҳтиёт қисмлар таъминотчилари билан ҳамкорлик; 4) халқаро молиявий тузилмалар билан ҳамкорликни ташкил этишга хизмат қилади.

Юқорида келтирилган «Ўзбекнефтьгаз» МХК халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепцияси ҳамда «Ўзбекнефтьгаз» МХКда халқаро маркетинг стратегияларининг амалга оширилиши қуйидаги ижобий натижаларга эришишга хизмат қилишини таъкидлаш лозим: табиий газ хомашёсини Хитой компанияларига реализация қилишни ошириш, халқаро бозорларга чуқурроқ кириб бориш ҳисобига хорижий ҳамкорлар билан

вертикал интеграция жараёнида мақсадли бозор сегментлари ривожланиши таъминланади. Бундай ёндашув таклиф ҳажмидаги мавсумий ўзгаришлар ва нарх тебранишлари билан боғлиқ муаммоларни бартараф этишга ёрдам беради ҳамда бозор конъюнктурасига мослашувчанликни таъминлайди.

Демак, «Ўзбекнефтгаз» МХК дунё бозорида хомашё ресурслари нархларидаги жиддий пасайиш тенденцияларидан келиб чиққан ҳолда халқаро маркетинг стратегиясини амалга ошириш учун табиий газ нархининг зарар кўрмаслик нуктасидан юқори, айти чоғда энг паст рентабеллик талабларидан паст бўлмаган даражасини белгилашга эътибор қаратиши талаб этилади. Бунда 2016-2020 йиллар оралиғида янги захираларни излаб топиш, мавжуд истиқболли захираларни ўзлаштиришни 12-15 фоизга етказиш муҳим аҳамият касб этади. Ўзлаштирилган конлар салоҳиятидан унумли фойдаланишни кенгайтириб бориш самарадорликни оширишнинг бош омили эканлиги, шу билан бир қаторда маҳаллийлаштирилган замонавий технологиялар ва воситаларни қўллаш ҳисобига харажатларнинг 15-17 фоизга камайишига эришиш кейинги йилларда кутилиши мумкин бўлган энг минимал нархларга нисбатан рақобатбардошликни таъминлайди. Мазкур минимал нархлар шароитида самарадорлик даражаси 5-7 фоиздан кам бўлмаган ҳолда тадқиқот натижалари асосида тавсия этилаётган халқаро маркетинг стратегияларини амалиётга татбиқ этиш прогноз даври бўлган 2020 йил учун 668,9 млн. сўмлик соф фойдага эришиш имконини беради.

ХУЛОСА

1. Замонавий энергетика бозоридаги нарх-навонинг фавқулодда кескин ўзгарувчанлиги, худудларнинг тижорат захираларини аниқлаш эҳтимолининг пастлиги ва юқори геологик хавф мавжудлиги, бунга йирик капитал маблағлар талаб этилиши, ишлаб чиқаришнинг юқори даражадаги йириклашиши ва монополлашуви каби омиллар билан тавсифланади. ВР компанияси (Буюк Британия)нинг 2015 йил яқунлари бўйича маълумотларига кўра, дунё энергия истеъмолида нефть 32,9 фоиз, табиий газ 23,8 фоиз бўлган. Жами энергия истеъмоли 2014 йилда 1,1 фоизга, 2015 йилда 1,0 фоизга ортган. Сўнгги 10 йил учун ўртача ўсиш кўрсаткичлари 1,9 фоиз бўлган. Барча энергия ресурслари нархи тушган. Brent нефти 1986 йилдан кейинги энг юқори пасайишга – 47 фоизга тушган. Табиий газ нархида бундай пасайиш 2010 йилда кузатилиб, ҳар минг метр куб учун 200 доллардан ортиқроқ бўлган. Табиий газнинг глобал савдоси 2015 йилда 3,3 фоиз ошган. IEA ташкилоти маълумотларига кўра, яқин ўн йилликда ҳам ёқилғи маҳсулотларига талаб ошиб бориши, масалан, жаҳон бўйича нефть ва бошқа маҳсулотлар истеъмоли 2004 йилда кунига 83 млн. эквивалент тоннага тенг бўлган бўлса, 2030 йилда 118 млн. тоннага етиши кутилмоқда.

2. Марказий Осиёда ШХТ фаолиятининг янада кенгайтириши энергия бозорида интеграллашув жараёнини янада чуқурлаштириб, иштирокчиларнинг халқаро маркетингга қизиқиши ортишини келтириб чиқармоқда. Бугунги кунда энергетик ресурсларни қазиб олиш, уни қайта ишлаш ёки хомашё сифатида миллий ва жаҳон бозорларига етказиб бериш масъулияти юкланган «Ўзбекнефтгаз» миллий холдинг компаниясининг самарали фаолияти миллий иқтисодиётимиз барқарор ривожланишининг таянчи ҳисобланади. Ўзбекистонда газ индустриясининг ривожланиши Хитой Халқ Республикасига экспорт ҳажмларини ошириш билан изоҳланмоқда. Ўзбекистоннинг нефть-газ салоҳияти асосини нефтни қайта ишловчи Бухоро ва Фарғона заводлари, Муборак газни қайта ишлаш заводи унитар шўъба корхонаси (1971 йилда ишга туширилган), Шўртан газни қайта ишлаш заводи, Шўртан газ-кимё мажмуаси (2001), шунингдек, Сурғил кони негизида барпо этилган Устюрт газ-кимё мажмуаси (2016) ташкил этади.

3. Амалга оширилган иқтисодий таҳлилларга кўра, дунё нефть-газ маҳсулотлари бозорларида талаб нархида тебранишлар кенглиги ва ноаниқлик сақланиб қолаётгани, кескин рақобатнинг кучайиб бораётгани, ишлаб чиқариш суръатларининг пасайиши каби омилларнинг миллий иқтисодиётга салбий таъсирини пасайтиришни ҳисобга олишда талаб ва таклиф мувозанатини таъминлашнинг қуйидаги халқаро маркетинг принципларини асос қилиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади: халқаро бозорда барқарор рентабелликни таъминлайдиган мақсадли маркетинг тизимига амал қилиш; бозорга янги инновацион товарлар билан киришга кечикмаслик; истеъмолчиларни талаблар динамикасини ҳар томонлама

ўрганиш ва мослашиш; якуний пировард натижаларни хорижий мижозларнинг реал эҳтиёжларини қондиришга йўналтириш; талабни қондиришда барча мавжуд воситалар билан таъсир кўрсатиш.

4. Нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг методологик жиҳатлари маркетинг тадқиқотларини амалга оширишда эвристик ёндашувнинг SWOT, STEP, ETOM, QUEST усулларида ўзаро изчил боғлиқликда фойдаланишни тақозо этади.

5. Миллий нефть-газ бозоридаги маълумотлар таҳлилида шаффофликни таъминлаш, рекламани кенгайтириш мақсадида соҳанинг IEA, BP каби халқаро ташкилотларидаги ёндашувларни татбиқ этиш долзарб аҳамият касб этади.

6. Тадқиқот иши натижалари асосида таклиф этилаётган нефть-газ қазиб чиқариш ва қайта ишлаш компанияларининг халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепциясидан амалиётда фойдаланиш лойиҳалар рискин кескин пасайишига хизмат қилади. Халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепциясининг таркиби бозордаги рақобатбардошлик вазифалари, халқаро маркетинг стратегиялари, қазиб олиш ва қайта ишлаш соҳасидаги вазифалар, фаолият йўналишларидан иборат.

7. Таклиф этилаётган нефть-газ тармоғининг халқаро рақобатбардошлигини ошириш тизимида нефть-газ тармоғидаги инновацион ва инвестицион маблағлар самарадорлигини ошириш асосида харажатларда устунлик таъминланишига хизмат қилади.

8. Салоҳиятли халқаро мижозларнинг талабларини қондиришга қаратилган индивидуал бозор сегментларини ташкил этишда тадқиқот натижаларида акс эттирилган нефть-газ тармоғи диверсификациясига эришилиши халқаро рақобатбардошликнинг устувор йўналиши сифатида муҳим аҳамиятга эга.

9. «Ўзбекнефтгаз» МХК халқаро рақобат устунлигини таъминлаш концепцияси ҳамда «Ўзбекнефтгаз» МХКда халқаро маркетинг стратегиялари амалга оширилиши қуйидаги ижобий натижаларга эришиш учун хизмат қилишини таъкидлаш лозим: табиий газ хомашёсини анъанавий ҳамкорлар бўлган Россия ва Хитой компанияларига ўзаро манфаатли тарзда реализация қилишни ошириш, халқаро бозорларга чуқурроқ кириб бориш ҳисобига хорижий ҳамкорлар билан вертикал интеграция жараёнидаги мақсадли бозор сегментлари ривожланишини таъминлайди.

10. Дунё бозорида хомашё ресурслари нархларидаги жиддий пасайиш тенденцияларидан келиб чиққан ҳолда, миллий халқаро маркетинг стратегиясини амалга ошириш учун 2016-2020 йиллар оралиғида янги захираларни излаб топиш, мавжуд истикболли захираларни ўзлаштиришни 12-15 фоизга қадар етказиш, ўзлаштирилган конлар салоҳиятидан унумли фойдаланишни кенгайтириб бориш компания рақобатбардошлигини оширишнинг бош омили ҳисобланди.

Прогноз даври бўлган 2020 йил учун тадқиқот натижалари асосида тавсия этилаётган халқаро маркетинг стратегияларини амалиётга татбиқ этиш минимал нархлар шароитида барқарор самарадорлик даражасини 5-7 фоиздан кам бўлмаган суръатда сақлашга эришиш билан бир қаторда, қўшимча равишда «Ўзбекнефтгаз» МХК фаолиятида 668,9 млн. сўм ҳажмда соф фойда олиш имконини беради.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ № 14.07.2016.1.31.01 ПРИ БАНКОВСКО-
ФИНАНСОВОЙ АКАДЕМИИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН,
ТАШКЕНТСКОМ ИНСТИТУТЕ ИРРИГАЦИИ И МЕЛИОРАЦИИ И
ТАШКЕНТСКОМ ФИНАНСОВОМ ИНСТИТУТЕ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН НА ПРИСВОЕНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА НАУК**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

ПАРПИЕВ ДИЛШОД БОТИРОВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО
МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ
РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**08.00.11 –Маркетинг
(экономические науки)**

АВТОРЕФЕРАТ ДОКТОРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

город Ташкент – 2016 год

Тема докторской диссертации зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за № 30.09.2014/B2014.5.1337.

Докторская диссертация выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский) размещен на веб-сайте Ученого совета (www.bfa.uz) и в образовательно-информационной сети "ZiyoNet" (www.zivonet.uz).

Научный консультант: **Ходиев Баходир Юнусович**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Юлдашев Равшан Зокирович**
доктор экономических наук

Болтабаев Махмуджон Рустамович
доктор экономических наук, профессор

Нурибетов Равшан Ибрагимович
доктор экономических наук, профессор

Ведущая организация: **Ташкентский финансовый институт**

Защита диссертации состоится на заседании Научного совета № 14.07.2016.I.31.01 при Банковско-финансовой академии Республики Узбекистан, Ташкентском институте ирригации и мелиорации и Ташкентском финансовом институте «__»_____20__ года в _____ часов (Адрес: 100000, ул. Мовароуннахр, дом 16, e-mail: info@bfa.uz.)

С докторской диссертацией можно ознакомиться в Центре информационных ресурсов Банковско-финансовой академии Республики Узбекистан (зарегистрирована за № __). (Адрес: 100000, ул. Мовароуннахр, дом 16. Тел.: 0(371) 237-54-01).

Автореферат диссертации разослан «__»_____20__ года.
(Протокол реестра № __ от «__»_____20__ года)

А.Ш.Бекмуродов

Председатель научного совета по присвоению
ученой степени доктора наук, д.э.н., профессор

У.В.Гафуров

Секретарь научного совета по присвоению
ученой степени доктора наук, к.э.н., доцент

Н.Х.Хайдаров

Председатель научного семинара при научном
совете по присвоению ученой степени доктора
наук, д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (Аннотация к докторской диссертации)

Актуальность и необходимость темы диссертации. В мировом секторе добычи нефти и газа наблюдаются тенденции увеличения объемов производства путем диверсификации рынков продажи углеводородных ресурсов крупными компаниями, обеспечения уровня надежности их поставки, повышения эффективности деятельности, использования научно-технического потенциала. В целом доля природного газа в общем объеме производства в мире составляет в США 22 %, в России – 16,1 %, в Иране – 5,4 %, в Туркмениии – 2 %, в Узбекистане 1,6 %⁴⁹.

В период независимого развития в Республике Узбекистан, в результате перехода к перспективным направлениям добычи нефти и газа, была обеспечена независимость в сфере энергетики. В вертикально интегрированной единой национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз», обеспечивающей место в числе одиннадцати ведущих стран по производству природного газа, были сданы в эксплуатацию Шуртанский газохимический комплекс, Бухарский нефтеперерабатывающий завод, Устюртский газохимический комплекс; был реконструирован Ферганский нефтеперерабатывающий завод; годовая мощность Мубарекского газоперерабатывающего завода возросла почти в семь раз. В 2016 году был осуществлен переход на новый этап отраслевого развития Кандымского комплекса, строительство которого было начато. Расчеты показывают, что в результате производства продукции с высокой прибавочной стоимостью в 2030 году на основе освоения изготовления новых видов товаров объём производства продукции в нефтегазохимической отрасли может вырасти в 3,2 раза⁵⁰.

Исходя из сложной ситуации, проявляющейся в динамичной глобализации мирового энергетического рынка, нестабильности, все большего усиления международной конкуренции, затруднения прогнозов рыночной конъюнктуры по добыче углеводородных ресурсов и поставки их потребителям, важное значение приобретает более полная реализация внутреннего потенциала и резервов. Важной задачей в этом отношении является осуществление целевых научных исследований, в том числе научных изысканий по следующим направлениям: привлечение взаимовыгодных иностранных инвестиций; освоение новых нефтегазовых месторождений; осуществление структурных преобразований; переход на 3-4 этапную систему переработки существующего углеводородного сырья, и на его основе производство и реализация продукции, конкурентоспособной на международном уровне; сохранение прочной конкурентоспособной позиции на международном рынке и освоение новых сегментов рынка.

⁴⁹Расчеты автора на основе данных ОПЕК, IEA и АК «Узбекнефтегаз».

⁵⁰Каримов И.А. Наша главная цель – резкое углубление осуществляемых реформ, структурных преобразований в экономике, создание еще более широких возможностей для развития частной собственности, предпринимательства и малого бизнеса: Доклад на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программки на 2016 год / И.А.Каримов. – Ташкент: «Узбекистан», 2016, стр.30.

Данная диссертация в определенной степени служит реализации задач, установленных Законом Республики Узбекистан «Об естественных монополиях» (1997), Указом Президента Республики Узбекистан № УП-4707 от 4 марта 2015 года «О программе мер по обеспечению структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства в 2015-2019 г.г.», Постановлением № ПП-2298 от 11 февраля 2015 года «О программе локализации производства готовой продукции, комплектующих и материалов на 2015-2019 годы» и другими нормативно-правовыми документами, относящихся к данной отрасли.

Связь исследования с основными приоритетными направлениями развития науки и технологий республики. Данное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики I. «Нравственно-моральное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики», в рамках проекта ИТД-2 «Разработка научных основ дальнейшего углубления демократических реформ, формирования гражданского общества, модернизации и либерализации национальной экономики».

Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации⁵¹.

Научные исследования, направленные на устранение нестабильности на мировом энергетическом рынке, изучение конъюнктуры цен, обеспечение равновесия в добыче и поставке потребителям углеводородных ресурсов, регулирование инвестиций, стабилизацию экологической обстановки ведут ведущие международные центры и высшие учебные заведения мира, в том числе International Energy Agency (IEA) (Франция), British Petroleum (BP) (Великобритания), Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) (Австрия), Energy Information Administration (EIA) (США), Bloomberg L.P, Enerdata (независимая информационная и консалтинговая компания), Российский государственный университет нефти и газа имени И.М.Губкина (Россия), Институт энергетической стратегии (Россия), Ташкентский государственный экономический университет (Узбекистан).

В результате проводимых в мире исследований по совершенствованию стратегии международного маркетинга предприятий нефтегазовой отрасли был получен ряд научных результатов, в том числе: по результатам исследований в сфере энергетики, защиты окружающей среды, в частности, природного газа были разработаны научные рекомендации по формированию государственной

⁵¹Освещено на основе следующих источников: WOO-World Oil Outlook 2015.pdf - [http://www.opec.org/opec_web/en/IEA-International Energy Agency](http://www.opec.org/opec_web/en/IEA-International%20Energy%20Agency). - <http://www.worldenergyoutlook.org>; BP-British Petroleum BP Statistical Review- bp.com/statisticalreview. #BPstats; Energy Information Administration USA- www.eia.gov; www.enerdata.ru; «Fueling the Future with Natural Gas: Bringing it Home. » (American Gas Foundation); «The New German Energy Policy» (Oxford Institute Energy Studies publication); «Contribution transition energetique» (Association Francaise du Gas); Global Energy Statistical. Yearbook, 2016. -<https://yearbook.enerdata.ru>; U.S. Shale Natural Gas Production. -http://www.eia.gov/dnav/ng/hist/res_epg0_r5302_nus_bcfa.htm; РГУ нефти и газа имени И.М.Губкина. - <http://gubkin.ru>; Косимова Д.С. Развитие производственного потенциала НХК «Узбекнефтегаз» и управление его эффективным использованием. Автореферат дис. д.э.н. (08.00.05-Менеджмент) – Т.: ТГТУ, 2006; Хайруллаев О.И. Моделирование эффективного использования производственных фондов в отрасли переработки нефти и газа. Дисс. к.э.н. – Ташкент, 2001. – 133 с.; Мелькумов К.Р. Институциональные преобразования в нефтегазовом комплексе Узбекистана.: Дис. канд. эконом. наук. - Т.: 2005.- 148 с.

политики (American Gas Foundation, США); были обоснованы технико-экономические достижения в сфере деятельности газовой индустрии в более чем 140 странах, и пути стимулирования защиты окружающей среды (International Gas Union, Норвегия); были раскрыты тенденции и перспективы геолого-разведочных работ энергетических ресурсов по всему миру, их реализации на международном рынке, влияние на обеспечение экологического равновесия, изменения в конъюнктуре цен (International Energy Agency, Франция); определены тенденции развития рынка энергетических ресурсов в развитых странах мира (British Petroleum, Великобритания); раскрыто влияние тенденций в новой политике Германии в сфере энергетики на Великобританию и другие европейские страны (Oxford Institute Energy Studies publication, Великобритания); выявлены особенности газовой индустрии на европейском энергетическом рынке (Association Francaise du Gas, Франция); раскрыты комплексные подходы в сфере укрепления потенциала организации, специализирующейся на производстве нефти и газа на мировом рынке нефти (Organization of the Petroleum Exporting Countries, Австрия); раскрыто влияние инновационных факторов на потенциал национальной энергетики США (Energy Information Administration, США); осуществлены исследования по сведениям, касающимся ресурсам энергии, промышленным и углеродным отходам в глобальном масштабе (Enerdata); установлены принципы развития нефтегазовой отрасли, разработаны модели эффективности их использования (Российский государственный университет нефти и газа имени И.М.Губкина, Россия); переработана энергетическая стратегия на срок до 2030 года, с учетом новейших условий в России (Институт энергетической стратегии, Россия); обоснованы направления развития и эффективного использования производственного потенциала НХК «Узбекнефтегаз» (Ташкентский государственный экономический университет, Узбекистан).

Ведутся исследования по разработке и совершенствованию стратегии международного маркетинга нефтегазовой отрасли во всем мире, в том числе по следующим приоритетным направлениям: оценка ситуации на мировом рынке нефтегазовых продуктов; развитие взаимовыгодных внешних экономических, торговых и научно-технических связей, и привлечение иностранных инвестиций; обоснование маркетинговой политики в сфере обеспечения внутреннего и внешнего спроса на топливно-энергетические ресурсы в международном масштабе и в нашей стране; разработка и реализация единой технической политики в сфере модернизации и диверсификации отрасли на основе принципов маркетинга; совершенствование стратегий международного и инновационного маркетинга в развитии нефтегазовой отрасли.

Степень изученности проблемы. Вопросам исследования мирового энергетического рынка, развития нефтегазовой отрасли уделяется большое внимание в научных работах отечественных и зарубежных ученых.

Теории международной торговли первоначально сформировались в исследованиях английских классиков, таких, как А.Смит, Д.Рикардо, Р.Торренс и Дж.С.Милль, а в XX веке в трудах и подходах таких экономистов, как

Э.Хекшер, П.Самуэльсон, П.Олин, Д.Мид, В.Леонтьев, Г.Хабэрлер, П.Кругман, М.Портер⁵², получили развитие идеи международной торговли, и данные исследования послужили методологической основой при изучении темы.

Новые аспекты конъюнктуры цен на углеводородном рынке в странах СНГ были изучены В.И.Черенковым, В.В.Бушуевым, А.А.Конопляником, А.М.Мастепановым, А.Д.Степановым⁵³.

При формировании в Узбекистане термина «международный маркетинг» имело большое значение место, занимаемое маркетингом на международном потребительском рынке и в деятельности предприятий, первыми шагами в этом отношении являются исследования таких ученых, как А.Бекмуродов, М.Болтабоев, М.Икрамов, З.Адылова, Ф.Назарова, С.Салимов, А.Солиев, Ш.Эргашходжаева⁵⁴. При осуществлении исследований по развитию нефтегазовой отрасли были изучены научные труды таких ученых и специалистов, как У.Назаров, И.Ивонина, Ш.Зокиров, К.Мелькумов, А.Закиров, О.Хайруллаев, Д.Косимова, К.Абдурахманов. Хотя подходы данных ученых могут выглядеть как различное истолкование одного и того же процесса, в действительности существует единое содержание в их сути.

Но вопросы методики и методов международного маркетинга в отрасли нефти и газа в Узбекистане еще недостаточно изучены. В особенности, не исследованы вопросы стратегической позиции предприятий по производству нефтегазовых продуктов в среде международной конкуренции в Узбекистане. Именно этот аспект явился основой для выбора темы диссертации и определения круга задач исследования.

Связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами, проводимыми в высшем учебном заведении выполнения диссертации. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательской работы Ташкентского государственного экономического университета в рамках работ научного проекта по теме Ф-1-68 - «Разработка научно-методологических основ трансакций и управления трансакционными расходами» (2012-2016).

⁵²Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000. – С.496; Krugman P. R., Obstfeld M. International Economics: Theory and Policy. – 1988; 8-е изд.: Prentice Hall, 2008. – 712 p.; Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг / Пер. с англ. – М.: Экономика, 2007-С. 226.

⁵³Бушуев В.В., Конопляник А.А., Миркин Я.М. и др. Цены на нефть: анализ, тенденции, прогноз.– М.: ИД «Энергия», 2013. – 344 с.; Черенков В.И. Международный маркетинг: Учеб. пособие – СПб.: Знание, 1998.- С.332; Нетрадиционный газ как фактор регионализации газовых рынков. Мастепанов А.М., Степанов А.Д., Горевалов С.В., и др./под. общ. ред. А.М. Мастепанова, А.И. Громова– М.: ИЦ «Энергия», 2013. – 124 с.; Постма П. Новая эра маркетинга. – СПб.: Питер, 2002; Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. – 2008, № 4. – С. 25-28.; Шокшинская Л.И. Показатели экономической эффективности основных производственных фондов в газодобывающей промышленности Средней Азии // Экономика газовой промышленности. - Москва: ВНИИЭгаз-пром, 1975. - № 9. - С. 56-61.

⁵⁴Болтабоев М.Р. Стратегия маркетинга в развитии экспортных возможностей текстильной промышленности Республики Узбекистан.; автореф. дис. док. экон.наук.— Т., 2005.; Адылова З.Д. Стратегия маркетинга на международных рынках: теория и практика. –Т.:Республики Узбекистан ИИБ Академияси, 2008.; Ahmadjon Soliyev. Marketing. Bozorshunoslik. – Т.: «IQTISOD-MOLIYA», 2010.; Икрамов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: уч. пос. для ВУЗов –Т.: Изд.-ство Нац. библи. Узбекистана им. А.Навои, 2010.; Мунько Н.П. Газовая промышленность Узбекистана.- Ташкент. Госиздат, 1963. - 232 с.; Разаков Р.М. Эффективность основных фондов в нефте- и газодобывающей промышленности Узбекистана. – Ташкент. ФАН, 1972.– 146 с.

Цель исследования - разработка научно-методических предложений и практических рекомендаций по совершенствованию стратегии международного маркетинга в предприятиях национальной нефтегазовой отрасли.

Задачи исследования:

исследование основных тенденций развития мирового рынка углеводородных ресурсов в условиях глобализации;

анализ места нефтегазовой отрасли Узбекистана в глобальной системе;

освещение методических основ разработки стратегии международного маркетинга развития нефтегазовой отрасли;

анализ стратегических аспектов развития национальной нефтегазовой отрасли в условиях роста объемов международного спроса на рынке углеводородных ресурсов;

подготовка научных предложений и рекомендаций по оценке международной конкурентоспособности нефтегазовой отрасли;

обоснование концепции повышения международной конкурентоспособности развития НХК «Узбекнефтегаз»;

разработка системы осуществления совершенствования стратегий международного маркетинга;

разработка направлений развития НХК «Узбекнефтегаз» на основе стратегий международной конкурентоспособности и маркетинга.

В качестве объекта исследования выбраны национальная холдинговая компания (НХК) «Узбекнефтегаз» и предприятия в ее системе.

Предметом исследования являются отношения совершенствования стратегий международного маркетинга, направленных на повышение конкурентоспособности НХК «Узбекнефтегаз» в международной торговой деятельности.

Методы исследования. При решении постановленных задач исследования наряду с системным анализом тенденций отрасли, возникающих в национальном и международном масштабе, таких методов маркетингового исследования, как SWOT, STEP (PEST), ETOM, QUEST, были использованы подходы П.Кругман и М.Портера в оценке международной конкурентоспособности, методы анкетирования, наблюдения, эвристической и экспертной оценки.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

разработан механизм внедрения принципов международного маркетинга по обеспечению равновесия спроса и предложения на нефтегазовые продукты на основании изучения тенденций на мировом углеводородном рынке;

обоснованы методологические аспекты формирования стратегии международного маркетинга, учитывающие своеобразные условия в национальной нефтегазовой системе, основанной на вертикальной интеграции;

усовершенствованы эвристический метод и метод экспертной оценки, применяемые в разработке стратегий международного маркетинга конкурентоспособности предприятий нефтегазовой отрасли;

разработана системная концепция обеспечения международного конкурентного приоритета, охватывающая задачи, маркетинговые стратегии и

направления деятельности в сфере национального нефтегазового рынка, добычи и переработки углеводородных ресурсов;

предложена система реализации стратегий международного маркетинга на основе диверсификации и фокусирования регионов, товаров и их перевозок в предприятиях национальной нефтегазовой отрасли, привлечения иностранных средств в различной форме, создания консорциумов и коопераций.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

рекомендовано использование принципов обеспечения рыночного равновесия в целях укрепления статуса НХК «Узбекнефтегаз» на международном рынке;

разработаны предложения по повышению стабильности деятельности НХК «Узбекнефтегаз» на основе использования методов SWOT, STEP (PEST), ETOM, QUEST, а также методов оценки международной конкурентоспособности П.Кругман и М.Портера при осуществлении исследований международного маркетинга;

разработана, предложенная в практике отрасли, концепция обеспечения международного конкурентного приоритета, служащая для повышения конкурентоспособности на мировом рынке.

Достоверность полученных результатов. Достоверность результатов исследования определяется тем, что они получены путем сравнительного и критического анализа научно-теоретических взглядов известных ученых-экономистов по совершенствованию стратегии международного маркетинга предприятий нефтегазовой отрасли, изучения и обобщения передового зарубежного опыта, из официальных источников базы данных престижных национальных и международных организаций, результатов экспертной оценки, обоснованности их на статистических данных Государственного комитета статистики Республики Узбекистан, а также на анализе других практических сведений.

Научное и практическое значение результатов исследования. Научное значение результатов исследования определяется возможностью их использования в осуществлении научных исследований, посвященных стабильному развитию отраслей реального сектора национальной экономики, для следующих целей: снижение амплитуды и неопределенности сохраняющихся колебаний цен спроса на рынках нефтегазовых продуктов, основываясь на принципах международного маркетинга в обеспечении равновесия спроса и предложения; эффективное использование системного целевого маркетинга, обеспечивающего стабильную рентабельность на международном рынке; обеспечение своевременного ввоза на рынок новых инновационных товаров; всестороннее изучение динамики потребительского спроса и адаптация к ней; направление итоговых окончательных результатов на удовлетворение реальных потребностей иностранных клиентов; оказание воздействия всеми существующими средствами при удовлетворении спроса.

Практическое значение результатов исследования определяется тем, что разработанные научные предложения и рекомендации служат для разработки

пакета комплексных мер, направленных на совершенствование стратегии международного маркетинга предприятий нефтегазовой отрасли в республике.

Внедрение результатов исследования. На основании предложений, разработанных по совершенствованию стратегии международного маркетинга предприятий нефтегазовой отрасли в Республике Узбекистан:

на основании изучения тенденций на мировом рынке углеводородов применен на практике механизм внедрения принципов международного маркетинга по обеспечению равновесия спроса и предложения на нефтегазовые продукты (справка информационно-аналитического департамента по вопросам геологического, топливно-энергетического комплекса, химической, нефтехимической и металлургической промышленности Кабинета Министров Республики Узбекистан № 06/1-353 от 11 ноября 2016 года), в том числе:

послужило разработке и реализации единой технической политики в сфере модернизации и диверсификации деятельности НХК «Узбекнефтегаз», и укрепления ее статуса на международном рынке;

внедрение в отраслевую деятельность методологических аспектов формирования стратегии международного маркетинга, учитывающих своеобразные условия в национальной нефтегазовой системе, основанной на вертикальной интеграции, дало возможность оценки ситуации на мировом рынке нефтегазовых продуктов, развития внешнеэкономических, торговых и научно-технических связей, и привлечения еще большего объема иностранных инвестиций;

внедрение в практику эвристического метода и метода экспертной оценки, применяемых в разработке стратегий международного маркетинга при повышении конкурентоспособности предприятий нефтегазовой отрасли, позволило обосновать маркетинговую политику нашей страны в сфере обеспечения внутреннего и внешнего спроса на топливно-энергетические ресурсы;

системная концепция обеспечения международного конкурентного приоритета, охватывающая задачи в сфере национального нефтегазового рынка, добычи и переработки углеводородных ресурсов, стратегии маркетинга и направления деятельности НХК «Узбекнефтегаз», была использована в качестве методического средства в подготовке Программы среднесрочной и долгосрочной деятельности (справка «Мубарекского газоперерабатывающего завода» № 5 от 10 февраля 2016 года; справка Национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз» № 9-1/29-78 от 11 ноября 2016 года). Внедрение в практику рекомендуемых по результатам исследования стратегий международного маркетинга на 2020 год, который является прогнозируемым периодом, позволит наряду с сохранением уровня эффективности не ниже 5-7 % в условиях минимальных цен, дополнительно в деятельности НХК «Узбекнефтегаз» достигнуть получения чистой прибыли в размере 668,9 млн. сум.

В деятельность НХК «Узбекнефтегаз» были внедрены методологические аспекты формирования механизма внедрения принципов международного маркетинга по обеспечению равновесия спроса и предложения на нефтегазовые

продукты, и стратегии международного маркетинга, учитывающие своеобразные условия в национальной нефтегазовой системе, основанной на вертикальной интеграции (справка комплекса Кабинета Министров Республики Узбекистан по вопросам геологического, топливно-энергетического комплекса, химической, нефтехимической и металлургической промышленности № 105/43 за 2016 год). Результаты этого послужили разработке и реализации маркетинговой политики в сфере модернизации и диверсификации НХК «Узбекнефтегаз», и укрепления ее статуса на международном рынке.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования были изложены в виде докладов и одобрены на 21 научно-практической конференции, в том числе, на республиканских и международных научно-практических конференциях на тему «Регулирование рынка труда и трудовой миграции населения в условиях либерализации экономики Узбекистана» (Ташкент, ТГЭУ, 2007), «Вклад молодежи независимого Узбекистана в научный прогресс» (Ташкент, ТГЭУ, 2008), «Гармоничное поколение - интеллектуальное богатство научных исследований» (Ташкент, ТГЭУ, 2010), «Проблемы развития малого бизнеса, основанные на передовых научных достижениях и инновационных технологиях» (Ташкент, АН РУз, 2011), «Основные направления обеспечения стабильности банковско-финансовой системы в условиях модернизации экономики» (Ташкент, ТГЭУ, 2012), «Пути стабильного развития экономики Узбекистана и увеличения доходов населения» (Ташкент, ТГЭУ, 2013), «Перспективы совершенствования деятельности корпоративного сектора в условиях модернизации экономики» (Фергана, ФерГУ, 2014), «Приоритетные направления инновационного развития внешнеэкономической деятельности регионов» (Ташкент, ТГЭУ, 2014), «Направления разработки стратегии социально-экономического развития региона» (Ургенч, УрГУ, 2015).

Публикация результатов исследования. По теме диссертации были опубликованы всего 46 научных работ, в том числе, 1 монография, 14 статей в научных изданиях, где Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан рекомендовано издание основных научных результатов докторских диссертаций, в том числе, 12 статей издано в республиканских и 2 статей в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Структура диссертации состоит из введения, пяти глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 205 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и необходимость проведенных исследований, описаны цели и задачи, а также объект и предмет исследования, указано его соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, изложены научная новизна и практические результаты исследования, раскрыты научное и практическое значение полученных результатов, внедрение в практику результатов исследования, приведены сведения по изданным работам и по структуре диссертации.

В первой главе диссертации, под названием **«Теоретико-методологические основы стратегии международного маркетинга в нефтегазовой отрасли»**, освещены своеобразные особенности развития нефтегазовой отрасли в экономике страны, использование принципов международного маркетинга в обеспечении равновесия спроса и предложения на нефтегазовые продукты в мире, методологические аспекты формирования стратегии международного маркетинга в нефтегазовой отрасли.

Институциональные преобразования в системе нефтегазовой отрасли нашей страны характеризуются трехэтапным процессом, состоящего из создания государственного концерна «Узбекнефтегаз»⁵⁵, преобразования государственного концерна в национальную корпорацию «Узбекнефтегаз»⁵⁶, создания национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз»⁵⁷, выражающим структурную и сущностную модернизацию вертикально-интегрированных структур в сторону рыночных отношений. Конечно, в условиях данных организационных изменений отдельные предприятия были ликвидированы, а другие получили новые институциональные наименования. Переход к действующей структуре компании был осуществлен 21 августа 2006 года⁵⁸.

Были установлены задачи по организации маркетинговых исследований в целях углубления экономических реформ, разработки перспективной стратегии повышения эффективности деятельности и стабильного развития отрасли, освоения новых видов конкурентоспособной продукции и содействию при вхождении в мировые рынки в соответствии с требованиями

⁵⁵ Указ Президента Республики Узбекистан. О создании государственного концерна нефтегазовой промышленности Узбекистана «Узбекнефтегаз». 1992 года 3 мая, ПФ-393-сон.

⁵⁶ Указ Президента Республики Узбекистан. О преобразовании государственного концерна нефтегазовой промышленности Узбекистана в национальную корпорацию нефтегазовой промышленности («Узбекнефтегаз»). 23 декабря 1992 года, № УП-518; Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан. О вопросах организации деятельности национальной корпорации нефтегазовой промышленности «Узбекнефтегаз». 14 января 1993 года, № 31.

⁵⁷ Указ Президента Республики Узбекистан. О преобразовании национальной корпорации нефтегазовой промышленности Узбекнефтегаз в национальную холдинговую компанию «Узбекнефтегаз». 1998 года 11 декабря, ПФ-2154-сон; Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан. О создании Национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз» и о вопросах ее деятельности. 15 декабря 1998 года, № 523; Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан. О внесении изменений в Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О создании Национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз» и о вопросах ее деятельности» № 523 от 15 декабря 1998 года. 19 июня 2000 года, № 233 (акт утратил силу 21.10.2003 года); Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан. О совершенствовании структуры управления национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз». 21 октября 2003 года, № 460.

⁵⁸ Постановление Президента Республики Узбекистан. О мерах по совершенствованию организации деятельности национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз». 21 августа 2006 года, № ПП-446.

современного этапа рыночных реформ⁵⁹. При этом уделялось большое внимание к широкому привлечению иностранных инвестиций для модернизации и технологического перевооружения предприятий.

Производственные мощности НХК «Узбекнефтегаз» позволяют добывать 60-70 миллиардов кубических метров природного газа и жидкие углеводороды в объеме 8 млн. тонн в год. Благодаря данным показателям НХК «Узбекнефтегаз» занимает 11-место в мире по добыче природного газа. Узбекистан имеет большие запасы ископаемых углеводородов. Около 60 % территории республики имеет нефтегазовый потенциал. В богатых нефтью и газом регионах Узбекистана вскрыто 211 месторождений углеводородного сырья. 108 из них – месторождения газа и газоконденсата, 103 – месторождения нефти и газа, нефтегазового конденсата и нефти. Работает более 50 % месторождений, 35 % из них подготовлены для освоения, а в остальных продолжаются работы по разведке⁶⁰. На АО «Узтрансгаз», являющейся одной из шести акционерных обществ в системе НХК⁶¹, в соответствии с законодательством возложена транспортировка газа под высоким давлением по трубопроводу длиной более 13000 тысяч километров. Цены для добычи и транспортировки газа формируются на уровне компании общим единым образом в централизованном порядке. Данный аспект является основным признаком деятельности отрасли в условиях природной монополии⁶². Обычно субъекты природной монополии оказывают сильное влияние на экономику страны. Поэтому в целях совершенствования государственного контроля за их деятельностью, а также снижения себестоимости продукции и услуг, соответственно определения цен и тарифов на продукцию или услуги в соответствии с требованиями международного рынка, повышения их качества, актуальной задачей является разработка правил действий на рынке, направленных на обеспечение пропорциональности интересов иностранных потребителей, государства и субъектов естественных монополий.

Первичным установлением связи отрасли с иностранными государствами является строительство в 1962 году первой очереди газопровода Бухара - Урал, завершение в 1965 году строительства его второй очереди, и налаживание поставки на Урал более 20 млрд. кубических метров газа в год. За годы независимости направление освоения отраслью иностранных рынков изменилось с северо-запада на восток. Это объясняется реализацией официальных соглашений по поставке природного газа в Китай в июне 2010 года. С августа 2012 года поставка газа в Китай составит 3 млрд.

⁵⁹Указ Президента Республики Узбекистан. О совершенствовании системы органов хозяйственного управления. 22 декабря 2003 года, № УП-3366.

⁶⁰ <http://www.ung.uz/>

⁶¹Создана на основании следующих актов: Постановление Президента Республики Узбекистан. О преобразовании Национальной корпорации нефтегазовой промышленности Узбекнефтегаз в Национальную холдинговую компанию «Узбекнефтегаз». 11 декабря 1998 года, № УП-154; Постановление Президента Республики Узбекистан. О мерах по созданию и совершенствованию деятельности акционерной компании «Узтрансгаз». 8 августа 2006 года, № ПП-438.

⁶² Шарипов Н. Естественные монополии и их регулирование. Ж.: Управление предприятием. 1 (79), 2014.- с.13-16.

кубических метров. В соглашении запланировано доведение объемов поставки газа с 2015 года до 3 млрд. кубических метров, впоследствии до 10 млрд. кубических метров.

В отрасли были разработаны «Концепция развития нефтегазовой промышленности за 2002-2010 годы», «Программа развития нефтегазовой промышленности за 2007-2012 годы», в которых были определены основные стратегические решения, направленные на усиление геолого-разведочных работ, повышение объемов добычи углеводородов, дальнейшее совершенствование системы переработки нефти и газа, улучшение транспортировки газа. Система НХК «Узбекнефтегаз» также активно участвует в серьёзных структурных преобразованиях, установленных в программе локализации страны⁶³. Только за 2015 год были внесены 17 отраслевых проектов, уровень углубления локализации готовой продукции, комплектующих и материалов в которых превышает 36 %. Согласно приведенной статистике, в компании за 2010 год импортированы сырьё, материалы и комплектующие на сумму 178,7 млн. долл. США, вместе с тем, у местных производителей приобретена продукция на сумму 297,3 млрд. сум.

В 2015 году за счет реализации программы оптимизации импорта в страну было импортировано всего сырья и материалов на сумму 483 млн. долл. и 1 трлн. сум. Данный показатель на 14,7 % меньше объёмов за 2014 год⁶⁴. А в 2016 году намечено доведение увеличения данного показателя до 16,6 %. То есть, общая стоимость поставляемой продукции, оказываемых услуг на основании 872 договоров, приобретаемых компанией у местных производителей в 2015 году, составила 967,9 млрд. сум, что в 1,36 раза больше показателей, достигнутых в 2014 году. Кроме того, в ходе региональных и отраслевых промышленных ярмарок предприятиями нефтегазовой отрасли в течение 2015 года были заключены дополнительные договоры на сумму всего 115,4 млрд. сум. Следовательно, в целях заметного увеличения объемов производства продукции в основных отраслях экономики, в соответствии с программами локализации, в национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз» проводятся последовательные маркетинговые исследования.

В хронологии научных исследований, касающихся анализа развития нефтегазовой отрасли в нашей стране, в исследованиях Н.Мунько, Р.Разакова, Л.Шокшинской⁶⁵ были взяты за основу принципы административно-планируемой экономики. Учет равновесия спроса и предложения на нефтегазовые продукты в мире для обеспечения международной конкурентоспособности нашли отражение в подходах А.Закирова,

⁶³Постановление Президента Республики Узбекистан. О программе локализации производства готовой продукции, комплектующих и материалов на 2014-2016 годы. 4 февраля 2014 года, № ПП-2120; Постановление Президента Республики Узбекистан. О программе локализации производства готовой продукции, комплектующих и материалов на 2015-2019 годы. 11 февраля 2015 года. № ПП-2298.

⁶⁴Review.uz. Экономическое обозрение.

⁶⁵ Мунько Н.П. Газовая промышленность Узбекистана.- Ташкент. Госиздат, 1963. - 232 с.; Разаков Р.М. Эффективность основных фондов в нефте- и газодобывающей промышленности Узбекистана. – Ташкент. ФАН, 1972.– 146 с.; Шокшинская Л.И. Показатели экономической эффективности основных производственных фондов в газодобывающей промышленности Средней Азии // Экономика газовой промышленности. - Москва: ВНИИЭгаз-пром, 1975. - № 9. - С. 56-61.

К.Мелькумова⁶⁶. Вопросы моделирования эффективного использования основных фондов в отрасли рассматривал О.И.Хайруллаев⁶⁷, И.Точицкая, А.Волгин⁶⁸. Заслуживающими внимания являются также исследования в рамках Центральноазиатского региона осуществляли Ш.Мажитов, исследования, в которых проанализирована доля национального нефтегазового сектора в региональной интеграции⁶⁹. В последующих подходах У.Назарова, И.Ивониной, Ш.Зокирова⁷⁰ нефтегазовая отрасль ставится в центр внимания как приоритетная отрасль экономики.

Необходимо подчеркнуть, что расширение международной торговли углеводородными ресурсами, специализация национальных экономик и укрепление их взаимосвязей полностью соответствуют идеям, выдвинутым вначале основателем научной рыночной экономики А.Смитом⁷¹. Впоследствии идеи международной торговли были развиты в трудах английских экономистов Д.Рикардо, Р.Торренса и Дж.С.Милля⁷². Основным достижением классиков является теория относительных расходов производства. В XX веке теория международных торговых отношений была развита такими экономистами, как Э.Хекшер, П.Самуэльсон, П.Олин, Д.Мид, В.Леонтьев, Г.Хабэрлер, П.Кругман, М.Портер, проводившие исследования в развитых странах⁷³. Основой теории международной торговли, которая смогла идейно объединить данных ученых, является различие производственных условий между странами или национальными компаниями.

Заслуживает внимание то, что принципы международного маркетинга и подходы к их использованию были в центре внимания ряда исследователей. С.Карпова подчеркивает, в качестве основного принципа, направление итоговых результатов на действительные потребности и желания иностранных

⁶⁶ Закиров А.А. Методика оценки интенсивности развития нефтегазодобывающего производства. – Ташкент: НТС ПО «Узбекнефть», 1992.- 20 с.; Мелькумов К.Р. Институциональные преобразования в нефтегазовом комплексе Узбекистана.: Дис. канд. эконом. наук. - Т.: 2005.- 148 с.; Мелькумов К.Р. Институциональные преобразования в нефтегазовом комплексе Узбекистана: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. к.э.н: 08.00.04 / Академия наук Республики Узбекистан, Институт экономики.- Т.: 2005.

⁶⁷ Хайруллаев О.И. Моделирование эффективного использования основных производственных фондов в нефте- и газоперерабатывающей отрасли / дисс. к.э.н. – Ташкент, 2001. – 133 с.

⁶⁸ НХК «Узбекнефтегаз» на современном этапе развития и её перспективы во взаимосвязи с энергетическим рынком в Центральной Азии // Энергорынок Центральной Азии: тенденции и перспективы. Т., 2006. –С. 43-44.; Точицкая И. Основные характеристики торговли энергетическими товарами в ЕврАзЭС // Экономическое обозрение ЕврАзЭС. – 2006. – № 3. –С.11-12.; Волгин А. Нефтегазовый сектор Центральной Азии и сценарии региональной интеграции // Экономическое обозрение ЕврАзЭС+. –2006. – № 7. – С. 34-39.

⁶⁹ Расулев А.Ф., Гростянский Д.В. Нефтегазовый комплекс Узбекистана: состояние и перспективы. http://journals.manas.edu.kg/reforma/oldarchives/2002-4-16/18_967-3700-1-PB.pdf.

⁷⁰ Назаров У.С. Актуальные тенденции развития нефтегазовой отрасли Узбекистана // Нефть-газ, 2010. №3 –С.11-12.; Ивонина И.Э. Совершенствование управления устойчивым развитием предприятий нефтегазовой промышленности Республики Узбекистан. Спец. 08.00.13-Менеджмент. Дисс. соиск. уч. степ. к.э.н. - Т., 2012. – 162с.; Ивонина И.Э. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий нефтегазовой промышленности. - Т.: НХК «Узбекнефтегаз». УзНИОНПП. 2012. –135с.; Зокиров Ш.Э. Глобальные проблемы ценообразования на мировом рынке нефти // научный электронный журнал «Экономика и инновационные технологии». 2015. - № 5, сентябрь-октябрь.

⁷¹ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А.Смит; [пер.с англ.; предисл. В.С.Афанасьева]. — М.: Эксмо, 2007.-960 с.-(Антология экономической мысли).

⁷² Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ., 4-е изд. - М.: Дело Лтд, 1994. - 720 с.

⁷³ Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000. – С.496; Постма П. Новая эра маркетинга. – СПб.: Питер, 2002; Черенков В. И. Международный маркетинг: Учеб. пособие – СПб.: Знание, 1998.-С.332; Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг / Пер. с англ. – М.: Экономика, 2007. –С. 226.

потребителей⁷⁴, а И.Ахмедов⁷⁵ – борьбу за потребителя и удовлетворение его быстро меняющихся потребностей в условиях сильной международной конкуренции. Наряду с темами «Международный маркетинг», «Принципы международного маркетинга» в центре внимания ряда исследователей были также теоретические методические аспекты темы «Стратегии международного маркетинга». В нашей стране также в учебной литературе объединен ряд аспектов по данной теме⁷⁶. К.Девид⁷⁷ предлагает в объяснении методических основ стратегии использовать в качестве опоры подходы в описании И.Ансофф. Также, в других современных методических источниках предлагается, не ограничиваясь традиционным маркетинговым комплексом 4P (Product (продукция), Price (цена), Place (место) and Promotion (продвижение)), применять совместно правила 7P и 4C⁷⁸. Расширение 4P до 3P (People (люди), Process (процессы) and Physical evidence (физические доказательства)) и 4C (Customer (клиенты), Cost (расходы), Convenience (удобства) and Communication (коммуникации)) объясняется как усиление международной конкуренции. Таким образом, итоговое развитие потенциала предприятий нефтегазовой отрасли зависит от степени освоения международной конкурентной среды. Принципы формирования стратегий международного маркетинга классифицируются с делением на три группы. Они делятся на принципы: стандартизации или адаптации (приспособление); концентрации (объединение) или разделения; интегрирования или независимости⁷⁹. Второй подход к формированию стратегий международного маркетинга опирается на региональное участие компании в принципах концентрации и разделения. Согласно данному подходу, формируется оптимальная политика размещения структурных подразделений, и реализуются конкурентные приоритеты и синергии, позволяющие максимально эффективно работать⁸⁰. Последний подход опирается на принципы интегрирования или независимости стратегий международного маркетинга. Здесь в качестве важнейшего критерия учитываются подотчетность структурных единиц глобальной компании международной отрасли в различных регионах (интеграционная модель)⁸¹ или условия получения независимого дохода. Стратегия, обладающая определенными принципами стандартизации, концентрации и интеграции, является глобальной стратегией международного маркетинга компании⁸².

⁷⁴ Карпова С.В. Международный маркетинг. Учеб. пособие для вузов, 2-е изд. – М.: Экзамен, 2005. – 39с.

⁷⁵ Ахмедов И.А. Ташқи иқтисодий фаолиятни ривожлантиришда халқаро маркетинг тамойилларидан фойдаланишнинг услубий жиҳатлари. Biznes-эксперт. №1, 2016. -Б.18-25.

⁷⁶ Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J. Strategik marketing: O`quv qo`llanma. –Т.: TDIU, 2010. – В.8.

⁷⁷ Девид К. Стратегический маркетинг. - М.: Изд. Дом. «Вильямс», 2003. - 223с.

⁷⁸ Melewar T.C., Gupta S. Strategic international marketing: an advanced perspective. – Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2012. – 303 с.

⁷⁹ Lim L. Development of archetypes of international marketing strategy // Journal of International Business Studies. 2006. №.37. P.499.

⁸⁰ Bradley, F. International marketing strategy. Pearson Education, 2005. С.89.

⁸¹ Verbeke, A. International business strategy. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2009. С.81.

⁸² Lim L. Development of archetypes of international marketing strategy // Journal of International Business Studies. 2006. №.37. P.508

Теоретической и методологической основой международного маркетинга является классический маркетинг. Хотя в настоящее время многими используется термин «международный маркетинг», в научной литературе мы встречаем такие термины, как «национальный маркетинг», «экспортный маркетинг». По мнению экспертов ООН, фирмы, в которых товары и услуги произведены и распределены в двух и более странах, занимают место в классификации международных компаний. Данный факт является основой для международного маркетинга. Ученые, внесшие важный вклад в формирование термина «международный маркетинг» в Узбекистане, в своих изысканиях уделяли большое внимание роли маркетинга в международном потребительском рынке и деятельности предприятий. По нашему мнению, первым шагом в этом отношении являются исследования З.Адыловой, М.Болтабоева, А.Солиева, М.Икрамова, С.Салимова, Ф.Назаровой⁸³ по системному изучению международного маркетинга в нашей стране.

Также заслуживают внимания определения международного маркетинга таких иностранных ученых, как Н.Филлипенко, Е.Татарский, Р.Лаш, В.Лаш, В.Черенков, Н.Моисеева, М.Нетиберт, С.Паливода, Л.Беркверт⁸⁴ (Таблица 1).

Таблица 1

Анализ определений ученых зарубежных стран в отношении международного маркетинга⁸⁵

Автор	Содержание определения
Н.Филлипенко, Е.Татарский	Важный комплекс мероприятий по продаже товаров и услуг вне своей страны.
Р.Лаш, В.Лаш	Межстрановый маркетинг товаров и услуг.
Л.Беркверт	Маркетинговая деятельность, осуществляемая одновременно не только в одной стране, а в нескольких странах.
В.Черенков	Технология международного бизнеса в форме своеобразного товарообмена с пересечением государственных границ, обмен в котором обеспечивает удовлетворение интересов и потребностей участников.
Н.Моисеева	Деятельность, предусматривающая систематическую, плановую и активную обработку международных рынков на различных этапах движения товаров к покупателям.
М.Хетиберт	Обеспечение эффективной деятельности предприятия за рубежом с сохранением роли предприятия на внутреннем рынке.
С.Паливода	Сеть взаимоотношений между компаниями, вовлеченными в процесс покупки и торговли до последнего потребителя.

⁸³ Адылова З.Дж. Стратегия маркетинга на международных рынках: теория и практика. –Т.:Академия МВД Республики Узбекистан, 2008. -284 б.; Болтабоев М.Р.Стратегия маркетинга в развитии экспортных возможностей текстильной промышленности Республики Узбекистан. - автореф.дис. док. экон. наук. ...– Т., 2005. - 10-б.; Soliyev A. Маркетинг. Рыноковедение. – Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010. – В.354.; Икрамов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: уч. пос. для ВУЗов. –Т.: Изд-во Нац. библ.Узбекистана им. А.Навои, 2010. -308 с.; Nazarova F.M., Karimova R.N. Международный маркетинг. Учебное пособие. – Т., 2010. – 254 с.

⁸⁴Филлипенко Н.Н., Татарский Е.Л. Основы маркетинга: Учебно-методическое пособие. – М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2006. – 115с.; Lush R.F., Lush V.N. Principles of Marketing. -Boston, 1997, pp. 22-26.; Черенков В.И. Международный маркетинг.-Спб.: «Знание»,1998. -С. 18-20.; Моисеева Н.К. Международный маркетинг. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. - С.6.; Hetibert M. «Strategische Unternehmensfuehrung and Marketing» / Wiesbaden, 1998. p. 267-268.; Paliwoda S. «International Marketing», 2nd ed. Butterworth-Heinemarm Ltd., Oxford, 1., Boston, 1993. p.16.Berckovert L. Internationales Marketing. -Berlin, 1995, p. 200-202.

⁸⁵Разработка автора.

Необходимо подчеркнуть, что проанализированные выше методологические подходы, касающиеся международного маркетинга, направлены на достижение конкурентоспособности на международном рынке. Очередные задачи предопределяют более глубокое изучение подхода, учитывающего своеобразные условия в национальной нефтегазовой системе, то есть условий международной конкурентоспособности. В этом отношении важное значение приобретает внедрение усовершенствованной «Теории пяти сил или концепции расширенной конкуренции» и труда «Национальный ромб» Портера. При этом, подходы в данной концепции открывают путь к стабильному развитию на основе требований к международной конкурентоспособности национальной нефтегазовой отрасли. Так, условия мирового рынка углеводородов, переживающего все более усиливающийся резкий и хронический кризис, требует новых подходов, полностью учитывающих отраслевые особенности при обеспечении международной конкурентоспособности для акционерной компании «Узбекнефтегаз», основанной на вертикальной интеграции.

Во второй главе диссертации, под названием **«Тенденции развития нефтегазовой отрасли на основе стратегий международного маркетинга»**, изложены: анализ тенденций развития мировых энергетических рынков в условиях глобализации; анализ направлений привлечения иностранных инвестиций в развитие нефтегазовой отрасли; тенденции регионального развития потенциала добычи и переработки нефти и газа.

Анализ тенденций на мировом рынке углеводородов является одним из самых проблемных исследований. В связи с тем, что ресурсы обладают определенными свойствами, к ним применяются условные единицы нефтяного эквивалента. Также, отличающийся анализ таких престижных организаций и компаний, как ОПЕК, ЕИА, ICE, Bloomberg L.P, Enerdata⁸⁶, Российский Институт энергетической стратегии, журнал «Нефтегазовая вертикаль», затрудняет точную диагностику рынка. В действительности согласно динамике за 50 лет, изменения в добыче углеводородов, которые всегда было трудно прогнозировать, находят свое выражение в принципах рынка, природных ресурсов и в других особенностях экономики. Для этого, можно обратиться к зависимости глобального спроса от добычи нефти в странах ОПЕК и помимо ОПЕК (рис. 1).

Например, в 1998 году, когда стоимость нефти была 20 долл./барр., считалось, что она не превысит 30 долл./барр.⁸⁷. По прошествии 10 лет, то есть в 2008 году среднегодовая стоимость нефти превысила 110 долл./барр., и, с началом глобального экономического кризиса, цена достигла своего пика, то есть уровня 147 долл./барр.

⁸⁶ <http://www.enerdata.ru>. Enerdata –независимая информационная и консалтинговая компания. В связи с более чем 30-летним опытом в глобальном масштабе, является исследовательским полем для энергетических ресурсов, промышленных и углеродных отходов.

⁸⁷ http://www.ngv.ru/analytics/enerdata_neftnyanye_shoki/

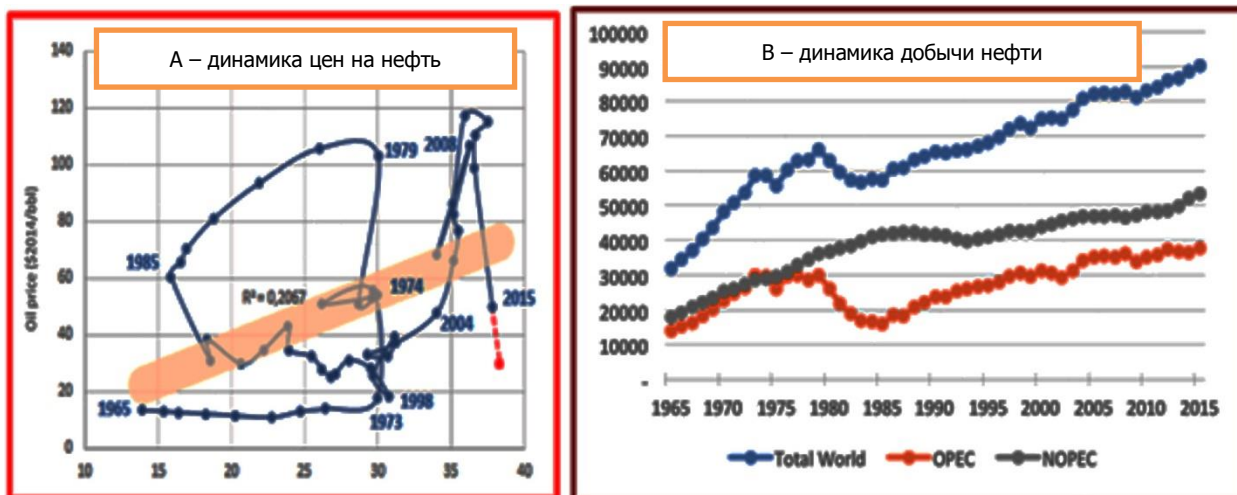


Рис. 1. Стоимость нефти, добываемой в мире за 1965-2015 годы (А) и ее динамика (Б)

В то же время, в 2014 году никакими официальными кругами или исследователями не предполагалось, что к концу 2015 года стоимость нефти снизится до уровня 30 долл./барр. Страны ОПЕК в действительности согласно подходу среднесрочного планирования, при определении предложений по добыче нефти на полную мощность основываются на истощение запасов и на инвестиции, направленные в отрасли. Но долгосрочная преимущественная стратегия компаний подтверждает, что она противоречит правилу Хотеллинга. Согласно данному правилу, подчеркивается, что без учета геополитического кризиса уровень итоговой рандомизации цен единиц запасов для добычи подземных ископаемых должен изменяться темпами, равными уровню процентной ставки.

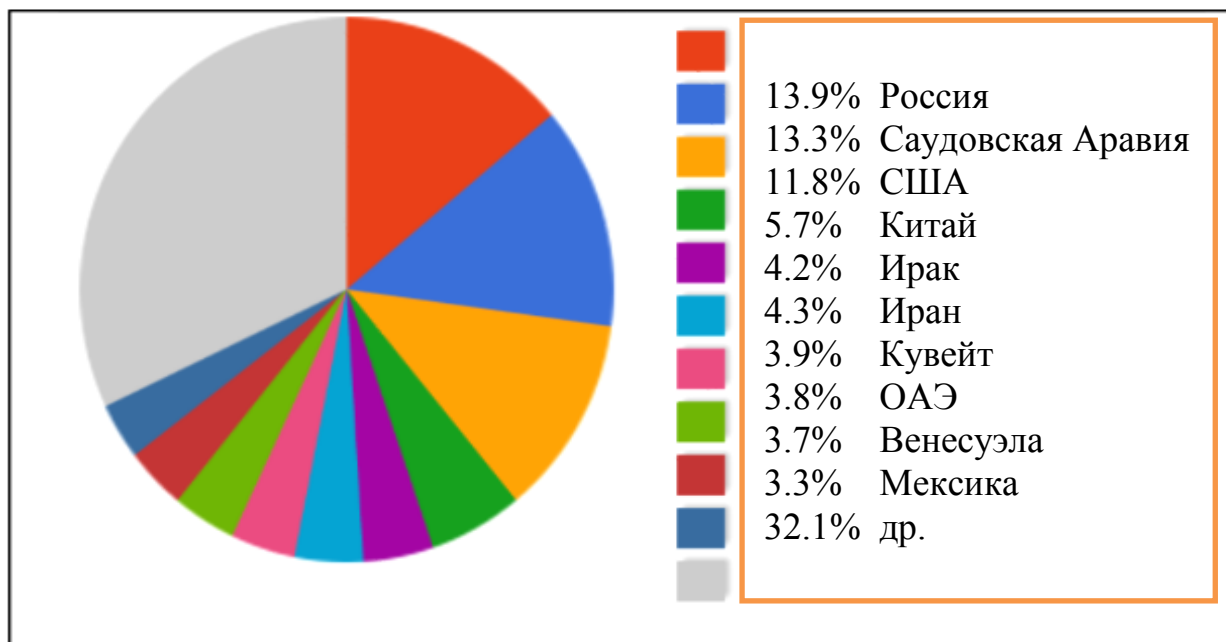


Рис. 2. Рейтинг 10 стран, имеющих наибольшую долю в добыче нефти по ОПЕК, 2015 год⁸⁸

⁸⁸http://woo.opec.org/images/woo/WOO_2015.pdf – разработка автора на основании сведений.

В свою очередь, объём внутренней добычи нефти в США вырос с 6,8 млн. барр. долл./с в 2006 году до 14,021 млн. барр. долл./с в 2014 году. То есть, в течение 5-6 лет возникли обстоятельства, которые не предполагались исследователями, и США стали ведущей страной в мире по добыче нефти. То есть, они оставили за собой Саудовскую Аравию (11,624 млн. барр. долл./с) и Россию (10,847 млн. барр. долл./с)⁸⁹. В Таблице 2 приведена динамика уровня спроса на основные энергетические источники в мире.

Согласно данным DW⁹⁰, в 2016 году ожидается снижение внутреннего объема добычи нефти в США до 900 тысяч барр./с. Это является самым большим снижением после 2011 года.

Таблица 2
Динамика уровня спроса на основные энергетические источники в мире⁹¹

Виды источников энергии	В условном нефтяном эквиваленте, млн. барр. / день				Процент роста	Доля, %			
	2013	2020	2030	2040		2013-40	2013	2020	2030
Нефть	84,4	90,1	96,1	100,6	0,7	31,5	30,2	27,9	25,2
Уголь	76,1	84,2	92,4	98,3	1,0	28,4	28,3	26,8	24,6
Газ	59,2	69,1	87,7	111,5	2,4	22,1	23,2	25,5	27,9
Ядерная энергия	17,5	13,9	13,1	23,5	2,2	4,9	4,7	5,1	5,9
Гидроэнергия	7,4	8,9	6,3	10,2	1,8	2,4	2,5	2,6	2,5
Биомасса	29,1	33,6	26,2	38,1	1,4	9,8	9,8	9,8	9,5
Другие возобновляемые источники	2,4	8,4	17,4	4,3	7,6	0,9	1,4	2,4	4,3
Всего	298,0	344,6	267,6	399,4	1,5	100	100	100	100

Разрешение 16 января 2016 года на договор по ядерной программе между Тегераном и «Шестеркой» (пятью постоянными членами Совета Безопасности ООН и Германией) дало возможность отмене ограничений по экспорту нефти Ираном, восстановить ему свою долю на мировом нефтяном рынке. Максимальный уровень объемов нефтяной промышленности Ирана до введения санкций против него составлял менее 4 млн. баррелей в день. Санкции против нефтяной промышленности Ирана вступили в силу в 2012 году. В 2015 году объём добычи нефти в России составил 534 млн. тонн. Согласно прогнозу Министерства экономического развития, утвержденному

⁸⁹ Источник сведений EIA. Energy Information Administration (EIA) – Независимое агентство в системе департамента федеральной статистики США Министерства энергетики США (Washington). Несет ответственность за сбор, анализ, распространение информации об источниках энергии и энергетике. Начало деятельности после нефтяного кризиса в 1973 году.

⁹⁰<http://www.douglas-westwood.com> - DW - Douglas-Westwood Ltd.- Компания Дуглас-Вествуд. Назначение компании – проведение исследований, анализ, обоснование стратегий в секторе энергетических услуг в мире. Компания имеет офисы в Англии, Шотландии, США.

⁹¹http://woo.opec.org/images/woo/WOO_2015.pdf

Правительством России, намечено увеличение добычи нефти в 2016 году до 538 млн. тонн. Исходя из вышесказанных мнений, в таблице 2 можно спрогнозировать тенденцию энергетических ресурсов на последующие 25 лет. В соответствии с результатами анализа, в ближайшие четверть века сохранится приоритет полезных ископаемых. Но процесс выражающийся в том, что уголь уступит свою долю природному газу, усилится. Также доли нефти и природного газа станут почти равными. В очередном анализе тенденции на рынке природного газа будут рассматриваться на основании сведений компании BP⁹². Таблица 3 выражает динамику цен на углеводородные ресурсы.

Таблица 3

Динамика цен, млн. долларов США за Вtu(БТб)⁹³

Год	Япония	Природный газ				ОЭСР
		Германия	Великобритания	США	Канада	
2001	4,64	3,67	3,17	4,07	3,61	4,08
2002	4,27	3,21	2,37	3,33	2,57	4,17
2003	4,77	4,06	3,33	5,63	4,83	4,89
2004	5,18	4,30	4,46	5,85	5,03	6,27
2005	6,05	5,83	7,38	8,79	7,25	8,74
2006	7,14	7,87	7,87	6,76	5,83	10,66
2007	7,73	7,99	6,01	6,95	6,17	11,95
2008	12,55	11,60	10,79	8,85	7,99	16,76
2009	9,06	8,53	4,85	3,89	3,38	10,41
2010	10,91	8,03	6,56	4,39	3,69	13,47
2011	14,73	10,49	9,04	4,01	3,47	18,56
2012	16,75	10,93	9,46	2,76	2,27	18,82
2013	16,17	10,72	10,64	3,71	2,93	18,25
2014	16,33	9,11	8,25	4,35	3,87	16,80
2015	10,31	6,61	6,53	2,60	2,01	8,77

Примечание: 1) Вtu(БТб)-Британская термическая единица, один баррель нефти = $5,825 \cdot 10^6$ Вtu; один кубический метр = 35800000 Вtu;

2) Для Японии - сжиженный газ; для Германии, Великобритании, США, Канады, ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) сырая нефть.

Таблица 4 отражает изменения в объеме производства и потребления природного газа в странах мира.

⁹² BP StatisticalReview of World Energy. June2016. bp.com/statisticalreview. #BPstats

⁹³BP StatisticalReview of World Energy – авторская разработка на основе сведений.

Таблица 4

Объем производства природного газа, млрд.м.куб⁹⁴

Наименование страны	2005 год	2010 год	2015 год	В 2015 году относительно 2014 года, %	Доля в 2015 году, %
США	511,1	603,6	767,3	5,4	22,0
Россия	580,1	588,9	573,3	-1,5	16,1
Иран	102,3	152,4	192,5	5,7	5,4
Китай	51,0	99,1	138,0	4,8	3,9
Туркменистан	57,0	42,4	72,4	4,5	2,0
Узбекистан	54,0	54,4	57,7	0,8	1,6
Азербайджан	5,2	15,1	18,2	3,4	0,5
Казахстан	9,0	10,5	12,4	1,7	0,3
Всего по миру	2790,9	3208,5	3538,6	2,2	100,0
Объемы потребления природного газа, млрд.м.куб					
США	623,4	682,1	778,0	3,0	22,8
Россия	394,0	414,1	391,5	-5,0	11,2
Китай	48,2	111,2	197,3	4,7	5,7
Иран	102,7	152,9	191,2	6,2	5,5
Узбекистан	42,7	40,8	50,3	3,1	1,4
Туркменистан	16,1	22,6	34,3	23,9	1,0
Азербайджан	8,6	7,4	9,8	4,1	0,3
Казахстан	5,3	4,5	8,6	12,9	0,2
Всего по миру	2774,3	3201,4	3468,6	1,7	100,0

Изучение тенденций на мировом рынке углеводородов стало основой для разработки принципов международного маркетинга для обеспечения равновесия спроса и предложения на нефтегазовые продукты. Они определяются следующим образом: соблюдение систематического целевого маркетинга, обеспечивающего стабильную рентабельность на международном рынке; отсутствие запаздывания при входе на рынок с новыми инновационными товарами; всестороннее изучение и адаптация динамики потребительского спроса; направление итоговых результатов на удовлетворение реальных потребностей иностранных клиентов; воздействие на удовлетворение спроса с помощью всех существующих средств; создание индивидуальных сегментов рынка для потенциальных клиентов; повышение технического и технологического уровня и качества продукции при достижении конкурентного приоритета.

В третьей главе диссертации, под названием «**Методы разработки стратегий инновационного и международного маркетинга при повышении конкурентоспособности предприятий нефтегазовой отрасли**» изложены методы формирования конкурентного приоритета предприятий нефтегазовой отрасли; основные направления стратегии инновационного развития предприятий нефтегазовой отрасли; особенности

⁹⁴ BP Statistical Review of World Energy – авторская разработка на основе сведений.

разработки стратегии международного маркетинга при повышении конкурентоспособности нефте- и газодобывающих компаний.

В связи с тем, что в нашем исследовании мы обращались к ряду иностранных источников, особое место занимают сведения IEA по странам и регионам мира (Международное агентство энергетики, созданное в 1974 году). В частности, баланс распределения производства и потребления, спроса и предложения на мировом рынке энергетических ресурсов с 1974 года до 2013 года очень благоприятным образом выражает участие НХК «Узбекнефтегаз». Согласно данным агентства IEA, в 2013 году всего объем энергетических ресурсов на рынке энергетических ресурсов составил 55,25 условных млн.т, из них нефть – 3,1 условных млн.т, природный газ – 48,5 условных млн.т, из которых 11 млн.т были экспортированы.

Методологические аспекты формирования стратегии международного маркетинга в национальной нефтегазовой отрасли определяют использование комплекса таких эвристических методов маркетинговых исследований, как SWOT, STEP, ETOM, QUEST. В данном комплексе уделяется внимание соответствию методов SWOT и STEP существующим условиям и особенностям национальной нефтегазовой системы. В частности, в анализе SWOT даётся оценка потенциалу компании с четырех точек зрения: сильные стороны; слабые стороны; внешние благоприятные возможности и риски и угрозы. Сильные стороны потенциала компании: увеличение доли природного газа в перспективе потребления энергетических ресурсов; усиление региональной интеграции; приоритет в государственной политике (природная монополия); объем запасов и доля в добыче газа; доля системы на мировом энергетическом рынке и валютные поступления от международной торговли (22 %). Слабые стороны проявляются в следующем: незначительность доли новых освоенных месторождений (35 %); степень зависимости от транзитного транспорта; низкая эффективность инвестиционной политики; запаздывание технической и технологической модернизации; повышение доли некачественного сырья; институциональные преобразования; внимание увеличению объема национального спроса; низкий потенциал системы переработки. Внешние благоприятные стороны и возможности включают следующее: использование новых технологий для повышения эффективности использования технического и технологического потенциала и энергетических ресурсов; привлечение иностранных инвесторов; развитие глубокой переработки; разработка новых методов при поиске ресурсных баз углеводородов; варианты диверсификации на международном рынке. В качестве рисков и угроз определены следующие: увеличение внимания возобновляемым энергетическим ресурсам; неопределенности в транзитном сотрудничестве; ухудшение экологической ситуации; уменьшение запасов; риск для энергетической безопасности, связанный с ростом добычи; спрос иностранных клиентов, не имеющих стабильной платежеспособности (запрос); вероятность техногенных катастроф на старом оборудовании и прочее.

Одним из важных средств в маркетинговых исследованиях, направленных на повышение конкурентоспособности отрасли является STEP-анализ. При этом существующая обстановка оценивается в социальном, технологическом, экономическом и организационном аспекте. С социальной точки зрения приоритетное значение приобретают: эффективное использование энергетических ресурсов; смягчение экологических проблем; развитие инфраструктуры; повышение занятости в индустриальных отраслях; рост получаемых доходов. По результатам технологического анализа, рост специализации; повышение спроса на технологии сжиженного газа; внедрение инновационных технологий; изыскания в сфере нетрадиционных источников энергии предопределяют тщательную разработку инновационных стратегий. При экономическом анализе требуется принимать во внимание следующее: природная монополия и монополия; неопределенности в ценовой политике; наличие транзитного транспорта только на суше; возможность получения монопольной прибыли; отсутствие конкурентной среды в отрасли; неопытность в области международного маркетинга. На четвертом этапе STEP-анализа придаётся решающее значение решению организационных вопросов. То есть: механизм оценки инвестиционной политики; промедление в институциональных преобразованиях; гарантии имущественных прав иностранных инвесторов; совершенствование организационных аспектов системы страхования являются приоритетными.

В четвертой главе диссертации под названием **«Оценка стратегии международной конкуренции в нефтегазовой отрасли»** освещены критерии международной конкурентоспособности нефтегазовой отрасли; методика формирования и оценки долгосрочных стратегических целей в нефтегазовой отрасли.

В ходе эвристической и экспертной оценки, применяемой в разработке стратегий инновационного и международного маркетинга при повышении конкурентоспособности национальных нефте- и газодобывающих компаний были оценены страны, непосредственно касающиеся энергетического рынка нашего региона и деятельность их компаний. Ими являются Узбекистан (Узбекнефтегаз), Россия (Лукойл), Казахстан (Казтрансгаз), Туркменистан (Туркмангаз). В качестве критериев оценки были разработаны следующие пятнадцать показателей: гарантирование имущества иностранных собственников; инвестиционные льготы; налоговые льготы; соотношение запасов и эксплуатируемых месторождений; уровень модернизации фондов; развитие инфраструктуры; зависимость от транзитного транспорта; ухудшение экологической ситуации; доля некачественного сырья; степень диверсификации сырья на международном рынке; использование системы переработки; монополизация продаж; эффективность инвестиций; применение инновационных технологий; изыскания в сфере нетрадиционных источников энергии.

При оценке конкурентоспособности были привлечены в качестве экспертов специалисты отрасли. Эксперты имели возможность поставить до

10 баллов по каждому критерию при оценке потенциала каждой страны по установленным критериям. Всего по каждой стране может быть набрано максимально 150 баллов. Результаты оценки конкурентоспособности приведены в таблице 5.

Таблица 5

Экспертные заключения по оценке конкурентоспособности⁹⁵

№	Наименование критерия	Узбек-нефт-газ	Лук - ойл	Каз-трансгаз	Турк - ман-газ
1.	Гарантирование имущества иностранных собственников	7	8	8	7
2.	Инвестиционные льготы	6	7	7	6
3.	Налоговые льготы	9	8	8	7
4.	Соотношение запасов и эксплуатируемых месторождений	5	9	6	9
5.	Уровень модернизации фондов	6	6	8	7
6.	Развитие инфраструктуры	8	5	5	7
7.	Зависимость от транзитного транспорта	8	6	7	8
8.	Ухудшение экологической ситуации	6	7	7	8
9.	Доля некачественного сырья	6	7	6	5
10.	Степень диверсификации сырья на международном рынке	4	7	5	4
11.	Использование системы переработки	5	8	6	6
12.	Монополизация продаж	10	6	6	10
13.	Эффективность инвестиций	5	6	7	5
14.	Применение инновационных технологий	5	7	6	5
15.	Изыскания в сфере нетрадиционных источников энергии	6	7	4	4
	Всего	96	104	96	98
	Оценка конкурентоспособности	0,64	0,69	0,64	0,65

Коэффициент каждой компании определяется соотношением набранных ими баллов и суммы в 150 баллов.

Согласно анализу, набранные результаты заключались в следующем: Узбекнефтегаз -0,64; Лукойл (Россия) 0,69; Казтрансгаз (Казахстан) -0,64; Туркмангаз (Туркменистан) -0,65. Данный показатель свидетельствует о том, что Узбекистан не может эффективно пользоваться своими возможностями. Кроме того, различия между странами не сильно заметны.

На основе результатов экспертного анализа была предложена концепция обеспечения международного конкурентного приоритета предприятий нефтегазовой отрасли (рис. 3).

⁹⁵ Авторская разработка.

Концепция обеспечения международного конкурентного приоритета НХК «УЗБЕКНЕФТЕГАЗ»



Рис.3. Концепция обеспечения международного конкурентного приоритета НХК «Узбекнефтегаз»⁹⁶

⁹⁶ Авторская разработка.

Концепция обеспечения международного конкурентного приоритета состоит из следующего: задачи конкурентоспособности на рынке; стратегии маркетинга; задачи в сфере добычи и переработки; направления деятельности.

В пятой главе диссертации, под названием **«Направления совершенствования использования стратегий международного маркетинга в приоритетном развитии нефтегазовой отрасли в Узбекистане»**, освещены перспективы развития национальной нефтегазовой отрасли, пути обеспечения конкурентоспособности НХК «Узбекнефтегаз», направления совершенствования использования стратегий международного маркетинга в НХК «Узбекнефтегаз».

Важным нормативным актом в сфере развития нефтегазовой отрасли в Узбекистане является Указ Президента Республики Узбекистан № УП-4707 от 4 марта 2015 года «О программе мероприятий по обеспечению структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства на 2015-2019 годы». Согласно нему, часть инвестиционного проекта общей стоимостью 40808,9 млн. долл., всего на сумму 18650,9 млн. долл. была предназначена для глубокой переработки сырья нефтегазовой отрасли. В 870 крупных инвестиционных проектах намечено создание 415 новых предприятий, а также модернизация, техническое и технологическое перевооружение 455 существующих предприятий.

Компанией «Узбекнефтегаз» в сотрудничестве с иностранными партнерами запланирована реализация 54-х инвестиционных проектов. В частности, учитывается повышение международной конкурентоспособности природного газа и продуктов его переработки на мировом и внутреннем рынке. То есть, будет осуществлен ряд крупных инвестиционных проектов по проведению геолого-разведочных работ, освоению месторождений нефти и газа. 19 апреля 2016 года в Бухарской области в сотрудничестве с компанией «Лукойл» было начато строительство Кандымского газоперерабатывающего комплекса. Необходимо подчеркнуть, что расширению нефтегазовой отрасли и глубокой переработке в ней уделяется серьезное внимание. То есть, их доля в общем капитале отрасли составляет более 50 %.

На основании разработанной концепции была предложена система повышения международной конкурентоспособности нефтегазовой отрасли. В системе было учтено наличие трех компонентов, а именно: А) диверсификация и фокусирование регионов, товаров и транспортировки; Б) использование различных форм привлечения иностранных средств; В) создание консорциумов и коопераций.

В свою очередь сегмент системы «А) диверсификация и фокусирование регионов, товаров и транспортировки» делится на: 1) вертикальные; 2) горизонтальные; 3) концентрические блоки. Следующий сегмент системы под названием «Б) использование различных форм привлечения иностранных средств» делится на блоки: 1) приватизация предприятий компаний; 2) привлечение специализированных инвесторов; 3) использование кредитных

ресурсов. В последнем сегменте системы «В) формирование консорциумов и коопераций» блоки служат для следующего: 1) сотрудничество с потребителями мирового энергетического рынка; 2) сотрудничество в обеспечении иностранных промышленных предприятий полимерами и иными ресурсами; 3) сотрудничество с предприятиями по материально-техническому обеспечению и снабжению запчастями; 4) организация сотрудничества с международными финансовыми структурами.

Необходимо подчеркнуть, что реализация вышеприведенной концепции обеспечения международного конкурентного приоритета НХК «Узбекнефтегаз» и реализация стратегий международного маркетинга в НХК «Узбекнефтегаз» послужит достижению следующих положительных результатов: увеличение реализации сырья природного газа китайским компаниям; за счет более глубокого проникновения на международные рынки процесс вертикальной интеграции с иностранными партнерами обеспечит развитие целевых сегментов рынка. Такой подход поможет в устранении проблем, связанных с сезонными изменениями и колебаниями в объеме предложения и обеспечит адаптацию к рыночной конъюнктуре.

Таким образом, исходя из тенденций серьезного снижения цен на сырьевые ресурсы на мировом рынке, НХК «Узбекнефтегаз», для реализации стратегии международного маркетинга, требуется уделять внимание определению уровня цен на природный газ выше точки без убыточности, и одновременно не ниже уровня требований наименьшей рентабельности. При этом важное значение приобретает доведение поиска новых запасов и освоения существующих перспективных запасов до 12-15 % за период 2016-2020 г.г. Наряду с тем, что расширение использования потенциала освоенных месторождений является главным фактором увеличения эффективности и производительности, достижение снижения расходов на 15-17 % за счет применения локализованных современных технологий и средств обеспечит конкурентоспособность в отношении самых минимальных цен, ожидаемых в последующие годы. В случае уровня эффективности не ниже 5-7 %, в условиях данных минимальных цен, внедрение в практику, рекомендуемых по результатам исследования стратегий международного маркетинга, позволит достигнуть получение чистой прибыли в размере 668,9 млн. сум на 2020 год.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Современный энергетический рынок характеризуется такими факторами, как склонность к чрезвычайным резким изменениям цен, низкая вероятность установления коммерческих запасов в регионах и наличие высокой геологической опасности, необходимость привлечения крупных капиталов, дальнейшее расширение и монополизация производств. Согласно данным компании BP (Великобритания) по итогам 2015 года, в мировом потреблении энергии нефть составила 32,9 %, природный газ 23,8 %. Всего потребление энергии выросло в 2014 году на 1,1 %, в 2015 году на 1,0 %. Средний рост показателей за последние 10 лет составили 1,9 %. Цены на все энергетические ресурсы снизились. Максимальное снижение цен на нефть после 1986 года – снизились на 47 %. Такое же снижение по цене природного газа наблюдалось в 2010 году, ранее она превышала 200 долларов за каждую тысячу кубических метров. Глобальная торговля природным газом в 2015 году на 3,3 %. Согласно сведениям организации IEA, в ближайшее десятилетие ожидается рост спроса на топливные продукты, например, потребление нефти и иных продуктов в мире в 2004 году было равно 83 млн. эквивалент тонн, и ожидается, что в 2030 году оно достигнет 118 млн. тонн.

2. Дальнейшее расширение деятельности ШОС в Центральной Азии вызывает дальнейшее углубление процесса интегрирования в энергетические рынки, рост интереса его участников к международному маркетингу. В настоящее время эффективная деятельность Национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз», на которую возложена ответственность за добычу энергетических ресурсов, их переработку или поставку в качестве сырья на национальные и мировые рынки, является опорой стабильного развития нашей национальной экономики. Развитие газовой индустрии в Узбекистане объясняется увеличением экспорта в Китай. Основу нефтегазового потенциала Узбекистана составляют Бухарский и Ферганский нефтеперерабатывающие заводы, унитарное дочернее предприятие Мубарекский газоперерабатывающий завод (запущен в 1971 году), Шуртанский газоперерабатывающий завод, Шуртанский газохимический комплекс (2001), а также, созданный на базе месторождения Сургиль, Устюртский газохимический комплекс (2016).

3. Согласно проведенным исследованиям, в ходе учета снижения негативного влияния на национальную экономику таких факторов, как сохранение амплитуды и неопределенности колебаний цен, спроса на мировых рынках нефтегазовых продуктов, усиление конкуренции, снижение темпов производства, целесообразным является взять за основу следующие принципы международного маркетинга при обеспечении равновесия спроса и предложения: соблюдение систематического целевого маркетинга, обеспечивающего стабильную рентабельность на международном рынке; отсутствие запаздывания при входе на рынок с новыми инновационными товарами; всестороннее изучение и адаптация

динамики потребительского спроса; направление итоговых результатов на удовлетворение реальных потребностей иностранных клиентов; воздействие на удовлетворение спроса с помощью всех существующих средств.

4. Методологические аспекты формирования стратегии международного маркетинга в нефтегазовой отрасли определяют использование методов SWOT, STEP, ETOM, QUEST при осуществлении маркетинговых исследований в последовательной взаимосвязи.

5. Актуальное значение приобретает применение подходов таких международных организаций в отрасли, как IEA, BP, в целях обеспечения прозрачности, расширения рекламы в ходе анализа сведений по национальному нефтегазовому рынку.

6. Использование на практике, предлагаемой на основе результатов исследования концепции обеспечения международного конкурентного приоритета компаний по добыче и переработке нефти и газа, послужит резкому снижению рисков по проектам. Концепция обеспечения международного конкурентного приоритета состоит из следующего: задачи конкурентоспособности на рынке, стратегии маркетинга, задачи в сфере добычи и переработки, направления деятельности.

7. В предлагаемой системе повышения международной конкурентоспособности нефтегазовой отрасли на базе повышения эффективности инновационных и инвестиционных средств в нефтегазовой отрасли служит обеспечению относительных преимуществ в издержках.

8. При создании индивидуальных рыночных сегментов, направленных на удовлетворение потенциальных международных клиентов, достижение диверсификации нефтегазовой отрасли, отраженной в результатах исследования, имеет значение в качестве приоритетного направления международной конкурентоспособности.

9. Необходимо подчеркнуть, что реализация концепции обеспечения международного конкурентного приоритета НХК «Узбекнефтегаз» и стратегий международного маркетинга в НХК «Узбекнефтегаз» послужит достижению следующих положительных результатов: увеличение взаимовыгодной реализации сырья природного газа Российским и китайским компаниям, являющимся традиционными партнерами, за счет более глубокого входа на международные рынки, процесс вертикальной интеграции с иностранными партнерами обеспечит развитие целевых сегментов рынка.

10. Исходя из тенденций серьёзного снижения цен на сырьевые ресурсы на мировом рынке, для реализации национальной стратегии международного маркетинга, доведение поиска новых запасов и освоения существующих перспективных запасов до 12-15 % за период 2016-2020 г.г., расширение использования потенциала освоенных месторождений является главным фактором увеличения конкурентоспособности компании.

Внедрение в практику рекомендуемых по результатам исследования стратегий международного маркетинга позволит наряду с сохранением

уровня эффективности не ниже 5-7 % в условиях минимальных цен, дополнительно в деятельности НК «Узбекнефтегаз» достигнуть получения чистой прибыли в размере 668,9 млн. сум на 2020 год, который является прогнозируемым периодом.

**ACADEMIC COUNCIL FOR AWARDING DOCTOR OF SCIENCES
ACADEMIC DEGREE NO. 14.07.2016.I.31.01 AT THE BANKING AND
FINANCE ACADEMY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN,
TASHKENT INSTITUTE OF IRRIGATION AND MELIORATION,
AND TASHKENT INSTITUTE OF FINANCE**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

DILSHOD BOTIROVICH PARPIEV

**IMPROVEMENT OF INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY OF
ENTERPRISES OF THE OIL AND GAS INDUSTRY IN THE REPUBLIC
OF UZBEKISTAN**

**08.00.11 – Marketing
(economics)**

ABSTRACT OF THE DOCTORAL DISSERTATION

Tashkent – 2016

The theme of the doctoral dissertation was registered in the Supreme Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan with attaching No. 30.09.2014/B2014.5.1337.

The doctoral dissertation was written in Tashkent State University of Economics.

The abstract of the dissertation written in three languages (Uzbek, Russian, and English) can be found on the web-page of the Academic Council (www.bfa.uz) and in the information and educational portal "ZiyoNet" (www.zivonet.uz).

Dissertation adviser: **Bahodir Yunusovich Khodiev**
Doctor of sciences, Economics, Professor

Official opponents: **Ravshan Zokirovich Yuldashev**
Doctor of sciences, Economics

Makhmudjon Rustamovich Boltabaev
Doctor of sciences, Economics, Professor

Ravshan Ibragimovich Nurimbetov
Doctor of sciences, Economics, Professor

Parent organization: **Tashkent Institute of Finance**

The defense of the dissertation will be held at the meeting of the Academic Council No. 14.07.2016.I.31.01 under Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan, Tashkent Institute of Irrigation and Melioration, and Tashkent Institute of Finance, «__»_____20__ at _____ a.m./p.m. (Address: 16 Movarounnakh Street, Tashkent, 100000, e- mail: info@bfa.uz.)

The doctoral dissertation can be found at the Information Resources Center of Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan (registered under No. __). (Address: 16 Movarounnakh Street, Tashkent, 100000. Tel.: 0(371) 237-54-01).

The abstract of the dissertation is placed " __ " _____ 2016.
(Registry Protocol No. __ dated " __ " _____ 2016)

A.Sh. Bekmurodov
Chairman of the academic council for
awarding Doctor of Sciences Academic Degree,
Doctor of Science, Economics, professor

U.V.Gafurov
Secretary of the academic council for
awarding Doctor of Sciences Academic Degree,
Candidate of Science, Economics, Assistant
professor

N.Kh. Khaidarov
Chairperson of the academic seminar
under the Academic Council for awarding
Doctor of Sciences Academic Degree,
Doctor of Science, Economics, professor

INTRODUCTION (Abstract of the doctoral dissertation)

The timeliness and necessity of the theme of the doctoral dissertation. In the global oil-and-gas recovery sector, there have been observed trends of increasing production output through the diversification of hydrocarbon resources sale markets by major companies, ensuring the level of reliability of their supply, increasing the efficiency of activity, use of scientific and technological capacity. In general, the share in the total natural gas production in the world, in the United States is 22%, in Russia is 16.1%, in Iran is 5.4%, in Turkmenistan is 2%, and in Uzbekistan is 1.6 %⁹⁷.

In the period of independent development, in the Republic of Uzbekistan, independence in the field of energy production has been ensured due to transition to promising areas of oil-and-gas recovery. In the vertically integrated UZBEKNEFTEGAZ Unified National Holding Company, ensuring Uzbekistan's being ranked among the eleven leading countries in terms of natural gas production, Shurtan Gas Chemical Complex, Bukhara Oil Refinery, and Ustyurt Gas Chemical Complex have been commissioned; Fergana Oil Refinery has been reconstructed; and the annual capacity of Mubarek Gas Processing Plant has increased almost sevenfold. In 2016, transition to a new stage of industrial development of the Kandym Complex, the construction of which has begun, has been carried out. Calculations show that as a result of manufacturing products with high added value, in 2030, on the basis of development of manufacturing new kinds of goods, the volume of production in the petrochemical industry can grow by a factor of 3.2 times⁹⁸.

In the light of the difficult situation, which manifests itself in the fast-paced globalization of the world energy market, instability, increasing aggravation of international competition, difficulty in forecasting the market situation for extraction of hydrocarbon resources and supplying them to consumers, fuller fulfillment of internal potential and reserves assumes important significance. An important task in this regard is conducting targeted research, including scientific research in the following areas: attracting mutually beneficial foreign investment; development of new oil and gas fields; implementation of structural reforms; transition to the 3 or 4 phase system of refining the existing hydrocarbon raw materials and manufacturing products on their basis that would be competitive at the international level and their sale; maintaining the continuing level of competitiveness in the international market, and developing new market segments.

To a certain extent, this dissertation serves the goal of implementation of the tasks set by the Law of the Republic of Uzbekistan 'On Natural Monopolies' (1997), Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. UP-4707 'On the Program of Measures to Ensure Structural Reforms, Modernization and Diversification of Production in 2015 -2019' dated 4 March 2015, Decree No. PP-

⁹⁷The author's calculations made on the basis of OPEC, IEA and Uzbekneftegaz JSC data.

⁹⁸I.A. Karimov. Our main goal is a dramatic deepening of on-going reforms, structural changes in the economy, creating ampler opportunities for the development of private property, entrepreneurship and small business: Report on the extended meeting of the Cabinet of Ministers dedicated to the results of socio-economic development of the Republic in 2015 and the major priority areas of the economic program for 2016/Islam Karimov. - Tashkent: 'Uzbekistan', 2016, p.30.

2298 'On the Program of Localization of Production of Finished Products, Components and Materials in 2015-2019' dated 11 February 2015, and other normative legal documents related to the industry.

The research study relation to the main research priorities for development of science and technology in the country. This research corresponds to the priority area of development of science and technology in the Republic of Uzbekistan for the years 2012 to 2020 "The spiritual, moral and cultural development of democratic and law-based society and improving the innovation economy" within the framework of ITD-2 Project 'Development of the Scientific Background of Further Deepening Democratic Reforms, Formation of Civil Society, Modernization and Liberalization of the National Economy'.

A review of foreign scientific and research sources on the theme of the dissertation⁹⁹.

Research studies aimed at correction of instability in the world energy market, study of the price situation, maintenance of balance in the recovery and supply of hydrocarbon resources to consumers, regulation of investments, stabilization of ecological situation are being carried out by the leading international centers and universities of the world, including International Energy Agency (IEA) (France), British Petroleum (BP) (United Kingdom), Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) (Austria), Energy Information Administration (EIA) (United States), Bloomberg L.P., Enerdata (independent information and consulting company), Gubkin Russian State University of Oil and Gas (Russia), Institute of Energy Strategy (Russia), Tashkent State University of Economics (Uzbekistan).

Research studies carried out in the world to improve the international marketing strategy for the enterprises of oil and gas industry have produced a number of scholarly results, including: based on the results of research in the field of energy, environmental protection, in particular, natural gas, scientific recommendations on formation of state policy have been developed (American Gas Foundation, USA); technical and economic achievements in the field of gas industry activities in more than 140 countries and ways to promote environmental protection (International Gas Union, Norway) have been grounded; trends and prospects of geological survey work for energy resources around the world, and their sale at the international market, the impact on the provision of ecological balance, changes in price conditions (International Energy Agency, France) have

⁹⁹Elucidated based on the following sources: WOO-World Oil Outlook 2015.pdf - [http://www.opec.org/opec_web/en/IEA-International Energy Agency](http://www.opec.org/opec_web/en/IEA-International%20Energy%20Agency). - <http://www.worldenergyoutlook.org>; BP-British Petroleum BP Statistical Review- bp.com/statisticalreview. #BPstats; Energy Information Administration USA- www.eia.gov; www.enerdata.ru; «Fueling the Future with Natural Gas: Bringing it Home.» (American Gas Foundation); «The New German Energy Policy» (Oxford Institute Energy Studies publication); «Contribution transition energetique» (Association Francaise du Gas); Global Energy Statistical. Yearbook, 2016. -<https://yearbook.enerdata.ru>; U.S. Shale Natural Gas Production. -http://www.eia.gov/dnav/ng/hist/res_epg0_r5302_nus_bcfa.htm; Gubkin RSU of Oil and Gas. - <http://gubkin.ru>; D.S. Kosimova Development of the production potential of NHC UZBEKNEFTEGAZ and management of its effective utilization. Abstract of the doct. diss., Economics (08.00.05-Management) - T.: TSTU, 2006; O.I. Khairullaev Modelling of efficient utilization of productive assets in oil and gas processing industry. Diss. Cand., Economics - Tashkent, 2001. - 133 p.; K.R. Melkumov Institutional reforms in the oil and gas sector of Uzbekistan.: Dis. Cand., Economics. - T.: 2005.- 148 p.

been specified; trends of development of the energy resources market in the developed countries have been defined (British Petroleum, United Kingdom); the effect of trends in Germany's new energy policy on the UK and other European countries has been clarified (Oxford Institute Energy Studies publication, United Kingdom); the features of the gas industry in the European energy market (Association Francaise du Gas, France) have been specified; integrated approaches in empowerment of an organization, specializing in the production of oil and gas on the world oil market have been developed (Organization of the Petroleum Exporting Countries, Austria); the effect of innovative factors on the US National Energy potential has been covered (Energy Information Administration, USA); research studies based on the data relating to energy resources, industrial and carbon waste on a global scale have been carried out (Enerdata); principles of development of the oil and gas industry have been established, models of efficiency of their utilization have been developed (Gubkin Russian State University of Oil and Gas, Russia); the energy strategy for the period up to 2030 has been revised, taking into account the new conditions in Russia (Institute of Thermal Energy Strategy, Russia); directions of development and efficient utilization of the productive capacity of NHC UZBEKNEFTEGAZ have been grounded (Tashkent State University of Economics, Uzbekistan).

Studies to develop and improve the international marketing strategy of oil and gas industry around the world are being carried out, including in the following priority areas: assessment of the situation on the world market of oil and gas products; development of mutually beneficial foreign economic, trade, scientific and technical relations and attraction of foreign investments; substantiation of marketing policy in satisfying internal and external demand for fuel and energy resources at the international level and in our country; development and implementation of the single technical policy in the sphere of modernization and diversification of the sector, based on principles of marketing; improving international and innovative marketing strategies in the development of oil and gas industry.

The level of the problem scientific development. The issues of researching the world energy market and developing of oil and gas industry are paid great attention to in scientific works of domestic and foreign scientists.

The theories of international trade was originally formed in the studies of the English classics, such as Adam Smith, David Ricardo, R. Torrens, and J.S. Mill, and in the XX century, ideas of international trade got traction in the writings and approaches of economists such as E. Heckscher, P. Samuelson, B. Ohlin, G. Mead, V. Leontev, G. Haberler, P. Krugman, M. Porter¹⁰⁰, and these studies have served as a methodological basis for the study of the topic.

¹⁰⁰Porter M. Competition. – M.: Williams, 2000. – p.496; Krugman P. R., Obstfeld M. International Economics: Theory and Policy. – 1988; 8th ed.: Prentice Hall, 2008. – 712 p.; Evans J., Berman B. Marketing / Trans. from English. – M.: 'Ekonomika', 2007-p. 226.

New aspects of the price situation on the hydrocarbon market in the CIS countries have been studied by V.I. Cherenkov, V.V. Bushuevy, A.A. Konoplyanik, A.M. Mastepanov, and A.D. Stepanov¹⁰¹.

When the term ‘international marketing’ was being formed and coined in Uzbekistan, the place occupied by marketing in the international consumer market and in the activity of enterprises was of great importance. The first steps in this regard are the studies of scholars such as A. Bekmurodov, M. Boltaboev, M. Ikramov, Z. Adylova, F. Nazarova, S. Salimov, A. Soliev, Sh. Ergashkhodjaev¹⁰². In carrying out research studies on the development of oil and gas industry, the research works of scholars and specialists such as U. Nazarov, I. Ivonina, Sh. Zokirov, K. Melkumov, A. Zakirov, O. Khairullaev, D. Kosimova, K. Abdurakhmanov have been studied. Although the scientists’ approaches may look like a divergent interpretation of the same process, in fact, there is a common content in their essence.

However, the issues of methods and methodology of international marketing practices in the gas and oil industry in Uzbekistan have not been studied. In particular, the issues related to the strategic levels of oil and gas production enterprises in the environment of international competition in Uzbekistan. This aspect is the basis for choosing the dissertation theme and determining the range of research tasks.

The dissertation theme relation to the research works conducted at the university where the dissertation has been written. The dissertation research is carried out in accordance with the plan of research work of the Tashkent State University of Economics as part of the research project on theme F-1-68-‘Development of Scientific and Methodological Foundations of Transactions and Management of Transaction Costs’ (2012-2016).

The purpose of the study is to develop scientific and methodological proposals and practical recommendations to improve the international marketing strategy of companies operating in the national oil and gas industry.

The objectives of the study:

studying the major trends of development of the world market of hydrocarbon resources in the context of globalization;

¹⁰¹V.V. Bushuev, A.A. Konoplyanik, Ya.M. Mirkin et al. Oil Prices: Analysis, Trends, Forecast. – M.: ‘Energiya’ Publishing House, 2013. – 344 p.; V.I. Cherenkov International Marketing: Textbook – St. Petersburg: Znaniye, 1998. – p.332; Unconventional Gas As a Factor of Gas Markets Regionalization. A.M. Mastepanov, A.D. Stepanov, S.V. Gorevalov et al. /under the general editorship of. A.M. Mastepanov, A.I. Gromov – M.: ‘Energiya’ Publishing House, 2013. – 124 p.; P. Postma. A New Era of Marketing. – St. Petersburg: Piter, 2002; M. Akhmatova, Ye. Popov Theoretical Models of Competitiveness // Marketing. – 2008, #4. – pp. 25-28.; L.I. Shokhinskaya Cost-and-Saving Factors of the Basic Production Assets in the Gas-Production Industry of Central Asia // Economy of Gas Industry. – Moscow: All-Union Electric Power Research Institute Gas Industry, 1975. – # 9. – pp. 56-61.

¹⁰²M.R. Boltaboev Marketing Strategy in the development of the export capacity in the textile industry of the Republic of Uzbekistan; abstr. doctoral diss., economics.— T., 2005.; Z.D. Adylova Marketing Strategy in International Markets: Theory and Practice. –T.:Academy of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Uzbekistan, 2008.; Ahmadjon Soliyev. Marketing. Bozorshunoslik. – T.: «IQTISOD-MOLIYA», 2010.; M.A. Ikramov, S.A. Salimov International Marketing: College-Level Teaching Aid –T.: Publishing House of A.Navoi Uzbekistan National Library, 2010.; N.P. Munko Gas Industry of Uzbekistan.- Tashkent. Gosizdat, 1963. – 232 p.; R.M. Razakov. Performance of Basic Assets in the Oil and Gas Production Industry of Uzbekistan. – Tashkent. FAN, 1972.– 146 p.

analysis of the position of the oil and gas industry of Uzbekistan in the global system;

coverage of the methodological foundations of developing the international marketing strategy for the development of the oil and gas industry;

analysis of strategic aspects of development of the national oil and gas industry in the conditions of growth in international demand in the hydrocarbon resources market;

preparation of research proposals and recommendations for the assessment of the international competitiveness of the oil and gas industry;

justification of the concept of increasing the international competitiveness of development of the NHC UZBEKNEFTEGAZ;

development of a system for improvement of international marketing strategies;

development of trends in the development of the NHC UZBEKNEFTEGAZ on the basis of international competitiveness and marketing strategies.

The National Holding Company (NHC) UZBEKNEFTEGAZ and companies in its system were chosen as **the object of the research study**.

The subject of the research is relations of improving the international marketing strategies aimed at increasing the competitiveness of the NHC UZBEKNEFTEGAZ in international trading activities.

Research methods. In solving the objectives set in the research study, alongside with the system-oriented analysis of the industry trends, emerging on a national and international scale, such methods of marketing research as SWOT, STEP (PEST), ETOM, QUEST, P. Krugman and M. Porter' approaches, as well as the methods of questioning, observation, heuristic and expert evaluation were used in evaluating international competitiveness.

Scientific novelty of the research study includes the following:

a mechanism of implementation of international marketing principles to ensure the supply and demand balance for oil and gas products on the basis of a study of trends in the global hydrocarbon market was developed;

methodological aspects of formation of international marketing strategies that will take into account the peculiar conditions in the national oil and gas system based on a vertical integration were grounded;

the heuristic method and expert evaluation method used in the development of international marketing strategies for the competitiveness of the oil and gas industry were improved;

a system concept to ensure international competitive priority, covering the objectives, marketing strategies and activities in the sphere of the national oil and gas market, mining and processing of hydrocarbon resources was developed;

a system of implementing global marketing strategies based on diversification and focusing of regions, goods and their transportation in enterprises of the national oil and gas industry, attracting foreign funds in various forms, creation of consortia and cooperative businesses was proposed.

The practical results of the research study are as follows:

the principles of assurance of the market balance in order to strengthen the status of the NHC UZBEKNEFTEGAZ in the international market were recommended for use;

proposals to improve the stability of the NHC UZBEKNEFTEGAZ' activity through the use of SWOT, STEP (PEST), ETOM, and QUEST methods, as well as P.Krugman and M.Porter's methods of evaluation of international competitiveness in carrying out studies of international marketing were developed;

the concept of assurance of international competitive priority, proposed in the practice of the industry and serving to enhance competitiveness in the global market was developed.

The reliability of the results obtained. The reliability of the results of the study is determined by the fact that they were obtained through the comparative and critical analysis of scientific-theoretical views of well-known academic economists concerning the improvement of international marketing strategy for oil and gas companies, study and generalization of best international practices, from the official sources of the database of prestigious national and international organizations, the results of expert evaluation, their foundation on statistics provided by the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan, as well as on the analysis of other practical information.

The scientific and practical significance of the research study results.. The scientific significance of the research results is determined by the possibility of their use in carrying out research studies on sustainable development of the real sector of the national economy, for the following purposes: reducing the amplitude and uncertainties persisting fluctuations in demand price in oil and gas product markets, based on the principles of international marketing to ensure the supply and demand balance ; the efficient use of the system of targeted marketing, providing stable profitability in the international market; ensuring timely import new innovative products into the market; a comprehensive study of the dynamics of consumer demand and adapting to it; addressing the aggregate final results to the real needs of foreign customers; influencing using all existing means facilities while meeting the demand.

The practical significance of the results of the study is determined by the fact that the developed scientific proposals and recommendations are to develop a package of extensive measures aimed at improving the international marketing strategy of oil and gas industry enterprises in the country.

Implementation of the research results. On the basis of proposals designed to improve the international marketing strategy for oil and gas companies in the Republic of Uzbekistan:

based on a study of trends in the world hydrocarbons market, the mechanism of implementation of international marketing principles to ensure the balance of supply and demand for oil and gas products has been put into practice (Certificate of the Information-Analytical Department on the Issues of the Geological, Fuel and Energy Complex, Chemical, Petrochemical and Metallurgical Industries at the

Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No.06/1-353 dated 11 November 2016), including:

using the mechanism for development and implementation of the single technical policy in the field of modernization and diversification of the NHC UZBEKNEFTEGAZ' activity and strengthening its status in the international market;

introducing the methodological aspects of the formation of international marketing strategy, taking into account the peculiar conditions in the national oil and gas system based on vertical integration, in the industry activity, has allowed assessing the situation on the world market of oil and gas products, developing foreign economic, trade and scientific-technical relations, and attracting even more foreign investments;

putting into practice the heuristic method and expert evaluation method applied in the development of international marketing strategies for increasing the competitiveness of the companies of the oil and gas industry has allowed justifying the marketing policy of our country in the field of internal and external demand for fuel and energy resources;

the system concept of assurance of the international competitive priority covering objectives in the national oil and gas market, mining and processing of hydrocarbon resources, the marketing strategy and the activity area of the NHC UZBEKNEFTEGAZ, was used as a methodological tool in the preparation of the Program of Medium- and Long-Term Activities (Certificate of Mubarek Gas Processing Plant No. 5 dated 10 February 2016; Certificate of the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ No. 9-1/29-78 dated 11 November 2016). As a result, putting in practice international marketing strategies recommended bases on the research results for 2020, which is projected period, will allow realizing the net profit in the amount of 668.9 million soum in the NHC UZBEKNEFTEGAZ' activity additionally, alongside with maintaining the level of efficiency of at least 5-7% in terms of minimum price.

The methodological aspects of formation of the mechanism of implementing the principles of international marketing to ensure the balance of supply and demand for oil and gas products, and international marketing strategies, taking into account the peculiar conditions in the national oil and gas system based on vertical integration (Certificate of the Department on the Issues of Geological, Fuel and Energy Complex, Chemical, Petrochemical and Metallurgical Industries of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 105/43 issued in 2016) have been introduced in the NHC UZBEKNEFTEGAZ's activity. The results were used to develop and implement the marketing policy in the sphere of modernization and diversification of the NHC UZBEKNEFTEGAZ and strengthening its status in the international market.

Evaluation of the research results. The research results were presented in the form of reports and approved at 21 research-to-practice conferences, including both national and international ones, on the following themes: 'Regulating the labor market and labor migration of population in the context of liberalization of the economy of Uzbekistan' (Tashkent, TSUE, 2007), 'The

activities of the youth of independent Uzbekistan in scientific progress' (Tashkent, TSUE, 2008), 'A harmonious generation is the intellectual wealth of research studies' (Tashkent, TSUE, 2010), 'Problems of development of small business, based on the latest scientific achievements and innovative technologies' (Tashkent, Uzbekistan Academy of Sciences, 2011), 'Guidelines for ensuring the stability of the banking and financial system in terms of modernization of the economy' (Tashkent, TSUE 2012), 'The ways of sustainable development of Uzbekistan's economy and increasing incomes of the population' (Tashkent, TSUE 2013), 'Prospects for improving the activity of the corporate sector in terms of modernization of the economy' (Fergana, Fergana State University 2014), 'Priority directions of innovative development of foreign economic activity of regions' (Tashkent, TSUE 2014), 'Directions of development of the strategy of socio-economic development of the regions' (Urgench, Urgench State University 2015).

The publication of research results. The theme of the dissertation was reflected in 46 research papers published, including 1 monograph, 14 articles in scientific journals, which were recommended by the Supreme Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan for publication of the basic results of doctoral dissertations, 12 articles were published in national journals and 2 ones were published in foreign journals.

The structure and volume of the dissertation. The doctoral dissertation consists of an introduction, five chapters, conclusion, references, and annexes. The volume of the dissertation is 205 pages.

MAIN CONTENTS OF THE DISSERTATION

The **Introduction** of the dissertation is devoted to proving the timeliness and necessity of the conducted research, describing purposes and objectiveness, and also the research object and subject. It specifies the compliance to the priority directions of development of science and technologies of the Republic, and it also states scientific novelty and practical results of the research. In addition it discloses scientific and practical significance of the results obtained, implementation of results in practice, and it provides the data on the published works and on structure of the dissertation.

The first chapter of the dissertation, titled 'The theoretical and methodological foundations of international marketing strategy in an Oil and Gas Industry' covers peculiar features of development of an oil and gas industry in national economy, use of the principles of international marketing in ensuring balance of the demand and supply on oil and gas products in the world, methodological aspects of forming of strategy of international marketing in an oil and gas industry.

The institutional transformations in the system of an oil and gas industry of our country are characterized by the process of three stages, consisting of creation of UZBEKNEFTEGAZ state concern¹⁰³, transformation of state concern into

¹⁰³ Decree of the President of the Republic of Uzbekistan. On the Establishment of the State Oil and Gas Industry Concern of Uzbekistan UZBEKNEFTEGAZ No.PF-393-a dated May 3,1992.

national corporation UZBEKNEFTEGAZ¹⁰⁴, creation of national holding company UZBEKNEFTEGAZ¹⁰⁵, expressing structural and intrinsic upgrade of vertically integrated structures towards the market relations. Of course, in the conditions of these organizational changes the certain entities were liquidated, and others received new institutional names. The transition to the operating structure of the company was performed on August 21, 2006¹⁰⁶.

The following tasks were established: organization of marketing researches for the purpose of deepening of economic reforms; development of perspective strategy of increase in efficiency of activities and stable development of an industry; development of new types of competitive products and assistance in entry into the world markets in accordance with requirements of the present stage of market reforms¹⁰⁷. At the same time much attention was paid to broad attraction of foreign investments for upgrade and technological modernization of the entities.

Production capacities of the NHC UZBEKNEFTEGAZ allow extracting 60-70 billion cubic meters of natural gas and liquid hydrocarbons of 8 million tons per year. Thanks to these indicators of the NHC UZBEKNEFTEGAZ occupies 11th place in the world on natural gas production. Uzbekistan has large reserves of fossil hydrocarbons. Oil and gas potential has about 60% of the territory of the Republic. In regions of Uzbekistan rich with oil and gas 211 fields of hydrocarbonic raw materials are opened. 108 of them – the gas field and gas condensate, 103 – oil and gas deposits, oil and gas condensate and oil. More than 50% of fields work, 35% of them are prepared for development, prospecting are continued in the others.¹⁰⁸

JSC Uztransgaz, being one of six joint-stock companies in the NHC system¹⁰⁹, according to the legislation has responsibility for gas transportation under high pressure through the pipeline more than 13000 thousand kilometers long. The prices for production and gas transportation are formed at the level of the company in a centralized order. This aspect is the main sign of activities of an

¹⁰⁴ Decree of the President of the Republic of Uzbekistan ‘On Reorganization of the State Oil and Gas Industry Concern of Uzbekistan into National Oil and Gas Industry Corporation (UZBEKNEFTEGAZ) ‘No. UP-518 dated December 23, 1992; Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan ‘On the Issues of Organization of the National Oil and Gas Industry Corporation UZBEKNEFTEGAZ No.31 dated January 14, 1993.

¹⁰⁵ Decree of the President of the Republic of Uzbekistan ‘On Reorganization of the National Oil and Gas Industry Corporation of Uzbekistan UZBEKNEFTEGAZ into the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ No. PF-2154-a dated December 11, 1998; Resolution of the Cabinet of Ministers of Uzbekistan ‘‘On the Establishment of the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ and the issues of its activities’ No.523 dated December 15, 1998; Resolution of the Cabinet of Ministers of Uzbekistan ‘On Amending Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan ‘‘On the Establishment of the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ and the issues of its activity’’ no. 523 dated 15 December 1998’ No.233 dated June 19, 2000 (the Resolution repealed on 21/10/2003); Resolution of the Cabinet of Ministers of Uzbekistan ‘On the Improvement of the Management Structure of the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ No.460 dated October 21, 2003.

¹⁰⁶ Decree of the President of the Republic of Uzbekistan ‘On Measures to Improve the Organization of the Activity of the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ No.446-PP dated August 21, 2006.

¹⁰⁷ Decree of the President of the Republic of Uzbekistan ‘On Improvement of the System of Administration and Maintenance Bodies’ No.UP-3366 dated 22 December 2003.

¹⁰⁸ <http://www.ung.uz/>

¹⁰⁹ Created on the basis of the following regulations: Decree of the President of the Republic of Uzbekistan ‘On Reorganization of the National Oil and Gas Industry Corporation UZBEKNEFTEGAZ into the National Holding Company UZBEKNEFTEGAZ No.UP-154 dated December 11, 1998; Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan ‘On Measures Aimed to Development and Improvement of the Activities of the Joint-Stock Company UZTRANSGAZ No. PP-438 dated 8 August 2006.

industry in the conditions of natural monopoly¹¹⁰. Usually subjects of natural monopoly exert strong impact on national economy. Therefore for the purpose of enhancement of the state control of their activities, and also decrease in product cost and services, determination of the prices and rates for products or services according to requirements of the international market, increase in their quality an urgent task is development of rules of the actions in the market aimed at providing proportionality of interests of foreign consumers, the state and subjects of natural monopolies.

The primary establishment of communication of the industry with foreign states is the construction in 1962 of the first stage of the gas pipeline Bukhara - the Urals, completion in 1965 of a construction of its second queue, and starting deliveries to the Urals more than 20 billion cubic meters of gas a year. During years of independence the direction of development by an industry of the foreign markets changed from the northwest to the east. It is explained by implementation of official agreements on supply of natural gas to China in June, 2010. Since August, 2012 supply of gas to China will constitute 3 billion cubic meters. In the agreement finishing scopes of supply of gas since 2015 to 3 billion cubic meters, subsequently to 10 billion cubic meters is established.

The industry worked out 'The concept of development of the oil and gas industry for 2002-2010', 'The development program of the oil and gas industry for 2007-2012' in which the main strategic decisions directed to strengthening of geological prospecting works, increase in amounts of hydrocarbon production, further enhancement of system of oil refining and gas, gas transportation improvement were determined. The system of the NHC UZBEKNEFTEGAZ also actively participates in the serious structural transformations established in the program of localization of the country¹¹¹. Only for 2015, 17 industry projects were proposed, in which the level of deepening of localization of finished goods, accessories and materials exceeds 36%. According to the given statistics, raw materials, accessories for amount of 178,7mln. U.S. dollars were imported in 2010, at the same time, the products for amount of 297, 3 billion soum were purchased from local producers.

In 2015 on account of realization of the program of optimization of import by importing, in total, the raw materials for amount of 483 mln. dollars and 1 trillion sums were purchased. This indicator is 14,7% less than amounts for 2014¹¹². And in 2016 it is planned to increase this indicator to 16,6%. That is, the total cost of delivered goods, the rendered services based on 872 agreements purchased by the company at local producers in 2015 constituted 967,9 billion sums, that is 1,36 times more than the indicators reached in 2014. Besides, in 2015 during regional and sector industrial fairs the entities of an oil and gas industry signed additional contracts on the amount of 115,4 billion sums. Therefore, for the

¹¹⁰N. Sharipov Natural Monopolies and Their Regulation. J.: Enterprise Management. 1 (79), 2014.- pp.13-16

¹¹¹ Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan 'On the Program of Localization of Production of finished goods, accessories and materials for the years 2014-2016' No.PP-2120 dated February 4, 2014; Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan 'On the Program of Localization of Production of Finished goods, accessories and materials for the years 2015-2019 No. PP-2298 dated February 11, 2015.

¹¹² Review.uz.Economic review.

purpose of a noticeable growth in volumes of production in primary branches of economy, according to programs of localization, the national holding company UZBEKNEFTEGAZ conducted consecutive marketing researches.

In chronology of the scientific research concerning the analysis of development of an oil and gas industry in our country, in research works of N. Munko, R. Razakov, L. Shokshinskaya¹¹³ -the principles of the administrative planned economy were taken as a basis. Accounting of balance of the demand and supply on oil and gas products in the world for providing the international competitiveness was covered in approaches of A. Zakirov, K. Melkumov¹¹⁴. Questions of modeling of effective use of fixed assets in an industry were considered by O. I. Khairullayev¹¹⁵, researches within the Central Asian region were performed by Sh. Mazhitov, I. Tochitskaya, A. Volgin¹¹⁶. Also researches in which the share of a national oil-and-gas sector in regional integration¹¹⁷ is analyzed, deserve certain attention.

In subsequent approaches of U.Nazarova, I.Ivonina, Sh.Zokirova¹¹⁸the oil and gas industry is focused attention as the priority economic sector.

It is necessary to emphasize that expansion of international trade in hydrocarbonic resources, specialization of national economies and strengthening of their interrelations completely correspond to the ideas pushed in the beginning by the founder of scientific market economy A. Smith¹¹⁹. Subsequently the ideas of international trade were developed in works of the English economists D. Ricardo, R. Torrens and J. S. Mill¹²⁰. The main achievement of classics is the theory of relative expenses of production. In the 20th century the theory of the international trade relations was developed by such economists as E.Kheksher, P. Samuelson, P. Olin, D. Meade, V. Leontyev, G. Haberler, P. Krugman, M. Porter conducting

¹¹³ Munko N. P. Gas industry of Uzbekistan. - Tashkent. State publishing house, 1963. - 232 pages; Razakov R. M. Efficiency of fixed assets in the oil and gas industry of Uzbekistan. – Tashkent. FAN, 1972. – 146 pages; Shokshinskaya L. I. Indicators of cost efficiency of the fixed business assets in the gas industry of Central Asia/Economy of the gas industry. - Moscow: VNIIEGAZ-prom, 1975. - No. 9. - Page 56-61.

¹¹⁴ Zakirov A. A. Technique of assessment of intensity of development of gas and oil producing production. – Tashkent: NTS PO Uzbekneft, 1992. - 20 pages; Melkumov K. R. Institutional transformations in an oil and gas complex of Uzbekistan.: Diss. cand.econ.sciences. - T.: 2005. - 148 pages; Melkumov K. R. Institutional transformations in an oil and gas complex of Uzbekistan: avtoreferat. diss. cand.econ.sciences: 08.00.04 / Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan, Institute of economy. - T.: 2005.

¹¹⁵ Khayrullayev O. I. Modeling of effective use of the fixed business assets in an oil and gas-processing industry / a yew. PhD Econ. – Tashkent, 2001. – 133 pages.

¹¹⁶ The NHC UZBEKNEFTEGAS at the present stage of development and its prospect in interrelation with the energy market in Central Asia//the Power market of Central Asia: tendencies and prospects. T., 2006. – Page 43-44.; Tochitskaya I. The main characteristics of trade in energy goods in EurAsEC//the Economic review of EurAsEC. – 2006. – No. 3. – Page 11-12.; Volgin A. Oil-and-gas sector of Central Asia and scenarios of regional integration//Economic review of EurAsEC +. – 2006. – No. 7. – Page 34-39.

¹¹⁷Rasulev A. F., Trostyansky D. V. Oil and gas complex of Uzbekistan: condition and prospects. http://journals.manas.edu.kg/reforma/oldarchives/2002-4-16/18_967-3700-1-PB.pdf.

¹¹⁸U.S. Nazarov Recent trends in the development of oil and gas industry of Uzbekistan // Oil-Gas, 2010. №3 -pp.11-12; I.E.Ivonina Improving the management of sustainable development of the oil and gas industry of Uzbekistan. Specialist. 08.00.13-management. Cand. Diss., Economics. - T., 2012. -162 p.; I.E. Ivonina Analysis and diagnostics of financial and economic activity of the oil and gas industry. – T.: Uzbekneftegaz. UzNIONGP. 2012. -135 p.; Sh.E. Zokirov Global problems of pricing in the world market of oil // scientific electronic journal ‘Economics and innovative technology’. 2015. - #5, September-October.

¹¹⁹A. Smith, The Wealth of Nations / A. Smith; [Translated from Eng .; foreword by V.S.Afanasev]. - M .: Eksmo, 2007.- 960 p.- (Anthology of economic thought).

¹²⁰ Blaug M. Economic thought in retrospective. Transl.from English., 4th ed. - M .: DELO, Ltd., 1994. - 720 p.

researches in developed countries¹²¹. The basis of the theory of international trade which could unite ideologically these scientists is distinction of working conditions between the countries or the national companies.

The fact that the principles of international marketing and approaches to their use were the focus of attention of a number of researchers deserves attention. S. Karpova emphasizes as the basic principle the direction of final results on the valid needs and desires of foreign consumers¹²², and I. Akhmedov – fight for the consumer and satisfaction of his quickly changing needs for conditions of the strong international competition¹²³. Along with the subjects ‘International Marketing’, ‘Principles of International Marketing’ also theoretical methodical aspects of the subject ‘Strategy of International Marketing’ were the focus of attention of a number of researchers. In our country also in educational literature a number of aspects on this subject is integrated¹²⁴. K. David¹²⁵ suggests to use in an explanation of methodical bases of strategy as a support approaches in description of I. Ansoff. Also, in other modern methodical sources it is offered, without being limited to a traditional marketing complex 4P (Product, Price, Place and Promotion (promotion)), to apply jointly rules of 7P and 4S¹²⁶.

Expansion of 4P to 3P (people), Process and Physical evidence) and 4C (Customer, Cost, Convenience) of and Communication (communication)) is explained as strengthening of the international competition. Thus, final development of capacity of the entities of an oil and gas industry depends on extent of development of the international competitive environment. The principles of forming of strategy of international marketing are classified with division into three groups. They are divided into the principles: standardization or adaptations (adaptation); concentration (consolidation) or separations; integration or independence¹²⁷. The second approach to forming of strategy of international marketing relies on regional participation of the company in the principles of concentration and separation. According to this approach, the optimum policy of placement of structural divisions is created and the competitive priorities and synergies allowing working most effectively are implemented¹²⁸. The last approach relies on the principles of integration or independence of strategy of international marketing. Here as the major criterion are considered an accountability of structural units of the global company of the international industry in various regions (integration model)¹²⁹ or conditions of receipt of the independent income.

¹²¹ M. Porter Competition. - M.: Williams, 2000. - p.496; P. Postma A New Era of Marketing. – SPb.: Piter, 2002; Cherenkov VI International Marketing: Textbook. Guide - St. Petersburg.: Knowledge, 1998, S.332; Evans J., Berman B. Marketing / Trans. from English. - M.: Ekonomika, 2007. p. 226.

¹²² S.V. Karpova International Marketing. Proc. manual for schools, 2 nd ed. - M.: Ekzamen, 2005. – 39p.

¹²³ I.A. Akhmedov Tashki iqtisodiy deyatelnostini rivojlantirishda halkaro marketing tamoyillaridan foydalanishning uslubiy xizmatlari. Biznes-ekspert.#1, 2016. - pp.18-25.

¹²⁴ Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashodjaeva Sh.J. Strategik marketing: O`quv qo`llanma. –T.:TDIU, 2010.– p8.

¹²⁵ C. David Strategic marketing. - M.: ‘Williams’ Publishing House, 2003. – 223p.

¹²⁶ T.C. Melewar, S. Gupta Strategic international marketing: an advanced perspective. – Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan, 2012. – 303 p.

¹²⁷ Lim L. Development of archetypes of international marketing strategy // Journal of International Business Studies. 2006. #37. P.499.

¹²⁸ Bradley, F. International marketing strategy. Pearson Education, 2005.p.89.

¹²⁹ Verbeke, A. International business strategy. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2009.p.81.

The strategy having certain principles of standardization, concentration and integration is the global strategy of international marketing of the company¹³⁰.

Theoretical and methodological basis of international marketing is a classical marketing. Though now many use the term ‘international marketing’, in scientific literature we meet such terms as ‘national marketing’, ‘export marketing’. According to experts of the UN, firms whose goods and services are made and distributed in two and more countries, take the place in classification of the international companies. This fact is a basis for international marketing. The scientists who made an important contribution to forming of the term ‘international marketing in Uzbekistan, in the researches they paid much attention to a marketing role in the international consumer market and activities of the entities. In our opinion, the first step in this respect are researches of Z.Adylova, M. Boltaboyev, A. Soliyev, M. Ikramov, S. Salimov, F.Nazarova¹³¹ on system studying of international marketing in our country.

The determination of international marketing by the following foreign scientists also deserves attention: N. Filipenko, E.Tatarsky, R. Lush, V. Lush, V. Cherenkov, N. Moiseyeva, M.Hetibert, S. Palivoda, L. Berkovert¹³² (Table 1).

Table1

The analysis of determinations of foreign scientists concerning international marketing¹³³

Author	Definition content
N.Fillipenko, E.Tatarski	Important complex of actions for sales of goods and services out of the country.
R. Lush, V.Lush	Intercountry goods and services marketing.
L.Berkovert	The marketing activity performed at the same time not only in one country, but in several countries.
V.Cherenkov	Technology of the international business in the form of a peculiar barter with crossing of state borders in which exchange provides satisfaction of interests and needs of participants.
N.Moiseeva	The activity requiring systematic, planned and active handling of the international markets on the various stages of movement of goods to buyers.
M.Heribert	Ensuring effective activities of the entity abroad with preserving a role of the entity in the domestic market.
S.Palivoda	Network of relations between the companies involved in process of purchase and trade to the last consumer.

¹³⁰ Lim L. Development of archetypes of international marketing strategy // Journal of International Business Studies. 2006. №.37. P.508

¹³¹ Adylova Z.J. Marketing strategy in the international markets: theory and practice. – T.: Ministry of Internal Affairs academy of the Republic of Uzbekistan, 2008.-284.; Boltaboyev M. R. Marketing strategy in development of export opportunities of the textile industry of the Republic of Uzbekistan. - abstract. diss.doct. econ.sciences...– T., 2005. - 10-b.; A. Marketng'sSoliyev. Rynkovedeniye. – T.: "IQTISOD-MOLIYA", 2010. – B.354.; Ikramov M. A., Salimov S.A. International marketing: Study book for HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS. – T.: National publishing house. Uzbekistan of A.Навои, 2010. - 308 pages; Nazarova F.M., Karimova R.N. International marketing. Education guidance. – T., 2010. – 254 pages.

¹³² N.N. Filipenko, Ye.L.Tatarsky Principles of Marketing: Teaching Aid. - M .: Publishing House-business corporation ‘Dashkov & Co’, 2006. – 115p.; Lush R.F., Lush V.N. Principles of Marketing. -Boston, 1997, pp. 22-26 .; V.I. Cherenkov International marketing.-SPb .: Znaniye, 1998. - pp. 18-20; N.K. Moiseeva International Marketing. – M.: Economics and Marketing Center, 1998. - C.6 .; Hetibert M. «Strategische Unternehmensfuhung and Marketing» / Wiesbaden, 1998. p. 267-268 .; Paliwoda S. «International Marketing», 2nd ed. Butterworth-Heinemarm Ltd., Oxford, 1., Boston, 1993. p.16.Berckovert L. Internationales Marketing. -Berlin, 1995, p. 200-202.

¹³³ The author’s development

It is necessary to emphasize, that the methodological approaches analyzed above concerning international marketing are directed to achievement of competitiveness in the international market. Immediate tasks predetermine deeper studying of the approach considering peculiar conditions in national oil and gas system, that is conditions of the international competitiveness. In this respect, in particular it becomes important implementation of the enhanced 'Theory of five forces or the concept of the expanded competition' and the work 'National Rhombus' of Porter. At the same time, approaches in this concept open a way to stable development on the basis of requirements to the international competitiveness of a national oil and gas industry. So, the conditions of the world market of hydrocarbons, enduring more and more amplifying sharp and chronic crisis require the new approaches which are completely taking into consideration the industry features when providing the international competitiveness for the UZBEKNEFTEGAZ joint-stock company, established on vertical integration.

The 2nd chapter of the dissertation, called 'Tendency of development of an oil and gas industry on the basis of the strategy of international marketing' covers the analysis of tendencies of development of the world energy markets in the conditions of globalization; the analysis of the directions of attraction of foreign investments in development of an oil and gas industry; tendencies of regional development of potential of production and refining of oil and gas.

The analysis of tendencies in the world market of hydrocarbons is one of the most problematic researches. Because resources have certain properties, conventional units of an oil equivalent are applied to them. Also, the different analysis of such prestigious organizations and companies as OPEC, EIA, ICE, Bloomberg L.P, Enerdata¹³⁴, the Russian institute of the energy strategy, the Oil and Gas Vertical magazine, complicates exact diagnostics of the market. Actually according to dynamics over 50 years, changes in hydrocarbon production, which were always difficult to be predicted are occurring in the principles of the market, natural resources and in other features of economy. For this purpose, it is possible to address dependence of global demand on oil extraction in the countries of OPEC and outside of OPEC (fig. 1).

For example, in 1998 when the oil price was 20 dollars/barrel., it was considered that it wouldn't exceed 30 dollars/barrel¹³⁵. After 10 years, that is in 2008 the annual average price of oil exceeded 110 dollars/barrel., and from the beginning of a world economic crisis the price reached the peak, that is the level of 147doll./barr. At the same time, in 2014 no official circles or researchers supposed that by the end of 2015 the cost of oil would fall to the level of 30 dollars/barrel.

¹³⁴ <http://www.enerdata.ru>. Enerdata is an independent information and consulting company. Due to more than 30 years of experience on a global scale, it is a research field for the energy, industrial, and carbon waste.

¹³⁵ http://www.ngv.ru/analytics/enerdata_neftyanye_shoki/

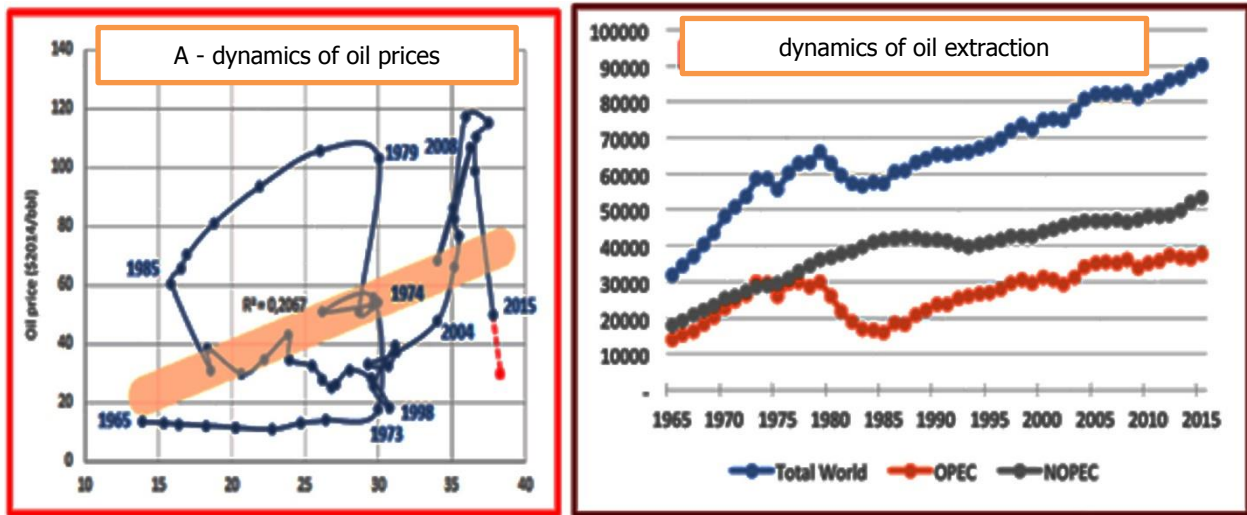


Fig. 1. The cost of oil, extracted in the world during 1965-2015 (A) and its dynamics (B)

Actually, according to approach of mid-term planning, in case of determination of offers on oil extraction at full capacity, OPEC countries base their actions on a stock depletion and on the investments directed to industries. But the long-term preferential strategy of the companies confirms that it contradicts the rule of Hotelling. According to this rule, it is emphasized that without geopolitical crisis the level of final randomization of the prices of stock units for production of underground minerals must change with rates equal to the level of an interest rate.

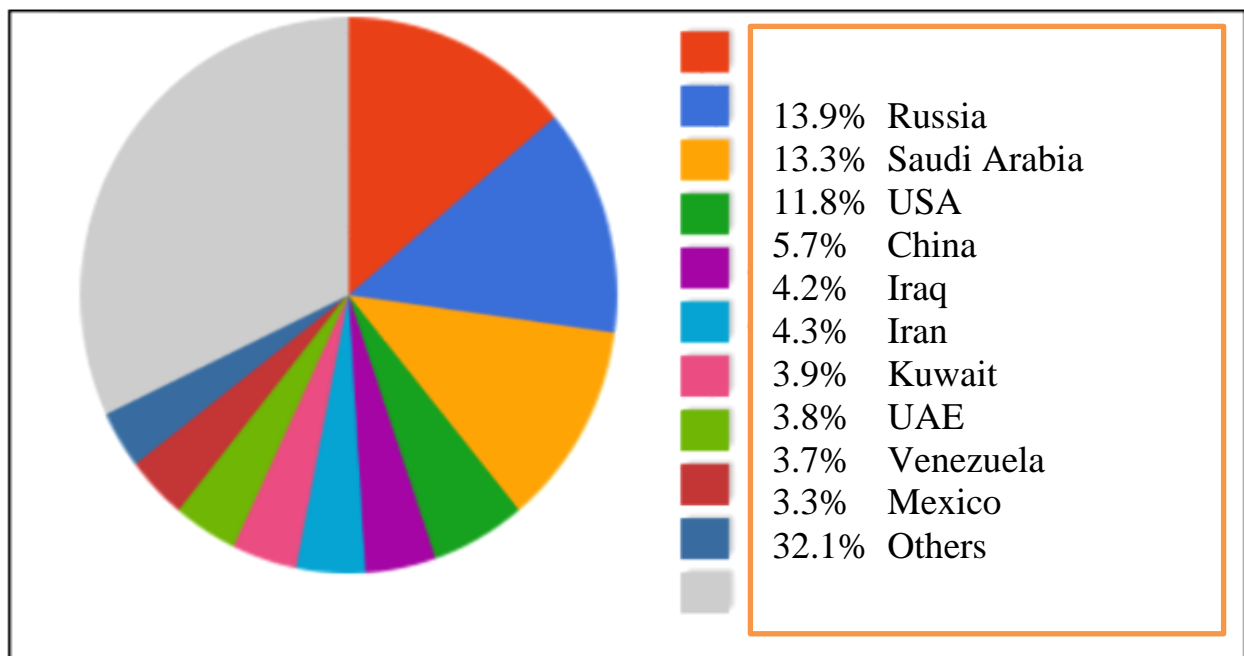


Fig. 2. The rating of 10 countries having the greatest share in oil extraction on OPEC, 2015¹³⁶

In its turn, the amount of internal oil extraction in the USA grew from 6,8 million barrels of dollars /day with in 2006 to 14,021 million barrels of dollars /day

¹³⁶ http://woo.opec.org/images/woo/WOO_2015.pdf- the author's development based on the data.

in 2014. That is, within 5-6 years there were circumstances which weren't assumed by researchers, and the USA became the leading country in the world on oil extraction. Thus, they upstaged Saudi Arabia (11,624 million barrels of oil / day) and Russia (10,847 million barrels of oil / day)¹³⁷. Table 2 shows the dynamics of level of demand on the main energy sources in the world.

Table 2

Dynamics of level of demand on the main energy sources in the world¹³⁸

Types of energy sources	In a conditional oil equivalent, mln. barr / day				Increase percentage	Share, %			
	2013	2020	2030	2040		2013-40	2013	2020	2030
Oil	84,4	90,1	96,1	100,6	0,7	31,5	30,2	27,9	25,2
Coal	76,1	84,2	92,4	98,3	1,0	28,4	28,3	26,8	24,6
Gas	59,2	69,1	87,7	111,5	2,4	22,1	23,2	25,5	27,9
Nuclear energy	17,5	13,9	13,1	23,5	2,2	4,9	4,7	5,1	5,9
Hydro energy	7,4	8,9	6,3	10,2	1,8	2,4	2,5	2,6	2,5
Biomass	29,1	33,6	26,2	38,1	1,4	9,8	9,8	9,8	9,5
Other renewable sources	2,4	8,4	17,4	4,3	7,6	0,9	1,4	2,4	4,3
Total	298,0	344,6	267,6	399,4	1,5	100	100	100	100

According to the data of DW¹³⁹, in 2016 the crude oil output in the USA is expected to decrease to 900 thousand barrels/day. It is the biggest decrease after 2011.

Implementation by Iran of its obligation under the Treaty in the framework of the nuclear program between Iran and the E3 plus 3 (the five permanent members of the UN Security Council plus Germany) on January 16, 2016 and cancellation of restrictions on Iran's oil export gave Iran the chance to recover the share in the world oil market. The maximum level of amounts of the oil industry of Iran before imposition of sanctions against it made less than 4 million barrels a day. Sanctions against the oil industry of Iran came into force in 2012. In 2015 the oil extraction amount in Russia made 534 million tons. According to the forecast of the Ministry of Economic Development approved by the Government of Russia, in 2016 the oil extraction is planned to increase to 538 million tons. Proceeding

¹³⁷ Source of data is EIA. Energy Information Administration (EIA) is an independent agency in the system of the US Federal Department of Statistics of the US Department of Energy (Washington). Responsible for the collection, analysis and dissemination of information about energy sources and energy. Start of operations after the oil crisis in 1973.

¹³⁸ http://wo.opec.org/images/wo/WOO_2015.pdf

¹³⁹ <http://www.douglas-westwood.com> - DW -Douglas-Westwood Ltd.- Douglas-Westwood. Purpose of the company is research, analysis, reasoning strategies in the sector of energy services in the world. The company has offices in England, Scotland, and the USA.

from the aforesaid, it is possible to predict energy resources the next 25 years as it is shown in table 2. According to the analysis, during future quarter of the century the priority of minerals will remain. But the process of coal yielding the share to natural gas will amplify. Also shares of oil and natural gas will become almost equal. In the next analysis, the tendency in the natural gas market will be considered on the basis of data of the BP company¹⁴⁰. Table 3 shows a price movement on hydrocarbonic resources.

Table 3

Dynamics of prices, million USDforBtu¹⁴¹

Year	Japan	Natural gas				OECD
		Germany	Great Britain	USA	Canada	
2001	4,64	3,67	3,17	4,07	3,61	4,08
2002	4,27	3,21	2,37	3,33	2,57	4,17
2003	4,77	4,06	3,33	5,63	4,83	4,89
2004	5,18	4,30	4,46	5,85	5,03	6,27
2005	6,05	5,83	7,38	8,79	7,25	8,74
2006	7,14	7,87	7,87	6,76	5,83	10,66
2007	7,73	7,99	6,01	6,95	6,17	11,95
2008	12,55	11,60	10,79	8,85	7,99	16,76
2009	9,06	8,53	4,85	3,89	3,38	10,41
2010	10,91	8,03	6,56	4,39	3,69	13,47
2011	14,73	10,49	9,04	4,01	3,47	18,56
2012	16,75	10,93	9,46	2,76	2,27	18,82
2013	16,17	10,72	10,64	3,71	2,93	18,25
2014	16,33	9,11	8,25	4,35	3,87	16,80
2015	10,31	6,61	6,53	2,60	2,01	8,77

Note:1) Btu - the British thermal unit, one barrel of oil = 5,825·10⁶ BTU; one cubic meter = 35800000 BTU;

2) For Japan - the liquefied gas; for Germany, Great Britain, the USA, Canada, OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) crude oil.

Table 4 reflects changes in the volume of natural gas production and world consumption.

¹⁴⁰ BP StatisticalReview of World Energy. June2016. bp.com/statisticalreview. #BPstats

¹⁴¹ BP StatisticalReview of World Energy – the author’s development based on the data.

Table 4

The volume of natural gas production, billion cubic meters¹⁴²

Name of country	2005	2010	2015	In 2015 against 2014, %	Share in 2015, %
USA	511.1	603.6	767.3	5.4	22.0
Russia	580.1	588.9	573.3	-1.5	16.1
Iran	102.3	152.4	192.5	5.7	5.4
China	51.0	99.1	138.0	4.8	3.9
Turkmenistan	57.0	42.4	72.4	4.5	2.0
Uzbekistan	54.0	54.4	57.7	0.8	1.6
Azerbaijan	5.2	15.1	18.2	3.4	0.5
Kazakhstan	9.0	10.5	12.4	1.7	0.3
Total world	2790.9	3208.5	3538.6	2.2	100.0
The volume of natural gas consumption, billion cubic meters					
USA	623.4	682.1	778.0	3.0	22.8
Russia	394.0	414.1	391.5	-5.0	11.2
Iran	48.2	111.2	197.3	4.7	5.7
China	102.7	152.9	191.2	6.2	5.5
Turkmenistan	42.7	40.8	50.3	3.1	1.4
Uzbekistan	16.1	22.6	34.3	23.9	1.0
Azerbaijan	8.6	7.4	9.8	4.1	0.3
Kazakhstan	5.3	4.5	8.6	12.9	0.2
Total world	2774.3	3201.4	3468.6	1.7	100.0

The study of trends in the global hydrocarbon market became the basis for the development of the principles of international marketing to ensure the balance of supply and demand for oil and gas products. They are defined as follows: respect for systemic targeted marketing, providing stable profitability in the international market; no lag when entering the market with new and innovative products; thorough study and adaptation dynamics of consumer demand; the direction of the final results of the real needs of foreign customers; impact on meeting the demand with the help of all existing funds; the creation of individual segments of the market for potential clients; improving technical and technological level and product quality while achieving a competitive priority.

¹⁴² BP Statistical Review of World Energy – the author's development based on the data.

In the third chapter of the dissertation titled **'Methods of developing innovative strategies and international marketing with increasing the competitiveness of the oil and gas industry,'** states the methods of competitive priority oil and gas industry; the main directions of the strategy of innovative development of oil and gas industry; especially the development of international marketing strategies in enhancing the competitiveness of oil and gas companies.

Due to the fact that in our study, we addressed a number of foreign sources, IEA information on the countries and regions of the world (International Energy Agency, established in 1974) takes a special place. In particular, the distribution of the balance of production and consumption, supply and demand on the world market of energy resources from 1974 to 2013 is very favorable expresses part of NHC UZBEKNEFTEGAZ. According to the IEA Agency, in 2013 the entire volume of energy resources on the market of energy resources amounted to 55.25 million tons of conditional, including oil - 3.1 million tons of fuel oil equivalent, natural gas - 48.5 million tons of exported, of which 11 million tons were exported.

Methodological aspects of formation of international marketing strategy in the national oil and gas industry determine the use of such complex heuristic methods of marketing research as SWOT, STEP, ETOM, and QUEST. In this complex focuses on the appropriate methods SWOT and STEP existing conditions and characteristics of the national oil and gas systems. In particular, the SWOT analysis assesses the potential of the company from four perspectives: strengths; weak sides; external opportunities and risks and threats. Strengths of the company's potential: increasing the share of natural gas in the long term consumption of energy resources; strengthening of regional integration; priority in public policy (natural monopoly); the volume of stocks and the share of natural gas production; the proportion of systems in the global energy market and foreign exchange earnings from international trade (22%). Weaknesses are shown in the following: a small fraction of the new development of the deposit (35%); dependence on transit transport; low efficiency of investment policy; delay of technical and technological modernization; increasing the share of low-quality raw materials; institutional reforms; attention to increasing the volume of national demand; low capacity processing system. Favorable external and capabilities include the following: the use of new technologies for more efficient use of technical and technological capacities and energy resources; attracting foreign investors; the development of deep processing; development of new methods for finding resource bases of hydrocarbons; options for diversification in the international market. As the risks and threats are defined following: an increase on renewable energy resources; uncertainty in the transit cooperation; environmental degradation; decrease in inventories; energy security risks associated with an increase in production; the demand of foreign customers who do not have a stable solvency (request); the likelihood of man-made disasters on older hardware, and more.

One of the important tools in marketing research aimed at improving the competitiveness of the industry is a STEP-analysis. In this current situation is evaluated in the social, technological, economic and organizational aspects. From a social point of view, priority purchase: efficient use of energy resources; mitigation of environmental problems; infrastructure development; increase in employment in the industrial sectors; increase revenues. As a result of technological analysis, growth of specialization; increased demand for liquefied natural gas technology; introduction of innovative technologies; research in the field of alternative energy sources predetermine the careful development of innovative strategies. If the economic analysis is required to take into account the following: the natural monopoly and monopsony; uncertainty in the pricing policy; availability of transit traffic only on land; the possibility of monopoly profits; the absence of a competitive environment in the sector; inexperience in international marketing. In the fourth stage STEP-analysis is attached decisive importance to the solution of organizational issues. That is: the investment policy of the evaluation mechanism; delays in institutional reforms; guarantee the property rights of foreign investors; improving the organizational aspects of the insurance system is a priority.

In the fourth chapter of the dissertation entitled '**Assessment of international competition strategy in the oil and gas industry,**' highlights the criteria for the international competitiveness of the oil and gas industry; method of forming and evaluating long-term strategic objectives in the oil and gas industry.

During heuristic and expert assessment, applied in the development of innovative strategies and international marketing with increasing the competitiveness of the national oil and gas companies were rated countries directly related to the energy market of the region and the activities of their companies. They are UZBEKNEFTEGAZ, Russia (Lukoil), Kazakhstan (KazTransGas), Turkmenistan (Turkmengaz). The criteria for assessment of fifteen indicators have been developed. The composition of indices includes the following indicators: guaranteeing foreign property owners; investment incentives; tax incentives; the ratio of reserves and producing fields; the level of modernization of the funds; infrastructure development; dependence on transit transport; environmental degradation; the proportion of low-quality raw materials; the degree of diversification of raw materials in the international market; use processing systems; monopolization of sales; investment performance; the use of innovative technologies; research in the field of alternative energy sources.

In assessing competitiveness were brought in as experts industry professionals. Experts were able to put up to 10 points for each criterion in the evaluation of the potential of each country according to the established criteria. Total for each country can be scored a maximum 150 points. Results of competitiveness assessments are shown in Table 5.

Table 5

Expert opinion on the assessment of the competitiveness of¹⁴³

№	Designation criteria	Uzbek-neftegas	Lukoil	Kaz-transgas	Turk-mangas
1.	Guaranteeing foreign owners' of property	7	8	8	7
2.	Investment incentives	6	7	7	6
3.	Tax exemptions	9	8	8	7
4.	The ratio of reserves and producing fields	5	9	6	9
5.	The level of modernization funds	6	6	8	7
6.	Infrastructure development	8	5	5	7
7.	Dependence on transittransport	8	6	7	8
8.	The deterioration of the environmental situation	6	7	7	8
9.	The share of low-quality raw materials	6	7	6	5
10.	The degree of diversification of raw materials in the international market	4	7	5	4
11.	Using the processing system	5	8	6	6
12.	Monopolization of sales	10	6	6	10
13.	Effectivenessof investments	5	6	7	5
14.	The use of innovative technologies	5	7	6	5
15.	Researches in the field of alternative energy sources	6	7	4	4
	Total	96	104	96	98
	Estimationofcompetitiveness	0.64	0.69	0.64	0.65

Each company's ratio determined by the ratio of their scores and the amount of 150 points.

According to the analysis, the results scored were: UZBEKNEFTEGAZ - 0.64; Lukoil (Russia) 0.69; Kaztransgas (Kazakhstan) -0.64; Turkmengaz (Turkmenistan) -0.65. This figure shows that Uzbekistan cannot effectively use its abilities. Furthermore, the differences between countries are not particularly distinguished from each other.

Concept of providing an international competitive priority oil and gas industry has been proposed on the basis of expert analysis results (Fig. 3).

¹⁴³The author's development.

The concept of providing international competitive priority of UZBEKNEFTEGAZ

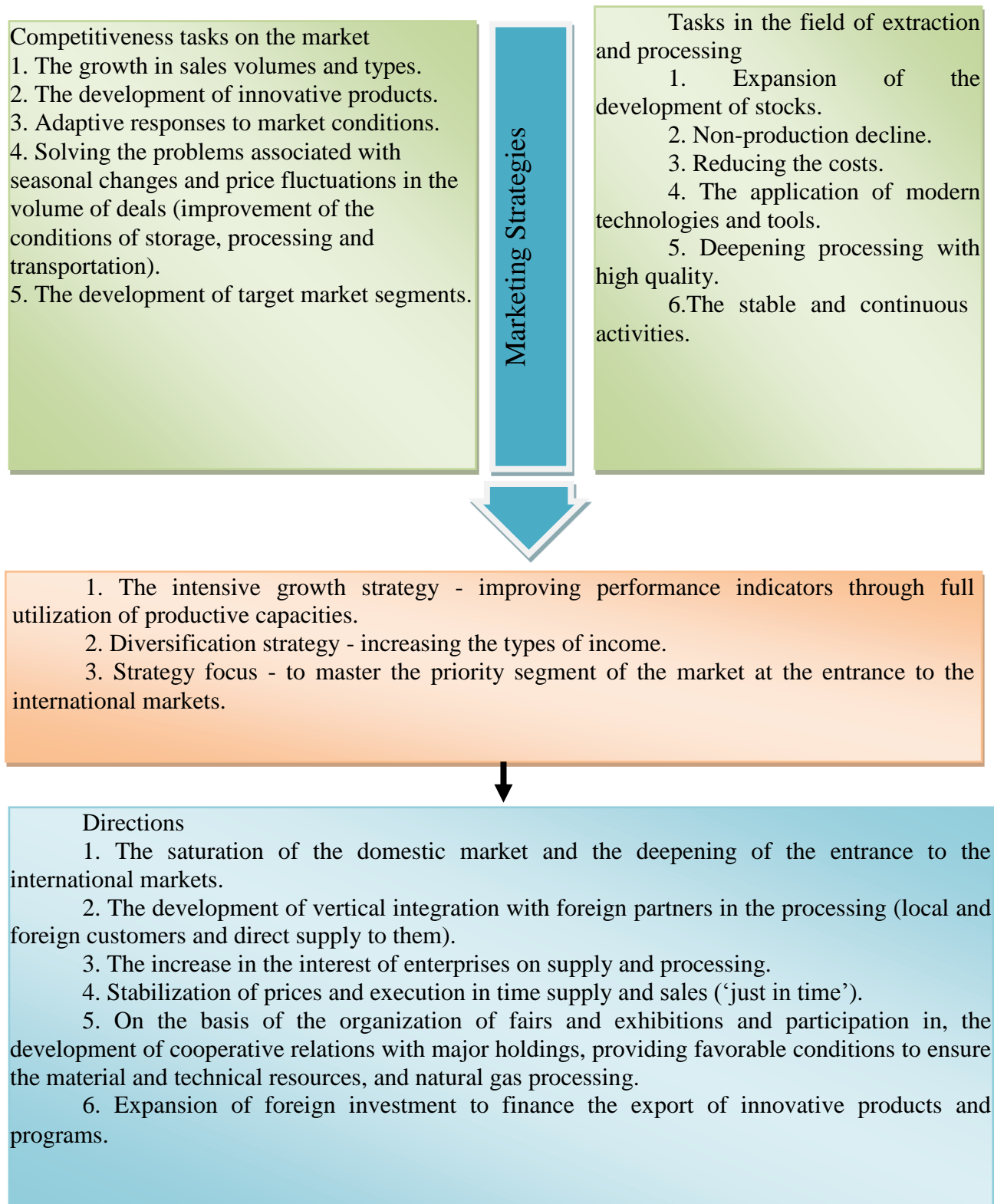


Fig. 3. The concept of providing international competitive priority of the NHC UZBEKNEFTEGAZ¹⁴⁴

¹⁴⁴ The author's development

Ensure international competitive priority concept consists of the following: competitive challenges in the marketplace; marketing strategy; objectives in the field of production and processing; activities.

In the fifth chapter of the dissertation, titled **‘Directions of improving the use of international marketing strategy as a priority the development of the oil and gas industry in the Uzbekistan’** prospects for the development of the national oil and gas industry, ways to ensure the competitiveness of NHC UZBEKNEFTEGAZ, the direction of improving the use of international marketing strategies of UZBEKNEFTEGAZ are highlighted.

An important piece of legislation in the sphere of oil and gas industry in Uzbekistan is Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. UP-4707 ‘On measures to ensure the program of structural reforms, modernization and diversification of production in 2015-2019’ dated March 4, 2015. According to the Decree, part of the investment projects with a total value of \$ 40,808,900.000, in the amount of \$18,650,900.000 was intended for deep processing of raw oil and gas industry.

870 major investment projects aim at creating 415 new enterprises, as well as the modernization, technical and technological re-equipment of existing 455 ones.

UZBEKNEFTEGAZ in cooperation with foreign businessmen is to implement 54 investment projects. In particular, improving international competitiveness of natural gas and refined products in the international and domestic market is taken into account. That is, a number of major investment projects for the geological survey works, development of oil and gas fields will be carried out. On April 19, 2016, in Bukhara Region, the construction of Kandym gas processing plant in cooperation with LUKOIL was started. In general, it should be stressed that the expansion of the oil and gas industry of deep processing of it is given serious consideration. That is, their share in the total capital of the industry is more than 50%.

On the basis of developed concept has been proposed a system of increasing the international competitiveness of the oil and gas industry. the presence of the three components were taken into account in the system, that is: a) to diversify and focus regions, products and transport; B) The use of various forms of foreign fundraising; B) the creation of consortia and cooperatives.

In turn, the A segment of the system ‘diversifying and focusing regions, goods and transportation’ is divided into 1) vertical; 2) horizontal; and 3) concentric blocks. The next – B - segment of the system ‘the use of various forms of attracting foreign funds’ is divided into blocks: 1) privatization of companies; 2) involvement of specialized investors; 3) the use of credit resources. In the last segment – C - of the system ‘the formation of consortia and cooperatives’ blocks are used for the following: 1) Collaboration with consumers the world energy market; 2) cooperation in protecting foreign industrial polymers and other resources; 3) cooperation with companies on logistics and supply parts; 4) the organization of cooperation with international financial institutions.

It must be emphasized that the implementation of the above concepts to ensure international competitive priority UZBEKNEFTEGAZ and implementation of international marketing strategies UZBEKNEFTEGAZ will serve to achieve the following positive results: an increase in the implementation of the raw material of natural gas to Chinese companies, at the expense of a deeper entry into international markets the process of vertical integration with foreign partners ensure the development of target market segments. This approach will help in the elimination of problems associated with seasonal changes and fluctuations in the volume of supply and ensure the adaptation to market conditions.

Thus, based on the trends of a serious decline in prices for raw materials on the world market, the NHC UZBEKNEFTEGAZ for the implementation of international marketing strategies need to focus on the definition of the level of prices for natural gas above the break-even point, and at the same time is not below the level of the lower profitability requirements. This becomes important bringing the search for new reserves and the development of existing prospective reserves to 12-15% for the period 2016-2020 years. Along with the fact that the increasing use of the deposit development potential is a major factor in increasing efficiency and productivity, achieving cost reduction by 15-17% due to application of modern technologies and localized resources will ensure competitiveness, expected in the coming years against the most minimal price. In the case of the level of efficiency of not less than 5-7% in terms of minimum prices data, implementation of the recommended by the study of international marketing strategies will enable to achieve the net profit of 668.9 million soum in 2020.

CONCLUSION

1. Modern energy market is characterized by factors such as the tendency for extreme rapid changes in prices, the low probability of establishing commercial reserves in the regions and the availability of high geological hazards need for large capital requirements, consolidation and monopolization of production in a high degree. According to BP (UK) at the end of 2015, in the global energy consumption of oil it was 32.9%, natural gas 23.8%. Total energy consumption increased in 2014 by 1.1%, in 2015 by 1.0%. The average growth rate over the past 10 years was 1.9%. Prices for all energy resources decreased. The maximum decline in oil prices since 1986 - down by 47%. A similar decline in the price of natural gas was observed in 2010, before it was over \$ 200 per thousand cubic meters. Global trade of natural gas in 2015 was by 3.3%. According to the information of the organization IEA, in the next decade is expected to increase demand for fuel products, such as the world's consumption of oil and other products was equal to 83 million tons of crude oil equivalent in 2004, and it is expected that it will reach 118 million tons in 2030.

2. Further expansion of the SCO in Central Asia is to further deepen the process of integration in the energy markets, the growth of interest of the participants in international marketing. Currently, the effective operation of the National Holding Company (NHC) UZBEKNEFTEGAZ, which is responsible for

the extraction of energy resources, their processing and delivery as a raw material in the national and international markets, is a pillar of sustainable development of our national economy. The development of the gas industry in Uzbekistan is due to an increase in exports to China. The basis of the oil and gas potential of Uzbekistan make up the Bukhara and Fergana refineries unitary subsidiary Mubarek Gas Processing Plant (launched in 1971), Shurtan Gas Processing Plant, Shurtan Gas Chemical Complex (2001), as well as the Ustyurt Gas Chemical Complex (2016) created Surgil deposit.

3. According to the analysis, in the course of the account to reduce the negative impact on the national economy such factors as the preservation of the amplitude and the uncertainty of demand price fluctuations on the world markets of oil and gas products, a growing increase in cutthroat competition, decline in production, it is appropriate to take as a basis the following principles of international marketing while ensuring the supply and demand equilibrium compliance systematically targeted marketing, providing stable profitability in the international market; no lag when entering the market with new and innovative products; thorough study and adaptation dynamics of consumer demand; the direction of the final results of the real needs of foreign customers; impact on meeting the demand through all existing means.

4. Methodological aspects of formation of international marketing strategy in the oil and gas industry predetermine the use of methods of SWOT, STEP, ETOM, QUEST heuristic approach in marketing research in a consistent relationship.

5. Current approaches use importance of international organizations in the industry, as the IEA, BP, in order to ensure transparency, the expansion of advertising in the analysis on the national oil and gas market information.

6. Use in practice of the proposed results-based concept studies ensure international competitive priority companies for extraction and processing of oil and gas is to dramatically reduce the risk of project. The concept of providing an international competition consists of the following priority: competitiveness problems in the market, marketing strategies, objectives in the field of mining and processing activities.

7. In the proposed system, improve the international competitiveness of the oil and gas industry on the basis of increase of efficiency of innovation and investment funds in the oil and gas industry is to ensure that priority spending.

8. When creating the individual market segments, designed to meet potential international customers, to achieve the diversification of oil and gas industry, as reflected in the results of the study, it is set as a priority area of international competitiveness.

9. It should be emphasized that implementation of the concept of maintaining the international competitive priority of the NHC UZBEKNEFTEGAZ and international marketing strategies of the NHC UZBEKNEFTEGAZ will achieve the following positive results: an increase in mutual realization of the raw material of natural gas of Russian and Chinese companies, non-traditional partners, through more in-depth entry into international

markets the process of vertical integration with foreign partners ensure the development of target market segments.

10. On the basis of trends in serious decline in commodity prices in the global market, for the implementation of the national strategy of international marketing, bringing the search for new reserves and the development of existing prospective reserves to 12-15% for the period 2016-2020 years, enhanced capacity utilization mastered deposits is a major factor in increasing the competitiveness of the company.

The introduction of the recommended based on the results of the international marketing strategy studies will allow, while maintaining the level of efficiency of not less than 5-7% in terms of minimum prices, in addition to the activity of NHC UZBEKNEFTEGAZ to achieve the net profit of 668.9 million soum in the projected period of 2020.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Парпиев Д.Б. Нефть-газ қазиб олиш ва қайта ишлаш тармоғини ривожлантиришнинг маркетинг стратегияси. Монография. Тошкент, «Иқтисодиёт» нашриёти, 2014. – 159 б.
2. Парпиев Д.Б. Жаҳонда нефть маҳсулотларига талаб ва таклиф // Иқтисодиёт ва таълим, 2008. - №1. - Б. 160-164. (08.00.00, №11).
3. Парпиев Д.Б. Жаҳонда табиий газга талаб ва таклиф ҳолати // Иқтисодиёт ва таълим, 2008. - №2. - Б. 150-154. (08.00.00, №11).
4. Парпиев Д.Б. «Ўзбекнефтгаз» компанияси ривожининг рақобат стратегиясини шакллантириш йўналишлари // Иқтисодиёт ва таълим, 2011. – №6. – Б. 61-64. (08.00.00, №11).
5. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғини ривожлантириш йўналишлари // Жамият ва бошқарув, 2012. - №1. – Б. 65-67. (08.00.00, №8).
6. Парпиев Д.Б. Жаҳон миқёсида нефть ва газ маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф ҳолати // Иқтисодиёт ва таълим, 2012. - №2. – Б. 27-30. (08.00.00, №11).
7. Парпиев Д.Б. Ўзбекистонда нефть-газ тармоғини ривожлантириш истиқболлари // Иқтисодиёт ва таълим, 2013. - №2. – Б. 23-26. (08.00.00, №11).
8. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясини ривожлантириш ва узок муддатли стратегик мақсадларни шакллантиришнинг услубий асослари // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали, 2014.- №1, январь-февраль. (08.00.00, №10).
9. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясини ривожлантириш ва стратегик мақсадларнинг услубий асослари // Ж. «Молия», 2014. - №2.- Б.106-112. (08.00.00, №12).
10. Парпиев Д.Б. New horizons in the development of oil and gas industry: Case of Uzbekistan // Иқтисодиёт ва таълим, 2014. - №4. (08.00.00, №8).
11. Парпиев Д.Б. Нефть-газ комплексида халқаро маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш // Халқаро муносабатлар, 2014. - №3. (08.00.00, №6).
12. Парпиев Д.Б. Нефть-газ ишлаб чиқарувчи компанияларнинг халқаро рақобатбардошлигини оширишнинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш // Иқтисодиёт ва таълим, 2014. - №2. – Б. 62-64. (08.00.00, №8).
13. Парпиев Д.Б. Маҳаллий нефть ва газ қазиб олувчи компанияларда халқаро маркетинг фаолиятини такомиллаштириш // Жамият ва бошқарув, 2016. -№1. – Б. 77-82. (08.00.00, №8).
14. Парпиев Д.Б. Актуальные вопросы модернизации и диверсификации производства нефтегазового комплекса Республики Узбекистан // Экономика и финансы. - М., 2012. - №6, ноябрь-декабрь. – С. 29-33. (01. 06. 2012. №14)
15. Parpiev D.B. Main Tendencies in Oil and Gas Industry in Uzbekistan. Science and World. International scientific journal, №2 (30). – 2016. Vol.II. – P.69-70. (Impact factor of the journal – 0.325, Global Impact Factor 2013, Australia).

II бўлим (II часть; II part)

16. Парпиев Д.Б. Стратегия инвестиционного развития нефтегазовой комплекса // Экономика и финансы. - М., 2011. - №11-12 (191-192) ноябрь-декабрь. – С.19-23.

17. Парпиев Д.Б. Актуальные вопросы развития инновационного потенциала нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан // Журнал научных публикации аспирантов и докторантов. – М., 2011. - №12, декабрь. – С. 30-34.

18. Парпиев Д.Б. Повышение качественно нового уровня развития нефтегазовой промышленности Республики Узбекистан // Журнал научных публикации аспирантов и докторантов. - Москва, 2012. - №6, июнь. – С. 45-49.

19. Парпиев Д.Б. Актуальные вопросы модернизации и диверсификации производства нефтегазового комплекса Республики Узбекистан // Журнал научных публикации аспирантов и докторантов. – М., 2012. - №5, май. – С. 22-24.

20. Парпиев Д.Б. Иқтисодийни модернизациялаш шароитида Ўзбекистонда нефть-газ тармоғининг ривожланишини баҳолаш // «Мустақиллик йилларида Ўзбекистоннинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши» мавзусидаги илмий-оммабоп мақолалар тўплами. Ўзбекистон Республикаси мустақиллигининг 22 йиллигига бағишланади. Ўзбекистон Респ. давлат статистика қўм., Кадрларни қайта тайёрлаш ва статистика тадқиқотлари маркази. – Т.: КҚТ ва СТМ, 2013. – Б. 43-48.

21. Парпиев Д.Б. Основные направления в формировании международной маркетинговой стратегии в нефтегазовых компаниях // Ўзбекистонда ижтимоий фанлар, Т.,- 2013. –№4. – Б. 22-28.

22. Парпиев Д.Б. Нефть-газ казиб олувчи ва унга қайта ишлов берувчи компанияларда халқаро маркетинг стратегиясини қўллашнинг асосий йўналишлари // Ўзбекистонда ижтимоий фанлар, Т.,- 2014. - №2.– Б. 56-60.

23. Parpiev.D.V. New horizons in the development of oil and gas industry: Case of Uzbekistan. // Научный журнал «Молодой учёный», Казань, 2014. - №17(76).– С. 333-335.

24. Парпиев Д.Б. Новые горизонты в развитии нефтегазовой отрасли (на примере Узбекистана) // European applied sciences. -2015. № 6, june. – 105-107.

25. Парпиев Д.Б. Перспективы привлечения иностранных инвестиций в нефтегазовый сектор Узбекистана // Международный научный журнал «Ученый XXI века». Йошкар-Ола, 2016. – № 3-2 (16), март. – С. 64-68.

26. Парпиев Д.Б. Марказий Осиё худудий интеграцияси чуқурлашувида нефтьгаз соҳасининг роли // «Ўзбекистон иқтисодийтини эркинлаштириш шароитида меҳнат бозори ва аҳоли меҳнат миграциясини тартибга солиш» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами (2007 йил 25 май). –Т.: ТДИУ, 2007. – Б. 97-99.

27. Парпиев Д.Б. Нефтьгаз ишлаб чиқарувчи компаниялари муайян имкониятларини баҳолаш услублари // Мустақил Ўзбекистон ёшларининг илм-фан тараққиётидаги фаолияти. Ёш олимларнинг илмий-амалий анжумани тезислар тўплами (2008 йил 31-май) –Т.: Иқтисодиёт, 2008. – Б. 4-5.

28. Парпиев Д.Б. Нефтгаз компаниялари халқаро маркетинг стратегиясини шакллантириш. «Баркамол авлод-илмий тадқиқотнинг интеллектуал бойлиги». Республика илмий-амалий анжуманининг тезислар тўплами. –Т.: Иқтисодиёт, 2010. – Б. 257-259.

29. Парпиев Д.Б. Жаҳон миқёсида нефть ва газ маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф ҳолати // «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида Ўзбекистонда корпоратив бошқарув тизимини такомиллаштириш истиқболлари» республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. Т.: ТДИУ, 2011. – Б. 195-197.

30. Парпиев Д.Б. Мамлакатимизда нефтгаз тармоғини устувор ривожлантиришнинг асосий йўналишлари // «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида Ўзбекистонда корпоратив бошқарув тизимини такомиллаштириш истиқболлари» республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. Т.: ТДИУ, 2011. – Б. 197-200.

31. Парпиев Д.Б. Нефтегазовая отрасль Узбекистана и её инновационное развитие. «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида реал сектор корхоналарини баҳолаш» республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. Фарғона. ФАРДУ, 2012. – Б. 31-32.

32. Парпиев Д.Б. Приоритеты инвестиционного развития нефтегазового комплекса Республики Узбекистан // «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида реал сектор корхоналарини баҳолаш» республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. Фарғона. ФАРДУ, 2012. – Б. 26-28.

33. Парпиев Д.Б. Мамлакатда нефть-газ тармоғининг ривожланиш йўналишлари // «Ўзбекистон Республикаси миллий иқтисодиётининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари» республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. –Т.: ТДИУ, 2012. – Б. 291-293.

34. Парпиев Д.Б. Республикаимизда нефть-газ тармоғи ривожланишининг статистик таҳлили // «Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида статистика назарияси ва амалиётининг ривожланиш истиқболлари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами.– Т.: ТДИУ, 2012. – Б. 148-150.

35. Парпиев Д.Б. Статистический анализ инвестиций нефтегазового комплекса Республики Узбекистан // «Ўзбекистон Республикасида иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида статистика назарияси ва амалиётининг ривожланиш истиқболлари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. – Т.: ТДИУ, 2012. – Б. 158-160.

36. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғининг ривожланиш истиқболлари // «Ўзбекистон иқтисодиётини барқарор ривожлантириш ва аҳоли даромадларини кўпайтириш йўллари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Т.: ТДИУ, 2013. – Б. 50-52.

37. Парпиев Д.Б. Мамлакатимиз нефть-газ саноатида хорижий инвестицияларнинг жалб этиш йўллари // «Худудий иқтисодиётни ривожлантириш йўналишлари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Бухоро: БухДУ, 2013. – Б. 176-181.

38. Парпиев Д.Б. Ўзбекистонда нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг

тизимини такомиллаштириш // «Худудий иқтисодиётни ривожлантириш йўналишлари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Бухоро: БухДУ, 2013. – Б. 182-184.

39. Парпиев Д.Б. Ўзбекистонда нефть-газ тармоғини ривожлантиришда хорижий инвестицияларнинг роли // «Юқори технологик ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва рағбатлантириш - Ўзбекистон иқтисодиётининг рақобатбардошлигини таъминлашнинг энг муҳим шarti: қонунчилик, амалиёт ва муаммолар» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Т.: ТТЕСИ, 2013. – Б. 153-156.

40. Парпиев Д.Б. Ўзбекистонда нефть-газ тармоғи бошқарувини ривожлантиришнинг асосий йўллари // «Ўзбекистонда статистика тизими фаолиятида амалга оширилган ислохотларнинг асосий босқичлари, йўналишлари ва истикболлари» мавзусидаги олий ўқув юртлараро илмий-амалий конференция материаллари.– Т.: ТМИ, 2013. – Б. 103-105.

41. Парпиев Д.Б. Нефть-газ комплексида халқаро маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш // «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида корпоратив сектор фаолиятини такомиллаштириш истикболлари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари (1-қисм). – Фарғона: ФАРДУ.- 2014. – Б. 97-100.

42. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғида халқаро маркетинг стратегиясини ривожлантириш // «Минтақалар ташқи иқтисодий фаолиятини инновацион ривожлантиришнинг устувор йўналишлари» мавзусидаги республика илмий-амалий конференцияси материаллари (1-қисм).– Т.: ТДИУ.- 2014. – Б. 112-115.

43. Парпиев Д.Б. Развитие инфраструктуры нефтегазовой промышленности Республики Узбекистан // Конституция Республики Узбекистан – образование и воспитание молодежи. Материалы второй традиционной научно-практической конференции. – Ташкент, Филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в городе Ташкенте. – Т., -2014. – С. 195-201.

44. Парпиев Д.Б. Жаҳон нефть бозоридаги бизнес муҳити ва унда халқаро маркетинг стратегиясини қўлланиши // «Орол бўйи зонасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг иқтисодий-экологик муаммолари » мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжуман материаллари.– Нукус: ҚДУ, 2015. – Б. 477-480.

45. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғини ривожлантиришда янги имкониятлардан фойдаланиш йўллари // «Худудни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг стратегиясини ишлаб чиқиш йўналишлари» мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари тўплами. – Урганч, 2015. – Б. 53-55.

46. Парпиев Д.Б. Нефть-газ тармоғида халқаро маркетингни такомиллаштириш // «Ўзбекистонда аҳолига хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризм: ривожланиш муаммолари ва истикболлари» мавзусида халқаро илмий-амалий анжуман мақолалари тўплами.–Т.: ТДИУ, 2016.– Б. 444-446.

Автореферат «Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси» журнали
тахририятида таҳрирдан ўтказилди.
(10.11.2016)

Босишга рухсат этилди: _____ 2016 йил
Бичими 60x45 ¹/₁₆, «Times New Roman»
гарнитурда рақамли босма усулида босилди.
Шартли босма табағи 5. Адади: 100. Буюртма: № _____.

Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси,
100197, Тошкент, Интизор кўчаси, 68

«АКАДЕМИЯ НОШИРЛИК МАРКАЗИ» ДУК