

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ БАНК-МОЛИЯ АКАДЕМИЯСИ ВА
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ ҲУЗУРИДАГИ ФАН ДОКТОРИ
ИЛМий ДАРАЖАСИНИ БЕРУВЧИ 14.07.2016.1.31.01 РАҚАМЛИ
ИЛМий КЕНГАШ**

**ТОШКЕНТ АВТОМОБИЛЬ ЙЎЛЛАРИНИ ЛОЙИҲАЛАШ, ҚУРИШ ВА
ЭКСПЛУАТАЦИЯСИ ИНСТИТУТИ**

ИРИСБЕКОВА МАВЛУДА НАРИНБАЕВНА

**МАРКЕТИНГ ТАМОЙИЛЛАРИ АСОСИДА ТРАНСПОРТ
ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ ОПТИМАЛЛАШТИРИШ**

08.00.11–Маркетинг (иқтисодиёт фанлари)

ДОКТОРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент – 2017 йил

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

Ирисбекова Мавлуда Наринбаевна

Маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорини
оптималлаштириш..... 3

Ирисбекова Мавлуда Наринбаевна

Оптимизации рынка транспортных услуг на основе принципов
маркетинга..... 29

Irisbekova Mavluda Narinbaevna

Optimization of the transport services market on the base of marketing
principles..... 55

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ
List of published works 79

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ БАНК-МОЛИЯ АКАДЕМИЯСИ ВА
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ ҲУЗУРИДАГИ ФАН ДОКТОРИ
ИЛМий ДАРАЖАСИНИ БЕРУВЧИ 14.07.2016.1.31.01 РАҚАМЛИ
ИЛМий КЕНГАШ**

**ТОШКЕНТ АВТОМОБИЛЬ ЙЎЛЛАРИНИ ЛОЙИҲАЛАШ, ҚУРИШ ВА
ЭКСПЛУАТАЦИЯСИ ИНСТИТУТИ**

ИРИСБЕКОВА МАВЛУДА НАРИНБАЕВНА

**МАРКЕТИНГ ТАМОЙИЛЛАРИ АСОСИДА ТРАНСПОРТ
ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ ОПТИМАЛЛАШТИРИШ**

08.00.11–Маркетинг (иқтисодиёт фанлари)

ДОКТОРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент – 2017 йил

Докторлик диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида 27.01.2017/В2017 I.1651 рақам билан рўйхатга олинган.

Докторлик диссертацияси Тошкент автомобиль йўллари лойиҳалаш, қуриш ва эксплуатацияси институтида бажарилган.

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

Илмий маслаҳатчи: **Саматов Гаффор Аллакулович**
иктисодиёт фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар: **Болтабаев Махмуджон Рустамович**
иктисодиёт фанлари доктори, профессор

Адилова Зулфия Джавдатовна
иктисодиёт фанлари доктори, профессор

Кариева Якутжан Каримовна
иктисодиёт фанлари доктори, профессор

Етакчи ташкилот: **Тошкент молия институти**

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академияси ва Тошкент молия институти ҳузуридаги 14.07.2016.I.31.01 рақамли кенгашининг 2017 йил «__» _____ соат _____ даги мажлисида бўлиб ўтади. Манзил: 100000, Тошкент шаҳри, Мовароуннаҳр кўчаси, 16-уй. Тел.: (99871) 237-53-25, факс: (99871) 237-54-01, e-mail: info@bfa.uz.

Докторлик диссертацияси билан Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академиясининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (____ рақами билан рўйхатга олинган). Манзил: 100000, Тошкент шаҳри, Мовароуннаҳр кўчаси, 16-уй. Тел.: (99871) 237-53-25, факс: (99871) 237-54-01, e-mail: info@bfa.uz.

Диссертация автореферати 2017 йил «__» _____ куни тарқатилди.

(2017 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 иқтисодиётидаги глобаллашув жараёни чуқурлашуви шароитида транспорт инфратузилмасининг аҳамияти тобора ортиб бормоқда. Транспорт тузилмаси халқаро ташкилотлари ва Жаҳон банки маълумотларига кўра, жаҳон транспорт хизматлари бозорининг дунё мамлакатлари ЯИМ таркибидаги улуши 4,2 трлн. АҚШ доллари ёки 6,8 фоизни ташкил этиб, йилига 110 млрд. тонна юк ва 1 трлн. нафардан ортиқ йўловчи ташилади. Транспорт хизматлари соҳасида банд бўлган ходимлар сони эса 100 млн. кишини ташкил этади¹.

Ўзбекистонда давлат мустақиллигининг дастлабки йилларидан бошлаб транспорт инфратузилмасини ривожлантириш масаласи давлат иқтисодий сиёсатининг устувор йўналишларидан бири сифатида белгиланди. Амалга оширилган изчил давлат сиёсати туфайли мамлакатда транспорт мустақиллиги таъминланди, барча ҳудудларни ўзаро боғлайдиган миллий ягона транспорт тизими яратилди. Бу борада Тошгузар-Бойсун-Қумқўрғон янги темир йўли, Қамчиқ довони орқали ўтадиган «Ангрен-Поп» электрлаштирилган темир йўли, шунингдек, «Қўнғирот-Бейнов» автомобиль йўли барпо этилганини келтириб ўтиш мақсадга мувофиқ. «Мустақиллик йилларида транспорт хизматларининг ҳажми 2,5 баробарга ошиб, хизматлар умумий ҳажмидаги улуши 26,7 фоизни ташкил этди»². Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан «йўл-транспорт, муҳандислик-коммуникация ва ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш ва модернизация қилиш бўйича дастурларнинг прогноз параметрларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишни назорат қилиш ҳамда уларга эришиш»³нинг асосий вазифалардан бири сифатида белгилаб берилиши, мазкур йўналишнинг мамлакат иқтисодиётидаги муҳим аҳамиятини намоён этади.

Жаҳонда транспорт хизматлари бозори кенг миқёсда ошиб бораётган юк ва йўловчи оқимини таъминлаб туриш орқали, халқаро алоқаларни ривожлантириш, тизимни такомиллаштириш, мазкур жараёнларнинг самарадорлигини таъминлаш, транспорт хизматлари кўрсатиш соҳасига инновацияларни жорий этиш имконини бермоқда. Ўз навбатида, транспорт хизматлари бозорини янада ривожлантириш, мазкур бозорни маркетинг тамойиллари асосида оптималлаштириш, шу жумладан, рақобат устунлигини таъминлаш, ҳаракатдаги таркибни модернизация қилиш ҳамда техник янгилаш орқали товарлар ва хизматларнинг янги турлари билан халқаро бозорларга чиқиш каби иқтисодиётнинг устувор вазифалари ечимини ижобий ҳал қилиш муҳим аҳамият касб этади. Шу жиҳатдан олганда, мазкур диссертация мавзусининг долзарблиги янада яққол намоён бўлади.

¹ The World Bank; World Development Indicators. - <http://data.worldbank.org/indicator>

² Ўзбекистон иқтисодиёти. Ахборот-таҳлилий бюллетень. – Тошкент: ЁАЖ “SEAL MAG”, 2016. – 54-б.

³ Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. – Тошкент: Ўзбекистон, 2017. – 22-бет.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 6 мартдаги 2313-сон «Мамлакатимизда транспорт коммуникациялари, замонавий телекоммуникация тизимларини ривожлантириш, муҳандислик-инфратузилма объектларини барпо этиш бўйича изчил чора-тадбирларни амалга ошириш тўғрисида» ги қарори, 2016 йил 5 октябрдаги ПФ-4848-сон «Тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишини таъминлашга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги фармони ижроси ҳамда «2015-2019 йилларда муҳандислик-коммуникация ва йўл-транспорт инфратузилмасини модернизация қилиш ва ривожлантириш, Ўзбекистон Миллий автомагистралини қуриш ва реконструкция қилиш» дастурларида белгиланган вазифаларни амалга оширишга ушбу диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

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

Диссертациянинг мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи⁴. Транспорт ва логистик хизматларни автомобиль транспорти тизимининг ажралмас қисми сифатида тадқиқ этиш ҳамда маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш услубларини ишлаб чиқиш бўйича тадқиқотлар етакчи мамлакатларнинг илмий марказлари ва таълим муассасаларида, жумладан, The University of Milan (Италия), Harvard University (АҚШ), University of Chicago (АҚШ), Oxford University (Буюк Британия), Hanyang University (Жанубий Корея), Институт экономической политики (Россия), Тошкент давлат иқтисодиёт университети, Тошкент автомобиль йўлларини лойиҳалаш, қуриш ва эксплуатацияси институти ва Тошкент молия институти (Ўзбекистон) томонидан амалга оширилмоқда.

Транспорт хизматлари бозорини ривожлантириш, мазкур соҳага маркетинг тамойилларини татбиқ этиш, транспорт-логистика хизматларини такомиллаштириш борасида дунё миқёсида бир қатор, жумладан, қуйидаги илмий-амалий натижаларга эришилган: инновацион технологиялардан фойдаланиш негизида транспорт хизматлари бозоридаги рақобатбардошликни ошириш йўллари ишлаб чиқилган (Harvard University, АҚШ);

⁴ Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи <http://www.uchicago.edu>; <http://www.unimi.it/ENG>; <http://www.ox.ac.uk>; <http://www.harvard.edu>; <http://www.hanyang.ac.kr/web/eng>; <http://ier.ru/ru.html> ва бошқа манбалар асосида тайёрланган.

транспортни янада ривожлантириш билан боғлиқ бўлган савдо чекловларини камайтириш, транспорт соҳасига кичик бизнесни жалб қилишни кучайтириш асосланган (University of Chicago АҚШ); транспорт хизматлари бозори субъектлари фаолиятининг стратегиясини ишлаб чиқишда иқтисодий муносабатларнинг барча мураккабликлари замирида инсон эҳтиёжлари ётганлигини ҳисобга олиш зарурлиги асосланган (Nanyang University, Жанубий Корея); юкларни сув йўли билан ва денгиз транспортида ташиш харажатларини қисқартиришга қаратилган инновацияларни жорий этиш йўллари асосланган (Oxford University, Буюк Британия); минтақада автомобиль йўллариининг ўтказувчанлик қобилятининг нисбатан пастлиги ва темир йўл транспортининг умумий техник даражаси чекланганлиги шароитида транспорт хизматлари самарадорлигини оширишга қаратилган маркетинг тадқиқотларини кучайтириш йўллари аниқланган (The University of Milan, Италия); минтақа ҳудудининг катталиги ва инфратузилма ривожланиш даражасининг пастлиги, транспорт-логистика хизматига бўлган талабнинг ошиб бориши шароитида логистика бозорини миллий сиёсат доирасида ривожлантиришнинг мақсадга мувофиқлиги асослаб берилган (Институт экономической политики, Россия).

Дунё миқёсида транспорт хизматлари бозорини ривожлантиришнинг илмий-назарий, услубий ва амалий асосларини такомиллаштириш бўйича қатор, жумладан, қуйидаги устувор йўналишларда тадқиқотлар олиб борилмоқда: транспорт-логистик хизматлар сифатини транспорт турларидан уйғун фойдаланиш асосида ошириш; транспорт хизматларини ривожлантиришда маркетинг тадқиқотлари сифатини товар терминалларида самарали фойдаланиш негизида логистик хизматлар самарадорлигини ошириш, мақсадли бозор сегменларида рақобат устунлигини таъминлашнинг асосий йўллариини ишлаб чиқиш; транспорт хизматлари кўрсатиш самарадорлигини лицензиялаш фаолиятини такомиллаштириш асосида ошириш.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Ишлаб чиқаришнинг товар маҳсулотлари етказиб беришдан хизматлар кўрсатишни ривожлантириш томонга ўзгариши жамиятнинг индустриал даражадан постиндустриал даражага ўтишининг белгиси ҳисобланади. Бу ижобий ўзгаришларнинг афзалликларини биринчилардан бўлиб П.Друккер, Ростоу, Й.Шумпетер, Д.Белл, К.Кларк каби олимлар тадқиқ этишган⁵. Бу олимлар постиндустриал жамиятнинг асосий тавсифи сифатида мамлакат ЯИМда хизматларнинг юқори салмоққа эга бўлишини асослаб берганлар.

Транспорт хизматлари бозорини ривожлантиришнинг илмий-назарий ва методологик масалалари россиялик иқтисодчи олимлар И.И.Дюмулен,

⁵ Друккер П.Ф. Классические работы по менеджменту. Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 220 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Директ-Медиа, 2007 – 400 с.; Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Пер. с англ. – М.: Академия, 2004. – 788 с.; Белл Д. Социальные рамки информационного общества. Пер. с англ. Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330-342.

Г.Л.Азоев, А.П.Челенков, А.А.Вовок, В.В.Давнис, И.Тинякова, В.А.Фурсов, Е.Будрина, И.Прокопенко, Н.Ю.Иващенко, С.И.Гриценколарнинг илмий ишларида тадқиқ қилинган⁶.

Маркетинг фаолияти билан боғлиқ қарорларни асослашда қўлланилиши лозим бўлган замонавий математик усуллар ҳамда уларни тизимлаштириш бўйича В.В.Давнис, В.И.Тиняковалар⁷ томонидан олиб борилган тадқиқотлар ва берилган тавсиялар диққатга сазовордир.

Автомобиль транспортининг ривожланиш кўрсаткичлари ўртасидаги боғлиқликни аниқлашда иқтисодчи олимлар А.А.Вовок, В.А.Фурсов, Е.Будрина⁸ларнинг транспорт тизими иши кўрсаткичларини тадқиқ этишда математик-статистик усуллардан кенг фойдаланганларини эътироф этиш мумкин.

Шунингдек, транспорт хизматлари бозорида моддий-техник таъминот, ишлаб чиқариш воситалари маркетинги масалаларининг назарий ва амалий жиҳатлари иқтисодчи олимлар Э.Мате, Д.Таксьер, А.Бекмуродовларнинг илмий тадқиқотларида ўз аксини топган⁹.

Ўзбекистонлик иқтисодчи олимлар А.Ш.Бекмурадов, М.Р.Болтабаев, З.Дж.Адилова, А.Солиев, С.А.Салимов, Ғ.А.Саматов, Н.Ч.Сафаров, А.А.Фаттоҳов, К.Ўлжабоев, М.С.Қосимова, Ш.А.Бўтаев, Қ.Сидиқназаров, Ш.Ж.Эргашходжаева ва бошқаларнинг¹⁰ илмий тадқиқотларида маркетинг,

⁶ Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. – М.: Экономика, 2003. – 313 с.; Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 206 с.; Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 256 с.; Гриценко С.И. Стратегия развития транспортно-логистических кластеров в Украине. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Санкт-Петербург, 2009. – 41 с.; Иващенко Н.Ю. Организация информационной системы управления транспортно-логистическим комплексом региона. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Санкт-Петербург, 2009. – 16 с.

⁷ Давнис В.В., Тинякова В.И. Современные методы анализа и прогнозирования в задачах обоснования маркетинговых решений//Маркетинг в России и за рубежом. – Москва, 2006. – №2. – С.16-26.

⁸ Будрина Е.В. Методология и методы регулирования рынка на транспорте. Дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Санкт-Петербург, 2002. – 331 с.; Вовок А.А. Оценка эффективности транспортного производства и резервов её роста. Дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Москва, 2001. – 365 с.; Фурсов В.А. Формирование и функционирование региональных рынков транспортных услуг: теория, методология, практика. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ставрополь, 2011. – 45 с.

⁹ Мате Э., Таксьер Д. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятия. – Москва: Прогресс, 1993. – 160 с.; Бекмурадов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 1993. – 54 с.

¹⁰ Болтабаев М.Р. Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. автореф. – Тошкент, 2005. – 36 б.; Адилова З.Дж. Халқаро бозорларга экспорт маҳсулотларини йўналтиришнинг маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. – Тошкент, 2008. – 358 б.; Солиев А. Маркетинг, бозоршунослик. – Тошкент: Адолат, 2008. – 237 б.; Салимов С.А. Основы маркетинга на автомобильном транспорте Узбекистана. Учебное пособие для бакалавров и магистров по специальности «Маркетинг». – Ташкент: ТАЙИ, 2006. – 170 с.; Саматов Ғ.А. Бизнес-план развития предприятий автомобильного транспорта. Учебное пособие. – Ташкент: Консаудитинформ, 2011 – 133 с.; Сафаров Н.Ч. Халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошликни оширишнинг устувор йўналишлари. И.ф.н. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. автореф. – Тошкент, 2012. – 23 б.; Фаттоҳов А.А. Стратегии маркетинга в оптовой торговле и пути повышения её эффективности. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 2004. – 42 с.; Ўлжабоев К.У. Транспортная стратегия Республики Узбекистан на период до 2030 года. Методологические принципы и подходы. – Ташкент, 2014. – 43 с.; Қосимова М.С. ва бошқ. Маркетинг. – Тошкент: ТДИУ, 2010. – 263 б.; Бўтаев Ш.А., Сидиқназаров Қ.М. Логистика етказиб бериш занжирида оқимларни бошқариш. – Тошкент: Extremum- Press, 2014. – 575 б.; Эргашходжаева Ш. Инновацион маркетинг. – Тошкент: Чўлпон, 2014. – 178 б.

хизматлар бозори, ресурслардан самарали фойдаланиш масалаларининг илмий-назарий ва амалий жиҳатлари ўз аксини топган.

Мамлакатимиз иқтисодчи олимларидан М.Қосимова хизматлар бозори маркетингини тадқиқ қилган бўлса, М.Болтабаев, З.Адилова, А.Солиев, А.Фаттоҳов, Ш.Эргашходжаевалар томонидан маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва такомиллаштириш масалалари илмий асосда ўрганилган. С.Салимов, Н.Сафаров, К.Ўлжабоев транспорт хизматлари бозори маркетингини тадқиқ қилишган ва тегишли илмий-назарий хулосалар беришган. Ш.Бўтаев, Қ.Сидиқназаров, Ғ.Саматовлар транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш масалаларини тадқиқ этишган. Аммо, маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш масалалари мустақил диссертацион тадқиқот объекти сифатида тизимли тарзда тадқиқ қилинмаган.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Тошкент автомобиль йўлларини лойиҳалаш, қуриш ва эксплуатацияси институти илмий-тадқиқот ишлари режасининг ИТД-2-53 рақамли «Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида транспорт рақобатдошлигини оширишнинг методологик асосларини такомиллаштириш» лойиҳаси доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади иқтисодиётни модернизациялаш шароитида маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорини оптималлаштиришга йўналтирилган таклифлар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

транспорт хизматлари бозорининг хусусиятларини очиб бериш ва уни оптималлаштиришда тизимли-иерархик ёндашувни амалга ошириш;

транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида ташкил этиш механизминини ишлаб чиқиш;

транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида ташкил этишнинг методологик жиҳатларини такомиллаштиришга қаратилган илмий таклифлар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш;

Ўзбекистонда транспорт хизматлари бозорининг амалдаги ҳолатини таҳлил қилиш ва мавжуд тенденцияларни аниқлаш;

транспорт хизматларига бўлган талабнинг эконометрик таҳлилинини амалга ошириш ва прогноزلаш;

автомобиль транспорти корхонасининг маркетинг стратегиясини шакллантириш услубиятини ишлаб чиқиш;

транспорт хизматлари рақобат устунликларини шакллантириш ва баҳолаш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш;

транспорт хизматлари бозорида маркетингни бошқариш тизимини такомиллаштириш бўйича таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти сифатида Ўзбекистон Республикаси транспорт хизматлари бозорида фаолият кўрсатаётган хўжалик юритувчи субъектлар олинган.

Тадқиқотнинг предмети бўлиб транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш жараёнида юзага келадиган иқтисодий муносабатлар ҳисобланади.

Тадқиқот усуллари. Тадқиқот давомида илмий абстракция, индукция ва дедукция, иқтисодий-математик моделлаштириш, эксперт баҳолаш усулларидан фойдаланилган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги:

юк ташиш транспорт хизматлари бозорини самарали ташкил этишда инновацион ривожланиш талаблари ва бозордаги сифат ўзгаришларини синхрон эътиборга олишга йўналтирилган механизм ишлаб чиқилган ҳамда лицензиялаш қамровини кенгайтириш бўйича таклифлар асосланган;

транспорт корхоналари фаолиятида «just in time» (аниқ муддатга) концепцияси асосида қиймат ва вақт омилларининг ўзаро уйғунлигини таъминлаш негизида юк ташишда ҳаракатланиш вақтини қисқартириш таклифи асосланган;

транспорт корхоналарининг техник-иқтисодий ва эксплуатацион салоҳиятларидан унумли фойдаланиш асосида мақсадли бозор сегментида рақобат устунлигини таъминлаш ҳисобига йўловчилар ташиш ҳажмини ошириш ва ўзгарувчан харажатларни тежаш бўйича таклифлар асосланган;

мижозларнинг автомобилларга техник хизмат кўрсатиш тизимига кириб келиш вақти оралиғидаги эҳтимолликларнинг хизмат турлари бўйича тақсимланишига мос бўлган тасодифий қийматларини ҳосил қилиш шароитида автомобилларга техник хизмат кўрсатиш жараёнини такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

транспорт хизматлари бозорида ташиш ҳажмига таъсир этувчи омиллар ўртасидаги корреляцион-регрессион боғлиқликни эътиборга олган ҳолда юк ва йўловчилар ташиш ҳажмининг 2015-2018 йилларга мўлжалланган прогноз кўрсаткичлари ишлаб чиқилган.

Тадқиқотнинг амалий натижаси:

транспорт хизматлари сифатини тавсифловчи мезонлар ишлаб чиқилиб, ушбу хизматлар рақобатдошлигини оширишнинг базавий, инвестицион ва инновацион усуллари таклиф этилган;

ички ва ташқи омиллар таъсири остида автокорхона салоҳияти ва мижоз талаблари мутаносиблигини оптималлаштириш имконини берувчи транспорт хизматлари сифатини интеграл кўрсаткичи асосида баҳолаш услубияти такомиллаштирилган;

автомобиль транспорти воситаларига сервис хизматлари кўрсатиш тизимини самарали ташкил этишда автомобиллар сони ва турлари, шунингдек, уларга техник хизмат кўрсатишнинг диверсификация даражасини ошириш имконини берадиган имитацион моделлаштириш услуби таклиф этилган;

транспорт хизматлари бозорида рақобат устунликларини таъминловчи маркетинг стратегиясини шакллантириш ва қўллашнинг услубий ёндашуви такомиллаштирилган, транспорт корхонаси маркетинг стратегиясини амалга оширишнинг алгоритмик модели ҳамда мижозлар билан ўзаро алоқани

таъминловчи маркетинг коммуникациялари стратегиясини шакллантириш тизими таклиф этилган;

транспорт хизматлари бозорига маркетингнинг барча мавжуд воситалари орқали таъсир ўтказиш, бозорни сегментлаш ва уларда рақобат устунлигини таъминлашга эришиш ҳамда маркетинг стратегиясини истиқболга йўналтириш концепцияси таклиф этилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги: тадқиқот натижаларининг ишончлилиги уларни таниқли иқтисодчи олимларнинг маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш хусусидаги илмий-назарий қарашларини қиёсий ва танқидий таҳлил қилиш, илғор хориж тажрибасини ўрганиш ва умумлаштириш, эксперт баҳолаш натижаларига, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг маълумотларига ҳамда бошқа расман эълон қилинган амалий маълумотлар таҳлиliga асосланганлиги билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти улардан Ўзбекистон Республикаси транспорт хизматлари бозорини ривожлантиришга бағишланган махсус илмий тадқиқотларни амалга оширишда фойдаланишнинг мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ишлаб чиқилган илмий таклифлар ва амалий тавсиялардан республика транспорт хизматлари бозорини оптималлаштиришга қаратилган комплекс чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқишда фойдаланишнинг мумкинлиги билан белгиланади.

Натижаларнинг жорий қилиниши. Маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш бўйича ишлаб чиқилган таклифлар асосида:

юк ташиш транспорт хизматлари бозорини самарали ташкил этишда инновацион ривожланиш талаблари ва бозордаги сифат ўзгаришларини синхрон эътиборга олишга йўналтирилган механизми ҳамда лицензиялаш қамровини кенгайтириш таклифи Ўзбекистон автомобиль ва дарё транспорти агентлиги амалиётига жорий этилган (2015 йил 5 июндаги 3/1714-сон маълумотнома). Илмий натижанинг жорий қилиниши натижасида ўртача юк кўтариш қобилиятига эга бўлган бир бирлик автомобиль учун давлат бюджетига тўланадиган йиллик солиқ миқдорини ошириш имкони яратилган;

транспорт корхоналари фаолиятида «just in time» (аниқ муддатга) концепцияси асосида қиймат ва вақт омилларининг ўзаро уйғунлигини таъминлаш негизида юк ташишда ҳаракатланиш вақтини қисқартириш таклифи «Avtotransport Energoqurilish» АЖ амалиётига тадбиқ этилган (2015 йил 2 ноябрдаги 01/349-сон маълумотнома). Илмий натижанинг жорий қилиниши натижасида битта автомобиль транспорти воситасининг бир йиллик иқтисодий самарадорлигини ошириш имкони яратилган;

транспорт корхоналарининг техник-иқтисодий ва эксплуатацион салоҳиятларидан унумли фойдаланиш асосида мақсадли бозор сегментида,

рақобат устунлигини таъминлаш ҳисобига йўловчилар ташиш ҳажмини ошириш ва ўзгарувчан харажатларни тежаш таклифи «Тошшаҳартрансхизмат» АЖ амалиётига қўлланилган (2015 йил 31 январдаги 5-16/63 – сон маълумотнома). Илмий натижанинг жорий қилиниши натижасида Тошкент шаҳри жамоат транспортида йўловчи ташиш ҳажми йилига қўшимча 1,4 млн. нафарга ошди ва эксплуатацион харажатлар миқдори 245,4 млн. сўмга камайди;

мижозларнинг автомобилларга техник хизмат кўрсатиш тизимига кириб келиш вақти оралиғидаги эҳтимолликларнинг хизмат турлари бўйича тақсимланишига мос бўлган тасодифий қийматларини ҳосил қилиш шароитида автомобилларга техник хизмат кўрсатиш жараёнини такомиллаштириш таклифи «Автотеххизмат» АЖ амалиётига қўлланилган (2015 йил 1 июлдаги 1/244-сон маълумотнома). Илмий натижанинг жорий қилиниши натижасида техник хизмат кўрсатишдан тушган соф фойданинг ошишига эришилган;

транспорт хизматлари бозорига маркетинг воситалари орқали таъсир ўтказиш, бозорни сегментлаш ва уларда рақобат устунлигини таъминлашга эришиш ҳамда маркетинг стратегиясини истиқболга йўналтириш таклифи Автомобиль ва дарё транспортини ривожлантириш маркази амалиётига жорий этилган (2015 йил 15 октябрдаги 59/2П-сон маълумотнома). Илмий натижанинг жорий қилиниши натижасида автомобиль транспортида 2018 йилда 2015 йилга нисбатан юк айланмаси ҳажмининг 8,9 фоизга ошиши ва ўртача ташиш масофасининг 2,4 фоизга камайиши, ташилган юк ҳажмининг 11,6 фоизга ошишига олиб келиши борасидаги прогноз маълумотларидан транспорт хизматлари меъёрий кўрсаткичларини ҳисоблаш жараёнида фойдаланилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Диссертациянинг асосий фоя ва хулосалари «Ўзбекистон автомобиль йўл комплексининг долзарб муаммолари» (Тошкент, 2010-2016), шунингдек, республика ва халқаро миқёсдаги анжуманларда, жумладан «Вопросы экономической оценки рынка транспортных услуг в условиях трансформации экономики Республики Узбекистан» (Москва, 2010), «Анализ рынка транспортных услуг в условиях глобализации экономики Узбекистана» (Москва, 2011), «Транспорт-логистик хизматлар кўрсатувчи кувватларни ривожлантириш ва оптимал жойлаштириш» (Тошкент, 2011), «Ўзбекистон Республикаси логистик марказларидан фойдаланиш самарадорлиги», (Тошкент, 2012), «Глобаллашув шароитида Ўзбекистон Республикасида ахборотлашган жамиятни шакллантириш муаммолари» (Тошкент, 2015), «Автомобиль транспорти корхонасининг маркетинг коммуникациялари стратегиясини шакллантириш услубияти» (Тошкент, 2015), «Транспорт хизматлари бозорини такомиллаштириш» (Tashkent, 2016), «Применение логистических процессов в эффективном управлении сельского хозяйства» (Россия, 2016), «Транспорт хизматлари бозорида маркетинг тамойилларини қўллашнинг ўзига хос хусусиятлари» (Тошкент, 2016) мавзуларида ўтказилган халқаро ва республика илмий-амалий конференцияларида маъруза кўринишида баён этилган ва

маъқулланган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши. Диссертация мавзуси бўйича жами 63 та илмий иш, шу жумладан, 1 та илмий монография, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 19 та мақола, жумладан, 16 таси республика ва 3 таси хорижий журналларида нашр этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация иши кириш, тўртта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Диссертация матни 220 бетни ташкил қилади.

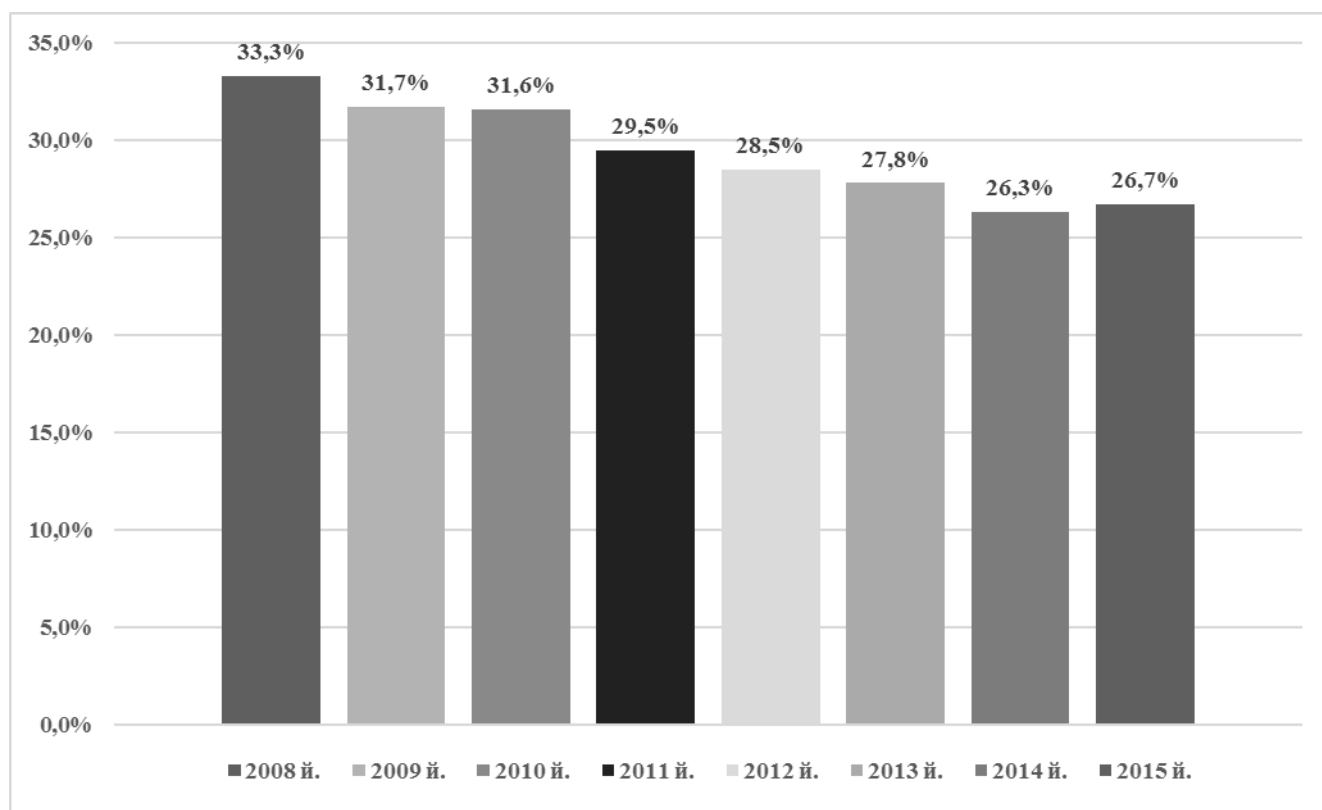
ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида тадқиқотнинг долзарблиги ва аҳамияти асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объекти ва предмети тавсифланган, республика фан ва технологияларини ривожлантиришнинг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, илмий янгилиги ва амалий натижалари баён қилиниб, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти очиб берилган, тадқиқот натижаларининг синовдан ўтганлиги, нашр этилган ишлар ва диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг «**Транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида оптималлаштиришнинг назарий асослари**» деб номланган биринчи бобида «транспорт хизматлари» ва «транспорт хизматлари бозори» иқтисодий категориялари атрофлича тадқиқ этилган. Транспорт хизматлари бозорининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, бозорни оптималлаштириш муаммоларини тадқиқ этишда тизимли ёндашувнинг зарурлиги, бозорни маркетинг тамойиллари асосида тадқиқ этишнинг ўзига хос хусусиятлари, тизимда маркетингнинг аҳамияти ва уни ривожлантириш концепцияси атрофлича ўрганилган ҳамда тадқиқот давомида қўйилган вазифалар юзасидан умумий хулосаларга келинган. Транспорт хизматлари бозорининг маркетинг таъминот тизими бозор муносабатлари ва ахборот оқимларининг ўзаро боғлиқликда ҳаракатланиш мажмуидан иборат бўлиб, транспорт инфратузилмаси корхоналарининг ишлаб чиқариш ва ташкилий заҳираларини аниқлаш ҳамда улардан фойдаланишни ўз ичига олади. Транспорт инфратузилмасининг рақобат устунлигига эришиши айнан мазкур тизим орқали таъминланади. Транспорт хизматлари бозорида рақобат устунлигини янада ошириш ҳамда мижозлар эҳтиёжини тўла қондириш имкониятларини тадқиқ этиш, транспорт хизмати кўрсатувчи корхонанинг самарали маркетинг коммуникациялари сиёсатини амалга ошириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган. Хизмат кўрсатиш соҳасининг анъанавий таркибий қисмларидан бири – «транспорт хизматлари» иқтисодий категория бўлиб, у ўз таркибига барча турдаги юк ва йўловчилар ташувини ва бу жараёнга мувофиқ келувчи ёки ёрдам берувчи операцияларни қамраб олади. Жаҳон савдо ташкилотининг маълумотларига кўра, (2016 йилнинг 1 январь ҳолатига), транспорт хизматларининг салмоғи дунё миқёсида амалга

оширилган хизматлар экспортининг умумий ҳажмида 18,4 фоизни, импорт ҳажмида эса, 23,6 фоизни ташкил этди. Бунда юкларни сув йўли билан ташиш (30,3%) ва йўловчиларни ҳаво транспортида ташиш (21,4%) юқори салмоқни эгаллайди¹¹. Транспорт хизматлари кўрсатиш кенг доирада бўлиб, дунё миқёсида ошиб бораётган юк ва йўловчи оқими ҳаракатини таъминлаб туриш орқали халқаро алоқаларнинг ривожланиши ёки глобал иқтисодиётнинг шаклланишига олиб келади.

Бу борада Ўзбекистон транспорт хизматлари бозорини оптималлаштиришда транспорт хизматлари ҳажмининг ўзгариш динамикасини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ. 2008-2015 йиллардаги транспорт хизмати кўрсатиш ҳажмининг таҳлили шуни кўрсатадики, хизматлар ҳажмининг мутлақ қиймати 23563,3 млрд. сўмга ошганига қарамадан, умумий хизматлар ҳажмининг кенгайиши натижасида транспорт хизматлари улуши мазкур йилларда 1,2 фоизга қисқариши кузатилди (1-расм).

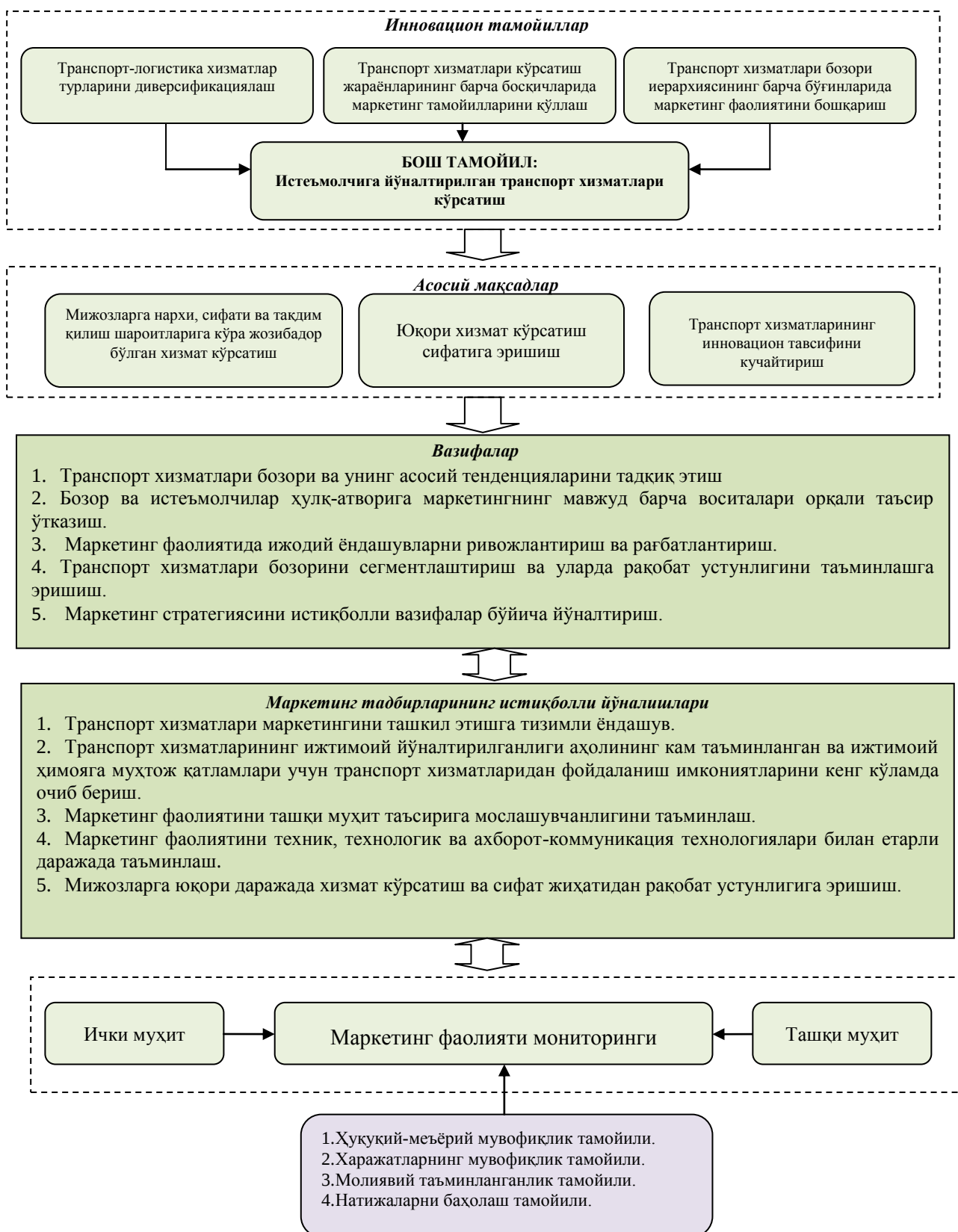


1-расм. Ўзбекистон Республикасида кўрсатилган умумий хизматлар ҳажмида транспорт хизматлари улушининг ўзгариши¹².

Бугунги кунга келиб, транспорт хизматлари бозорида маркетинг мижозларга йўналтирилган алоҳида яхлит концепция сифатида шаклланган бўлсада, бу ғоя ҳозирда такомиллаштирилмоқда. Маркетингнинг умумий тамойилларидан келиб чиқиб, тармоққа оид инновацион тамойилларни

¹¹ International Trade Statistics. 2016 (P. 109). Merchandise trade and trade in commercial services (P. 35). www.wto.org.

¹² Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.



2-расм. Транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида ташкил этиш механизми¹³.

¹³ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

қўллаш имкониятларини ҳам кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Мазкур тадқиқот доирасида транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида ташкил этиш механизми ишлаб чиқилган (2-расм). Транспорт хизматлари бозори фаолиятини маркетинг тамойиллари асосида ташкил этиш миллий транспорт операторлари хизматлари сифатини ошириш, ташиш таннархини камайтириш, халқаро транспорт хизматлари бозоридаги рақобатдошликни таъминлаш каби иқтисодийнинг устувор вазифалари ечимини ижобий ҳал қилишда муҳим аҳамият касб этади.

Транспорт хизматлари ҳажми ва истеъмолининг ошиб бориши, рақобатнинг кучайиши бозорнинг маълум бир улушига эга бўлиш учун транспорт операторлари фаолиятида маркетинг тамойилларини қўллаш асосида ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш, бошқарув қарорларини қабул қилиш заруриятини келтириб чиқаради. Шундай экан, транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш деганда, энг аввало, транспорт корхоналари рақобат устунлигини таъминлаш, уларнинг ўз иқтисодий-молиявий ва моддий-маънавий салоҳиятларидан максимал фойдаланиш ҳисобига рақобатдошликка эришишини тавсифловчи тадбирлар мажмуаси тушунилади.

Транспорт хизматлари бозорини ташкил этишнинг инновацион маркетинг тамойиллари, маркетинг тадбирларининг истиқболли йўналишлари, фаолият мониторингига таъсир қилувчи ички ва ташқи муҳитдан иборат элементлардан ташкил топган механизми ишлаб чиқилгани ҳолда, маркетинг фаолиятининг ташқи муҳит таъсирига мослашувчанлигини таъминлаш ва лицензиялаш қамровини кенгайтириш йўли билан ўртача юк кўтариш қобилиятига эга бўлган автомобилларнинг самарадорлигини ошириш ва рақобат устунлигига эришиш таклифи амалиётда қўлланилди. Бунинг натижасида ўртача юк кўтариш қобилиятига эга бўлган бир бирлик автомобиль учун йилига давлат бюджетига тўланадиган солиқ миқдори 3829,2 минг сўмга ошди.

Оптималлаштириш масалалари маълум хизмат даражасини таъминлаган ҳолда юк ва йўловчиларни юқори тезликда, талаб этиладиган шинамлик ва қулайлик, хавфсизлик ва ишончлилик даражасида минимал харажатлар билан ташиш борасида лойиҳавий ечимлар, техник воситалар ва жараёнларни ташкил этиш ҳамда бошқариш усуллари асослайди. Улар эса, ўз навбатида, транспорт хизматлари сифатини белгиловчи мезонларга таянади.

Диссертациянинг **«Транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида ташкил этишнинг методологик асосларини такомиллаштириш»** деб номланган иккинчи бобида транспорт хизматлари бозорида маркетинг тадқиқотларининг услубий таъминоти, услубий жиҳатлари ҳамда транспорт-логистик хизматлар кўрсатиш бозорини оптималлаштиришда эконометрик моделлардан фойдаланишнинг методологик асослари ёритилган.

Илмий ишда маркетинг тадқиқотларини амалга оширишнинг мавжуд назарий-амалий ҳамда услубий асослари ўрганилди, транспорт хизматлари бозорида маркетинг тадқиқотларини ўтказишда қўл келиши мумкин бўлган

шакллар ва усуллар шарҳланди. Жумладан, аниқ ахборот тизимига асосланган маркетинг фаолиятига айнан бенчмаркинг мисол бўла олади. Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш шакллариининг юқорида келтирилган таснифи тавсия мазмунига эга бўлиб, амалда бу кўринишдаги тадқиқотларнинг бошқа шакллари ҳам мавжуд бўлиши асослаб берилди. Транспорт хизматлари бозори ҳолатини иқтисодий баҳолаш усулларида фойдаланиб бозор чегаралари ва ҳажмини баҳолаш, бозорни сегментлаш, бозор иштирокчиларининг ундаги улушлари тадқиқ этилди. Транспорт бозорининг ягона мақсадга йўналтирилганлиги унинг конъюнктурасини таҳлил қилишда муҳим аҳамият касб этади. Унинг моҳияти транспорт хизматини яратиш уни ишлаб чиқариш жойлари билан бевосита боғлиқ ташиш жараёнига қатъий боғланганлиги билан изоҳланади. Маълумки, транспорт хизматлари бозорида истеъмолчини нафақат хизматнинг нархи, балки унинг сифати, қулайлиги, дидига мос келиши ва мавқеи муҳим аҳамият касб этади.

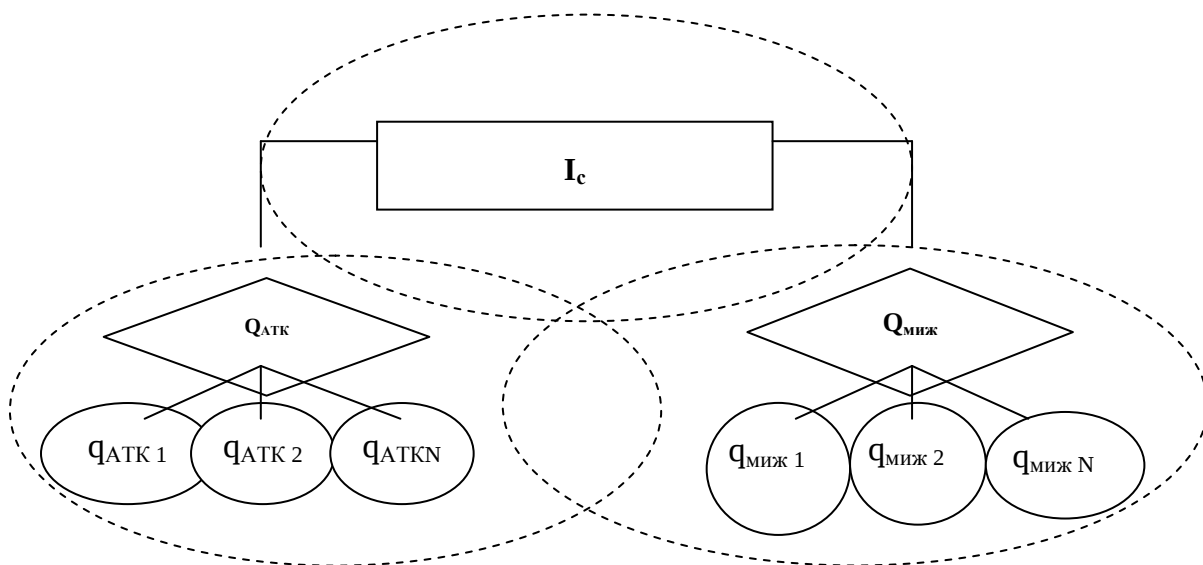
Юкларни ташишда «just in time» (аниқ муддатга) таҳлилий модели кенг тарқалган логистик концепциялардан бири ҳисобланади. Юкларни етказиб беришнинг ҳақиқатдаги ва шартномадаги вақти фарқланиши сабабли юзага келган йўқотишларни минимумга олиб келувчи сифати биринчи марта кўриб чиқилган. Юкларни етказиб беришдаги тўхталишларни баҳолаш учун логистик занжирнинг ҳар бир бўғинидаги моддий оқим тўхталишини қайтариш сифатида кўриш бутун занжирнинг узлуксиз фаолиятини баҳолаш имконини беради. Унинг параметрларини аниқлаш учун таҳлилий боғлиқликларни амалий жиҳатларини кўриш мақсадга мувофиқ.

Автомобиль транспорти хизматлари кўрсатувчи субъектлар (АТХКС) фаолиятини такомиллаштириш негизида ушбу усулдан фойдаланиб ҳисоб китоб натижалари асосида бир бирлик автотранспорт воситасининг ўртача бир йиллик тушуми 13,0 млн. сўми ташкил қилади.

Оптималлаштиришни қўллашнинг зарурий шарти қиймат ва вақт катталиклари ҳисобланади. Захираларни назорат қилиш ва камайитириш натижавий омиллар сифатида ташиш ҳажми ва ўзгарувчан ҳаражатлар олинган. Бунда буюртманинг оптимал катталиги ва даври ҳисобланмайди. Бу усул логистик функциялар ва операциялар учун аҳамиятли бўлиб, унда турли масалаларни ечишдаги ёндашувлар бирлаштирилган. Таклиф этилаётган усуллар такомиллаштирилиб, диссертацияда транспорт хизматлари кўрсатиш жараёнини ўзаро ички ва ташқи омиллар таъсирини ҳисобга олувчи интеграл кўрсаткич асосида баҳолаш усули таклиф этилди (3-расм).

Ушбу усулнинг моҳиятида автокорхона ва мижоз салоҳиятининг мутаносиблигини таъминлаш, хизматнинг сифат даражасини мижозлар томонидан баҳоланиши, локал салоҳиятни мувозанатлаш, стратегик ривожлантиришга йўналтирилган инновацион тадбирларни жорий қилиш, хизматлар кўрсатишнинг талаб этиладиган сифат кўрсаткичларини таъминлаш жараёни ётади.

Мазкур усул мазмун касб этиши учун кучли рақобат шароитида транспорт хизматлари сифатини корхонанинг ташқи ва ички омил коэффициентларидан фойдаланган ҳолда интеграл баҳолаш мумкин.



3-расм. Транспорт хизматлари сифатини баҳолаш усули¹⁴.

$$Q_{\text{АТК баҳо}}, Q_{\text{миж баҳо}} \leq 1 \quad (1)$$

Бунда:

$Q_{\text{АТК баҳо}}$ – корхона фаолиятининг сифат даражасини баҳолаш;

$Q_{\text{миж баҳо}}$ – миждлар томонидан хизматларни баҳолаш даражаси;

шартли белгилар:

I_c – транспорт хизматлари сифатини интеграл баҳолаш;

$Q_{\text{АТК}}$ – корхона фаолиятининг сифат даражаси;

$Q_{\text{миж}}$ – миждларга хизмат кўрсатишнинг сифат даражаси;

$q_{\text{АТК 1}}, q_{\text{АТК 2}}, q_{\text{АТК n}}$ – фаолияти кўрсаткичлари даражаси;

$q_{\text{миж 1}}, q_{\text{миж 2}}, q_{\text{миж n}}$ – хизматларнинг миждлар томонидан баҳоланганлик даражаси.

Автомобилларга техник хизмат кўрсатиш «Автотеххизмат» АЖ фаолиятини самарали ташкил этишда транспорт воситалари сони ва турлари, шунингдек, уларга техник хизмат кўрсатишнинг диверсификациялашуви тизим фаолиятини бошқаришни бир мунча мураккаблаштиради ва бу ўз навбатида, тизимнинг турли элементлари орасидаги боғланишларнинг мураккаблиги туфайли пайдо бўлади. Тизимда ишлаб турган элементлардан бирининг ўзгариши натижасида бошқа элементлар ўзгариши тадқиқот натижаларининг кўзлаган мақсадга эришиш имконини берди. Корхона маълумотлари базасидан фойдаланиб, ҳисоб- китоб ишлари натижасида 2015 йилда техник таъмирлашдан тушган соф фойда 1,8 млн. сўмга, 2016 йилда эса 2,5 млн. сўмга ошишига эришилди.

Транспорт-логистик хизматлар бозорини ривожлантириш унинг самарасини, энг аввало, унинг миллий иқтисодиёт тармоқлари ривожланишига таъсирини баҳолашда муҳим аҳамият касб этади. Жумладан, АҚШ, Япония, Европа мамлакатларида бир вақтда олиб борилган тадқиқотлар

¹⁴ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

натижалари кўрсатдики, логистика тамойилларини қўллаш корхоналарда захиралар ҳажмини 30-70 фоизга, маҳсулот таннархини 30 фоизгача, транспорт харажатларининг 20 фоизгача пасайиши, меҳнат унумдорлиги эса 25-50 фоизгача ўсишини таъминлаш имконини беради¹⁵. Тадқиқотлар натижасига кўра, вақт оралиғида, аммо доимий равишда етказиб бериш жадвалларини бузмасдан ташиб беришни хоҳловчи мижозлар умумий транспорт-логистик хизматлар бозоридаги мижозлар сонининг 10 фоизгача қисмини, юкни олдиндан келишилган вақтда етказиб берилишини хоҳловчи мижозлар умумий сонининг 89 фоизини, юкларни юқори тезликда етказиб беришни сўровчилар эса 1 фоиздан салгина ортиқ қисмини ташкил этади. Фикримизча, бунга товар ва хизматлар диверсификацияси сиёсатининг глобал иқтисодиётда кенгроқ қўлланилиши ҳисобига ортиб бораётган янги турдаги маҳсулотларни истеъмолчиларга тезроқ етказиш соҳасидаги кескин рақобат сабаб бўлмоқда. Юқоридаги мулоҳазалардан келиб чиққан ҳолда, фикримизча, транспорт-логистика хизматлари бозорини оптималлаштиришнинг назарий-услубий имкониятлари маркетинг тамойиллари нуқтаи назаридан кўриб чиқиладиган бўлса, транспортда логистик хизматларнинг сифатини таъминлаш ва унинг оптимал кўрсаткичларига эришиши асосий масала бўлиб юзага келади.

А.А.Тимониннинг фикрича, транспортда логистик хизматлар кўрсатиш сифатига моддий-техника таъминоти, маркетинг логистикаси, транспорт логистикаси каби функционал омиллар ҳал қилувчи таъсир ўтказади¹⁶. А.Солиев, логистик хизматлар кўрсатиш сифатига харидорлар истакларини баҳолаш, бозорда истеъмолчилар фикри, хатти-ҳаракатларини тадқиқ этиш ва психологик услублар таъсири муҳим ўрин тутишини эътироф этган¹⁷. В.И.Гиссин томонидан логистик тизим сифатини бошқариш масалаларига бағишланган тадқиқотлардаги ёндашувларни транспорт тизимига трансформациялаш орқали транспорт хизматлари кўрсатиш сифатининг логистик занжири ва унинг элементлари ўртасидаги ўзаро алоқадорлик тадқиқ этилган¹⁸:

$$W \rightarrow Q \rightarrow R \rightarrow q \rightarrow U \rightarrow \Phi \quad (2)$$

Бунда:

W – ялпи сифат;

Q – юк ташиш хизмати кўрсатиш сифати умумий категория сифатида;

R – ташиш жараёнининг ишончлилиги;

q – сифат кўрсаткичлари;

U – транспорт хизмати кўрсатиш баҳоси;

Φ – корхонанинг ташишдан оладиган фойдаси.

¹⁵ O'Reilly Ch. Corporations, Culture and Commitment: Motivation and Social Control in Organizations. – California Management Review. – Summer, 1999. – P. 9-25.

¹⁶ Тимонин А.А. Совершенствование логистического сервиса пассажирских автотранспортных перевозок. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Ростов, 2010. – 24 с.

¹⁷ Солиев А. Маркетинг, бозоршуносли: - Тошкент: Адолат, 2008. -237-б.

¹⁸ Гиссин В.И. Проблемы формирования логистической системы управлением качеством. – Ростов-на-Дону: РГЭУ, 2000. – 240 с.

Диссертациянинг учинчи боби «Ўзбекистонда транспорт хизматлари бозорини ривожланиш тенденцияларини баҳолаш» деб номланиб, транспорт хизматлари бозорининг шаклланиши, автомобиль транспортида маркетинг фаолияти ривожланишининг ретроспектив таҳлили, хизматларга бўлган талаб эконометрик усулларда таҳлил қилинган ҳамда илмий таклифлар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган. Транспорт-логистика хизматлари таснифида юк ва йўловчиларни ташишлар алоҳида ўринга эга бўлиб, автомобиль транспорти хизматлари ушбу хизматлар ичида кўлами ва нуфузи бўйича бозорда муҳим аҳамият касб этади. Шунинг учун мазкур тадқиқот доирасида автомобиль транспорти хизматлари кўрсатувчиларнинг ишлаб чиқариш қувватларини оптималлаш-тириш ва унинг ўзига хос хусусиятларига асосий эътибор қаратилди.

Амалга оширилган таҳлиллар республикамізда юк ва йўловчи автомобиль транспорти хизмати кўрсаткичларининг таҳлил қилинган давр мобайнида барқарор эканлигини кўрсатади (1- жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистонда юк ва йўловчи автомобиль транспорти хизмати кўрсаткичларининг ўзгариши¹⁹

№	Кўрсаткичлар/йиллар	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Юк автомобиль транспорти									
1	Автомобиль транспортида ташилган юк ҳажми, млн. тн.	701,2	638,6	1066,1	1156,4	1203,2	1258,3	1327,4	1398,4
2	Умумий юк ҳажмида автомобиль транспортининг улуши, %	87,1	84,5	90,6	90,7	90,5	90,7	90,9	91,1
3	Автомобиль транспортида юк айланмаси ҳажми, млн. тн-км	8,9	13,8	24,5	26,1	27,5	29,2	31,5	33,9
4	Умумий юк айланмасида автомобиль транспортининг улуши, %	16,3	20,0	32,3	33,1	32,9	34,9	36,8	38,2
Йўловчи автомобиль транспорти									
5	Автомобиль транспортида ташилган йўловчилар сони, млн. киши	3284,7	3796,4	5899,3	6280,2	6606,0	6895,1	7244,4	7502,5
6	Умумий йўловчи ташиш ҳажмида автомобиль транспортининг улуши, %	91,3	95,8	98,2	98,5	98,5	98,7	98,8	98,9
7	Автомобиль транспортида йўловчи айланмаси, млрд. йўл - км	23,3	38,6	67,2	72,7	78,2	83,3	88,9	94,8
8	Умумий йўловчи айланмасида автомобиль транспортининг улуши, %	75,4	83,5	87,8	88,1	87,7	87,9	88,8	89,7

1-жадвалда келтирилган маълумотлардан кўринадик, 2000-2015 йилларда республикамізда ташилган юк ва йўловчиларнинг ҳажми ва унда автомобиль транспортининг улуши ўсиш тенденциясига эга бўлган. Бунда, Ўзбекистонда транспорт хизматлари бозорининг ривожланиши хусусий транспорт корхоналарининг пайдо бўлиши, транспорт хизматлари бозорининг шаклланиши натижасида соҳа субъектларининг маркетингга эҳтиёжлари юзага келганлиги билан изоҳланади.

¹⁹ Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг 2000-2015 йиллар бўйича статистик маълумотлари.

Транспорт хизматлари бозорида юк ва йўловчи автомобиль транспорти кўрсаткичларининг ўзаро таъсирининг регрессион таҳлили энг кичик квадратлар усули ёрдамида амалга оширилган.

2-жадвал

Транспорт хизматлари бозорида юк автомобиль транспорти кўрсаткичларининг ўзаро таъсири доирасида регрессион модели натижалари

Ўзгарувчи	Коэффициент	Стандарт хатолик	t-статистика	Эҳтимоллиги
X1	101,15	16,73	6,05	0,0001
X2	1060,95	116,09	9,14	0,0000
C	92347,29	17307,37	-5,34	0,0002
AR(1)	1,12	0,04	25,44	0,0000
R-квадрат		0,98	Боғлиқ ўзгарувчи ўртачаси	74813,33
Текисланган R-квадрат		0,98	Боғлиқ ўзгарувчи стандарт четланиши	10202,58
Регрессиянинг стандарт хатолиги		1175,30	Акайке ахборот мезони	17,19
Қолдиқлар квадрати йиғиндиси		15194626	Шварц мезони	17,38
Логарифмик ҳақиқатга яқинлиги		-124,99	Ханна-Куин мезони	17,19
F-статистика		347,99	Дарбин Уотсон статистикаси	1,39
Эҳтимоллик (F-статистика)		0,0000		

Жадвалда келтирилган ҳисоб-китоблар натижалари асосида кўп омилли регрессион модель қуйидаги кўринишга эга бўлди:

$$Y = 101,15 \cdot x_1 + 1060,95 \cdot x_2 - 92347,29 \text{ [AR(1)=1,12]} \quad (3)$$

Ҳисобланган моделдан кўриш мумкинки, бошқа омиллар ўзгармас бўлган шароитда, автомобиль транспортида юк айланмаси улуши ўзгаришига таъсир қилувчи омил – автотранспортда ташилган юк ҳажми ўртача 1,0 фоизга ошиши юк айланмасини 1,147 фоизга ошишига олиб келар экан. Ўртача ташиш масофасининг 1,0 фоизга ошиши ташилган юк ҳажмини 10,6 марта ошишига олиб келиши аниқланди.

3-жадвал

Транспорт хизматлари бозорида йўловчи автомобиль транспорти кўрсаткичларининг ўзаро таъсири доирасида регрессион модели натижалари

Ўзгарувчи	Коэффициент	Стандарт хатолик	t-статистика	Эҳтимоллиги
X1	11,29	1,15	9,76	0,0000
X2	2186,11	951,04	2,29	0,0421
C	617987,0	12843710	0,04	0,9625
AR (1)	0,99	0,03	26,30	0,0000
R-квадрат		0,99	Боғлиқ ўзгарувчи ўртачаси	65240,00
Текисланган R-квадрат		0,98	Боғлиқ ўзгарувчи стандарт четланиши	25412,28
Регрессиянинг стандарт хатолиги		589,13	Акайке ахборот мезони	15,82
Қолдиқлар квадрати йиғиндиси		3817888	Шварц мезони	16,00
Логарифмик ҳақиқатга яқинлиги		-114,64	Ханна-Куин мезони	15,81
F-статистика		8679,21	Дарбин Уотсон статистикаси	0,92
Эҳтимоллик (F-статистика)		0.00		

3-жадвалда келтирилган ҳисоб – китоблар натижалари асосида кўп омилли регрессион модель қуйидаги кўринишга эга бўлди:

$$Y = 11,29 \cdot X_1 + 2186,11 \cdot X_2 + 617987,0 \text{ [AR(1)=0,99]} \quad (4)$$

Ҳисобланган моделдан кўриш мумкинки, бошқа омиллар ўзгармас бўлган шароитда, уларнинг республикада ташилган йўловчилар айланмасида, автотранспортда ташилган йўловчилар ҳажми улушининг ўзгаришига таъсир этувчи омил – автотранспортда ташилган йўловчилар сонини ўртача 1 фоизга ошиши ташилган йўловчилар айланмасини 11,297 фоизга ошишига олиб келади. Ўртача ташиш масофасининг 1,0 фоизга ошиши ташилган йўловчилар ҳажмини 21,86 марта ошишига олиб келиши аниқланди.

Модель Eviews 9,0 амалий компьютер дастури ёрдамида амалга оширилди. Танланмалар регрессион таҳлил қилинмасдан олдин уларнинг корреляцион боғлиқлиги текширилди ва танланмаларнинг ўзаро корреляцияси ўрта ва юқори эканлиги аниқланди. Мазкур ҳолатда «unit-root test»ни амалга ошириш мақсадида «Augmented Dickey-Fuller» тести қўлланилиб, «p-value» қийматлари белгиланган меъёردа эканлиги аниқланди. Фақат Gruzvol, Passvol танланмаларини бошқа танланмалар фоиз кўринишдаги ўлчов бирликларига мос келтириш учун натурал логарифм кўринишига келтирилди.

Диссертациянинг сўнгги тўртинчи боби **«Транспорт хизматлари бозорини маркетинг тамойиллари асосида оптималлаштириш»** деб номланиб, маркетинг тамойиллари асосида транспорт хизматлари бозорни оптималлаштириш, бошқарув қарорлари ролини ошириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш, транспорт хизматлари бозори рақобат устунлигини аниқлаш, маркетинг бошқариш тизимини такомиллаштириш масалаларига бағишланган. Транспорт хизматлари бозорида маркетинг стратегиясининг бошқарув қарорларини қабул қилишдаги ролини аниқлаб олиш мақсадга мувофиқ бўлади. Мазкур бобда иқтисодчи олимларнинг стратегия тушунчаси хусусидаги илмий-назарий қарашлари қиёсий ва танқидий таҳлил қилиниб, қуйидаги муаллифлик таърифи шакллантирилди: «Стратегия – бу, бошқаришни ташкил этиш, режалаштириш, қўйилган мақсадга эришиш йўллари ва усулларини ўрганиш ва ишлаб чиқаришни ташкил этишда бошқарув қарорларини қабул қилишдир».

Маркетинг стратегиясининг муваффақиятини таъминловчи коммуникациявий хатти-ҳаракатларнинг асосида транспорт хизмати кўрсатиш субъектлари ўз фаолиятида амал қилувчи тариф сиёсати ётади. Айнан тариф сиёсати мижозларнинг эҳтиёжини талаб даражасига кўтариш имкониятини бериши ва янги хизматлар бозорини шакллантиришга туртки бўлиши мумкин. Шунинг учун, коммуникациявий восита саналмиш хизмат тарифларини белгилаш бўйича қарор қабул қилиш ўта масъулиятли жараён ҳисобланади.

Транспорт хизматлари бозоридаги рақобатчиликни тавсифловчи омилларнинг таъсир даражасини экспертлар ёрдамида баҳолашни балли поғоналарда аниқлаш мақсадга мувофиқдир. Бунда, бозорда рақобатнинг

йўқлиги ёки рақобатчилар таъсирининг сезилмаслигини 1 балл билан, омилнинг паст даражадаги таъсири бўлганда 2 балл билан, омилнинг аниқ ва барқарор таъсирини 3 балл билан баҳолаш тавсия этилади. Шунини ҳисобга олиш керакки, турли омиллар рақобатга турли йўналишларда таъсир қилганлиги учун ҳам, ҳар бир омилнинг нисбий таъсирини инобатга олиб, уларни таъсир даражасига қараб ранглаш муҳим саналади.

Қуйидаги жадвалда автомобиль транспорти хизматлари бозори қурилиш материаллари ташиш сегментидаги рақобатнинг ўртача солиштирма балларини ҳисоблаш натижалари келтирилган (4-жадвалга қаранг). Омилларнинг таъсирини баҳолаш учун экспертлар мулоҳазаларидан фойдаланилган.

4-жадвал²⁰

Рақобатбардошликнинг ўртача солиштирма баллини ҳисоблаш

Омиллар	Экспертлар баҳоси		Омилларнинг таъсир коэффициенти	Омилларнинг таъсири	Омилларнинг ўртача солиштирма таъсири
	Автомобиль ва дарё транспорти агентлиги	Автотранспорт энерго қурилиш унитар корхонаси			
Юк жўнатувчилар	1	1	0,2	0,4	0,04
Тармоқ ичидаги рақобатчилар	2	3	0,2	1,0	0,1
Бошқа транспорт турлари	1	2	0,2	0,6	0,06
Юк қабул қилувчилар	2	2	0,2	0,8	0,08
Салоҳиятли рақобатчилар	1	1	0,2	0,4	0,04
Жами			1	3,2	0,32

4-жадвалда келтирилган маълумотлардан кўринадики, ҳисоб-китобларни нисбатан соддалаштириш мақсадида барча омилларнинг таъсир даражаси бир хил деб фараз қилинди ва шунинг учун таъсир коэффициентининг миқдори 20 фоизга тенг, деб олинди.

Транспорт хизматлари бозорини маркетинг нуқтаи назаридан тадқиқ этиш рақобатчиликни ўрганишни кўзда тутди. Бунда рақобатчилик даражаси ва интенсивлигини аниқлаш ҳамда рақобатчиликка сезиларли таъсир этувчи бозор омилларининг таҳлили амалга оширилади. Ушбу вазифаларни бажаришнинг асосий босқичлари қуйидагилардан иборатдир:

бозорда рақобат муҳитини таҳлил қилиш;

корхоналарда маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолаш;

маркетинг қарорларининг ахборот таъминоти самарадорлигини таҳлил

²⁰ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

этиш;

олинган натижаларни таққослаш ва тегишли хулоса ва тавсияларни ишлаб чиқиш.

Биз тадқиқотимизда эксплуатация шароитлари бир-бирига яқин бўлган Тошкент шаҳар йўловчи автомобиль транспорти корхоналари мисолида ички омиллар, яъни бевосита автомобиль транспорти корхоналарига боғлиқ бўлган техник-эксплуатацион кўрсаткичлар гуруҳни шакллантирдик ($T_n, V_{\varepsilon}, \beta, \gamma, \alpha_v$). Ушбу гуруҳ кўрсаткичлари ичидан нисбатан юқори миқдорга эга бўлганларини белгилаб оламиз (5-жадвал).

5-жадвал

Транспорт хизматлари бозорида йўловчи автомобиль транспорти корхоналарининг асосий техник-эксплуатацион кўрсаткичларининг ўзгариши²¹

№	Кўрсаткичлар	Ўлчов бирл.	АК-1	АК-3	АК-5	АК-8	АК-12
1.	Автомобилларнинг йиллик ташиш ҳажми (Q)	минг йўл.	19341,9	36233,9	14530,8	21743,3	30655,7
2.	Ўртача автомобиллар сони (A_c)	дона	120,6	200,3	77,0	108,5	179,9
3.	Автомобилларнинг ўртача иш вақти (T_n)	соат	11,54	12,64	14,21	11,86	11,51
4.	Ўртача эксплуатацион тезлик (V_{ε})	км/соат	22,7	20,4	19,5	21,3	21,1
5.	Автомобилларнинг ўртача йўловчи сигими (q)	йўлов.	20,90	20,16	24,36	22,23	20,45
6.	Ўртача ташиш масофаси ($l_{\text{н}}$)	км	6,25	5,96	6,78	6,02	5,92
7.	Ўртача масофадан фойдаланиш коэффициенти (β)	-	0,937	0,946	0,901	0,949	0,967
8.	Ўртача йўловчи сигимидан фойдаланиш коэффициенти (γ)	-	0,726	0,831	0,793	0,770	0,828
9.	Ўртача паркдан фойдаланиш коэффициенти (α_v)	-	0,737	0,723	0,725	0,803	0,695

Хар бир йўловчи автомобиль транспорти корхонаси фаолиятига боғлиқ бўлган энг ижобий кўрсаткичлар асосида умумий ташиш ҳажми Q' ҳисоб-китоб қилинади:

$$Q' = \frac{T_n \cdot V_{\varepsilon}' \cdot \beta' \cdot q \cdot \gamma_s' \cdot A_c \cdot \alpha_v' \cdot D_k}{l_{\text{н}}'} \quad (5)$$

Шунга алоҳида эътибор бериш керакки, олинган натижа яна ҳам ижобий бўлиши учун йўловчилар ўртасида маркетинг тадқиқотларини олиб бориб, алоҳида истеъмолчилар талабларини қондирувчи кўрсаткичлар гуруҳи ҳам шакллантирилиши ва унинг асосида ҳисоб-китоблар амалга оширилиши мумкин. Олинган натижаларга кўра, ташиш ҳажмининг ошиши ҳисобига иқтисодий самарани ҳисоблаш мумкин.

Маълумки, автомобиль транспорти хизматлари кўрсатиш учун сарфланадиган харажатлардан ёқилғи-мойлаш материаллари, техник хизмат

²¹ 2015 йил маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган.

кўрсатиш ва уларни таъмирлаш харажатлари босиб ўтиладиган масофага боғлиқ бўлиб ўзгарувчан харажатлар гуруҳига киритилади. Ўзгарувчан харажатларнинг бир бирлик иш ҳажмига нисбати келтирилган ўзгарувчи харажатлар миқдорини бериб, бир бирлик маҳсулотга нисбатан ўзгармайди. Доимий харажатлар автомобиль транспорти корхонаси фаолияти натижаси бўлган иш ҳажмига боғлиқ бўлмасда, мутлақ миқдорининг ташиш ҳажмига нисбати келтирилган доимий харажат миқдорини беради ва бу кўрсаткичнинг умумий харажатдаги улуши ташиш ҳажми ошган сари камайиб боради.

Бу ерда йиллик иқтисодий самара ҳар бир қўшимча ташилган йўловчига тўғри келувчи доимий харажатларнинг иқтисод қилиниши ҳисобга олинади:

$$Is = Q' * (Sd - Sd'); \text{ минг сўм} \quad (6)$$

Ҳисоб-китоб натижалари таҳлили асосида хулоса қилиш мумкинки, ўрганилаётган барча йўловчи автомобиль транспорти корхоналарининг техник-эксплуатацион кўрсаткичларининг яхшиланиши ҳисобига 1,4 млн. қўшимча ташиш ҳамда унинг эвазига 245,4 млн. сўм иқтисодий самара олинди.

Автомобиль транспорти хизматлари бозорида фаолият юритувчи субъектларнинг маркетингни бошқариш тизими самарадорлигини баҳолашда тижорат самарадорлигини аниқлашнинг аксарият назарий ёлғизликлар томонидан қабул қилинган моделларига тегишли ўзгартириш киритиш орқали такомиллаштирилган ва мослаштирилган усуллардан фойдаланиш мумкин. Самарадорликни аниқлашда сарфланган капиталнинг наф келтириш орқали қопланишини инобатга олар эканмиз, бунда «пулнинг вақтинчалик қиймати» назариясидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Маркетинг фаолиятига сарфланувчи харажатлар миқдорини бошланғич давр қийматларига келтириш бу усулнинг асосини ташкил қилади.

Молиявий фаолиятда пул оқимлари инқироз жараёнларига боғлиқ бўлиб, ҳар доим ҳам бир хил қийматга эга бўлмайди. Шунга кўра, уларнинг турли вақтдаги, турли ҳисоб-китоб қийматини аниқ миқдорга келтириш зарурати вужудга келади ва бу жараён дисконтлаш асосида амалга оширилади. Автомобиль транспорти хизмати кўрсатувчи субъектнинг такомиллаштирилган маркетинг тизимига сарфланган харажатлари эвазига олиниши мумкин бўлган даромадини дисконтлаш коэффициентини қўллаган ҳолда қайта ҳисоблаб, соф дисконтланган даромад сифатида аниқлаш мантикий натижани олишга ёрдам беради. Дисконтлаш меъёри ўзгармас бўлган ҳолларда соф дисконтланган даромад қуйидаги тенглама ёрдамида аниқланади:

$$CD = \sum_{t=0}^T (H_t - X_t) \quad (7)$$

Бунда, H_t —ҳисоб-китобнинг t -нчи қадамида эришиладиган натижалар

$$CДД = \sum_{t=0}^T (H_t - X_t) \frac{1}{(1+E)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{C_t}{(1+E)^t} \quad (8)$$

бунда, H_t — ҳисоб-китобнинг t - қадамида эришиладиган натижалар;
 X_t — ҳисоб-китобнинг t - қадамида амалга оширилувчи харажатлар миқдори;
 C_t — t - қадамда эришилувчи самара;
 T — ҳисоб-китоб кўлами.

Даромадларнинг ўсиши автомобиль транспорти хизмати кўрсатувчи субъектнинг ташиш ва бошқа турдаги хизматлар ҳажмининг ошиши прогнозига асосан қабул қилинади. Агар соф дисконтланган даромад энг катта қийматга эга бўлса, маркетинг бошқарув тизимини такомиллаштиришга қаратилган тадбирларнинг самарадорлиги ижобий ҳисобланади. Тизимдаги катта қийматлар бўйича кўрсаткичларни таққослаш мураккаб муаммоларни аниқлаш ва ўз вақтида оптимал ечим қабул қилиш имконини беради.

ХУЛОСАЛАР

Диссертация ишининг амалга оширилган тадқиқотлари натижасида қуйидаги хулосалар ишлаб чиқилди.

1. «Транспорт хизматлари» ва «транспорт хизматлари бозори» категорияларининг иқтисодий мазмунининг тизимли равишда тўлиқ очиб берилиши транспорт тизими фаолиятининг назарий асосларини такомиллаштириш имконини яратиб, транспорт хизматлари бозори талаб ва таклиф категорияларининг ўзаро нисбати натижасида шаклландиган бозор баҳоси орқали ушбу бозорни оптималлаштиришга бевосита таъсир кўрсатади.

2. Транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш муаммоларини тадқиқ этишда тизимли-иерархик ёндашувдан фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлигининг асосланиши иерархик тизимда таркибий ва функционал табақалашувнинг мавжудлиги, катта ҳажмдаги ахборотларни қабул қилиш, қайта ишлаш ва фойдаланиш имконини бериши транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш билан боғлиқ бўлган муаммоларни яхлитлигини таъминлаш имконини беради.

3. Мазкур тадқиқот доирасида транспорт хизматлари бозорини ташкил этишнинг инновацион тамойиллари, истиқболли йўналишлари, маркетинг фаолияти мониторингининг ички ва ташқи муҳитидан таркиб топган механизмининг ишлаб чиқилиши, транспорт хизматларини мақсадли бозорида рақобат устунлигига эришиш ҳамда лицензиялаш қамровини кенгайтириш асосида тизимнинг ҳуқуқий-меъёрий, харажатлар даражасига, молиявий таъминланганлик ва натижаларни баҳолаш тамойилига мувофиқлигини таъминлаш имконини яратади.

4. Транспорт корхоналарининг техник-иқтисодий ва эксплуатацион салоҳиятларидан унумли фойдаланиш орқали, бозорнинг мақсадли

сегментида рақобат устунлигини таъминлаш ҳисобига йўловчилар ташиш ҳажмининг ошиши ва ўзгарувчан харажатларнинг тежалиши асосланиб, транспорт хизматлари учун сарфланадиган харажатлар техник эксплуатацион кўрсаткичлар гуруҳида ўзгарувчан харажатларга киритилган ҳолда уларнинг миқдори маҳсулотга нисбатан ўзгармаслигини таъминлайди.

5. Транспорт хизматлари бозори субъектларининг иқтисодий мустақиллиги ҳамда бозордаги иштирокчилар тўғрисида тўлиқ ахборотни олиш имкониятларининг чекланганлиги шароитида эксперт тизимлари усулини қўллашнинг юк ташиш бозорини тадқиқ этиш, таҳлил қилиш, прогнозлаш ва режалаштиришнинг бошқа усуллариغا нисбатан афзаллиги асослаб берилди. Шунингдек, математик усулларни таснифий гуруҳида транспорт тизимининг моддий-техника базасининг хилма-хиллиги, асосий воситалар функцияларининг ва конструктив ечимларининг турли-туманлиги уларни ягона ёндашув орқали ечимини мураккаблаштиргани боис, транспортда режалаштириш ва прогнозлаш алоҳида транспорт воситаларининг, ташиладиган юк ёки йўловчиларнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олишни тақозо этади.

6. Диссертацияда таклиф этилган транспорт логистик хизматлар кўрсатиш жараёнининг ўзаро ички ва ташқи омиллар таъсирини ҳисобга олувчи интеграл кўрсаткичи асосида автотранспорт корхоналари фаолиятини баҳолаш усули автокорхона ва мижоз салоҳиятининг мутаносиблигини таъминлаш ва локал салоҳиятни мувозанатлаш асосида стратегик ривожлантиришга йўналтирилган инновацион тадбирларни жорий қилиш, хизматлар кўрсатишнинг талаб этиладиган сифат кўрсаткичларини таъминлаш жараёнини бошқариш имкониятини яратади.

7. Автомобиль транспорти воситаларига сервис хизматлари кўрсатиш тизимини самарали ташкил этишда автомобиллар сони ва турлари, шунингдек, уларга техник хизмат кўрсатишнинг диверсификация даражасини ошириш имконини берадиган имитацион моделлаштириш услуги таклиф этилди ва амалиётга жорий қилинди. Мазкур жараён мижозларнинг келишини вақт оралиғидаги эҳтимолликларини берилган тақсимланишга мос бўлган тасодикий қийматларини ҳосил қилиш усуллари узлуксиз тақсимланишидан фойдаланилиб, тасодикий ҳодиса ҳосил қилиш каби мураккаб вазиятларда қўлланилади.

8. Хизматлар бозорида рақобат устунлигини таъминлаш мақсадида транспорт хизматлари истеъмол хусусиятлари, маркетинг коммуникацияларига сарфланадиган сезиларли ҳажмдаги молиявий маблағлар, кўрсатилаётган транспорт-логистика хизматларининг мураккаблигини ҳисобга олувчи транспортнинг маркетинг-коммуникация стратегиясини шакллантириш бўйича тавсиялар белгилаб берилди.

9. Транспорт хизматлари бозоридаги рақобатчиликка таъсир этувчи омилларнинг таъсир даражасини экспертлар ёрдамида баҳолашни баллар асосида аниқлаш мақсадга мувофиқ бўлиб, бунда рақобатчилик даражаси ва интенсивлигини аниқлаш ҳамда рақобатчиликка сезиларли таъсир этувчи бозор омилларининг таҳлили амалга оширилган. Ушбу вазифаларни

бажаришнинг асосий босқичлари бозорда рақобат муҳити, корхоналарда маркетинг бошқаруви самарадорлигини баҳолаш, маркетинг қарорларининг ахборот таъминоти самарадорлигини таҳлил этиш, олинган натижаларни таққослаш ҳамда тегишли хулоса ва тавсиялар ишлаб чиқиш имконини беради.

10. Ишлаб чиқилган прогноз кўрсаткичларига мувофиқ, республика автомобиль транспортида 2018 йилда 2015 йилга нисбатан юк айланмаси ҳажмининг 8,9 фоизга ошиши ва ўртача ташиш масофасининг 2,4 фоизга камайиши ташилган юк ҳажмининг 11,6 фоизга ошишига олиб келиши, мазкур даврда автомобиль транспортида йўловчи айланмаси ва ўртача ташиш масофаси мос равишда 13,5 ва 10,1 фоизга ошгани ҳолда, ташилган йўловчилар сони 3,5 фоизга ошиши аниқланди.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ 14.07. 2016. 1. 31. 01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА НАУК ПРИ БАНКОВСКО-
ФИНАНСОВОЙ АКАДЕМИИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И
ТАШКЕНТСКОМ ФИНАНСОВОМ ИНСТИТУТЕ**

**ТАШКЕНТСКИЙ ИНСТИТУТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ,
СТРОИТЕЛЬСТВУ И ЭКСПЛУАТАЦИИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ**

ИРИСБЕКОВА МАВЛУДА НАРИНБАЕВНА

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК ОПТИМИЗАЦИИ РЫНКА
ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ
МАРКЕТИНГА**

08.00.11–Маркетинг (экономические науки)

АВТОРЕФЕРАТ ДОКТОРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Ташкент – 2017

Тема докторской диссертации зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за номером 27.01.2017/B2017 I.1651

Докторская диссертация выполнена в Ташкентском институте по проектированию, строительству и эксплуатации автомобильных дорог.

Автореферат диссертации на трёх языках (узбекский русский, английский) размещен на веб-странице научного совета (www.bfa.uz) и информационно – образовательном портале “ZiyoNet” (www.ziynet.uz).

Научный консультант: **Саматов Гаффар Аллакулович**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Балтабаев Махмуджон Рустамович**
доктор экономических наук, профессор

Адилова Зульфия Джавдатовна
доктор экономических наук, профессор

Карриева Якутжан Каримовна
доктор экономических наук, профессор

Ведущая организация: **Ташкентский финансовый институт**

Защита диссертации состоится «___»_____2017 года в _____ часов на заседании Научного совета 14.07.2016.I.31.01 при Банковско- финансовой академии Республики Узбекистан и Ташкентском финансовом институте (Адрес: 100000, ул. Мавароуннахр, 16.Тел.: (998371) 237-54-01) e-mail:info@bfa.uz). Тел.: (998371) 237-54-01)

С докторской диссертацией можно ознакомиться в информационно-ресурсном центре Банковско-финансовой академии Республики Узбекистан. Зарегистрирована за №____ (Адрес: 100000, ул. Мавароуннахр, 16. Тел.: (998371) 237-54-01) e-mail:info@bfa.uz).

Автореферат диссертации разослан «___»_____2017 год
(реестр протокола рассылки № ____ от _____ 2017 год)

А.Ш.Бекмуродов
Председатель Научного совета по присуждению
ученой степени доктора наук, д.э.н., профессор

У.В.Гафуров
Ученый секретар Научного совета по
присуждению ученой степени доктора наук,
к.э.н., доцент

Н.Х. Хайдаров
Председатель Научного семинара при Научном
совете по присуждению ученой степени
доктора наук, д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (Аннотация докторской диссертации)

Актуальность и востребованность темы. В условиях углубления процессов глобализации в мировой экономике значение транспортной инфраструктуры стремительно увеличивается. По данным международных организаций транспортной системы и Всемирного Банка, доля мирового рынка транспортных услуг в ВВП оценивается в объеме 4,2 трл. долларов США (6,8%) и в год перевозится 110 млрд. тонн груза и более 1 трлн. пассажиров, а количество занятых в сфере транспортных услуг составляет 100 млн. человек¹.

В Узбекистане, начиная с первых годов независимости государства, вопросы развития транспортной инфраструктуры были определены в качестве одного из приоритетных направлений государственной экономической политики государства. В этом аспекте, в результате осуществленной целевой и последовательной государственной политики в стране была обеспечена транспортная независимость, образована единая национальная транспортная система, обеспечивающая транспортное сообщение всем регионам. В частности, была построена новая железная дорога Тошгузар-Бойсун-Кумкурган, электрическая железная дорога «Ангрен-Поп» через перевал Камчик, а также автомобильная дорога «Кунград-Бейнов». Транспортные услуги в годы независимости повысились в 2,5 раза, доля услуг в общем объеме составила 26,7 %².

Значимость данного направления для экономики страны была отмечена в качестве одной из основных задач Президентом Республики Узбекистан, который в своем выступлении подчеркнул, что «необходимо развивать и модернизировать дорожно-транспортную, инженерно-коммуникационную и социальную инфраструктуру, в связи с чем имеется необходимость разработать прогнозные параметры и осуществлять контроль за их соблюдением»³.

Обеспечение растущего потока пассажиров и грузоперевозок позволяет развивать международные связи, совершенствовать систему, обеспечивать эффективность данного процесса, а также внедрять инновации в область транспортных услуг на мировом рынке. В свою очередь, дальнейшее развитие рынка транспортных услуг, оптимизация данного рынка на основе принципов маркетинга, в частности, обеспечение приоритета конкуренции, модернизация структуры транспортных средств и выход новых товаров и услуг на международные рынки посредством их технического переоснащения, определенные в качестве приоритетных задач экономики, требуют поиска положительного решения. С этой точки зрения тема данной диссертации еще раз подтверждает актуальность данной проблемы.

Результаты данного диссертационного исследования служат, в

¹ The World Bank; World Development Indicators. <http://data.worldbank.org/indicator>

² Ўзбекистон иқтисодиёти. Ахборот-таҳлилий бюллетень. – Тошкент: ЁАЖ “SEAL MAG”, 2016. – 54-б.

³ Мирзиёев Ш.М. «Критический анализ, жесткая дисциплина и персональная ответственность должны стать повседневной нормой в деятельности каждого руководителя». – Ташкент: Узбекистан, 2017. – 22-с.

определенной степени, осуществлению задач, определенных в Постановлении Президента Республики Узбекистан № 2313 от 6 марта 2015 года “Об осуществлении последовательных мер по развитию транспортных коммуникаций, систем современной телекоммуникации, созданию объектов инженерной инфраструктуры в стране”, Указу Президента Республики Узбекистан №4848 от 5 октября 2016 года “О дополнительных мерах по обеспечению ускоренного развития предпринимательской деятельности, всемерной защите частной собственности и качественному улучшению делового климата», также программы “Развитие и модернизация инженерно-коммуникационных и дорожно- транспортных инфраструктур в 2015 - 2019 годах, строительство и реконструкция Национальной автомагистрали Узбекистана”.

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

Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации⁴.

Исследования транспортных и логистических услуг в качестве неотъемлемой части системы автомобильного транспорта, а также разработки методик оптимизации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга проводятся в научных центрах и образовательных учреждениях ведущих стран, в том числе: The University of Milan (Италия), Harvard University (АҚШ), University of Chicago (АҚШ), Oxford University (Великобритания), Hanyang University (Южная Корея), Институте экономической политики (Россия), Ташкентском институте по проектированию, строительству и эксплуатации автомобильных дорог и Ташкентском финансовом институте.

По вопросам развития рынка транспортных услуг, внедрения в данную отрасль принципов маркетинга, совершенствования транспортно-логистических услуг в мире были достигнуты ряд научно-практических результатов, в частности: разработаны пути повышения конкурентоспособности рынка транспортных услуг путем использования инновационных технологий (Harvard University, США); обосновано уменьшение торговых ограничений, связанных с большим развитием транспортных услуг, усиление привлечения малого бизнеса в транспортную отрасль (University of Chicago США); при разработке стратегии деятельности

⁴ Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий-тадқиқотлар шарҳи: <http://www.uchicago.edu/>; <http://www.unimi.it/ENG/>; <http://www.ox.ac.uk/>; <http://www.harvard.edu/>; <http://www.hanyang.ac.kr/web/eng/>; <http://ier.ru/ru.html> ва бошқа манбалар асосида тайёрланган.

субъектов рынка транспортных услуг обоснована необходимость учета интересов человека, которые лежат в основе всех сложностей экономических отношений (Hanyang University, Южная Корея); обосновано внедрение инноваций, направленных на сокращение затрат по транспортировке грузов морем и водным путем (Oxford University, Великобритания); усиление маркетинговых исследований, направленных на повышение эффективности транспортных услуг в условиях ограничения общетехнической степени железной дороги и относительно низкой пропускной способности автомобильных дорог в регионе (The University of Milan, Италия), в рамках национальной политики обоснована целесообразность развития системы рынка логистики в условиях обширной территории страны и низкой степени развития инфраструктуры, а также повышение потребности в транспортно-логистической службе (Институт экономической политики, Россия).

По совершенствованию научно - теоретических, методологических и практических основ развития рынка транспортных услуг в мировом масштабе проводятся исследования по ряду следующих приоритетных направлений, таких как: повышение качества маркетинговых исследований на основе развития транспортных услуг; повышение качества транспортно-логистических услуг на основе эффективного использования товарных терминалов; разработка основных направлений обеспечения приоритета конкуренции на целевых сегментах рынка; повышение эффективности оказания транспортных услуг на основе совершенствования деятельности по их лицензированию.

Степень изученности проблемы. Изменение производства от доставки товаров в сторону развития оказания услуг считается признаком перехода индустриального общества к постиндустриальному. Преимущества этих положительных изменений одними из первых исследовали такие ученые, как: П.Друккер, Ростоу, Й.Шумпетер, Д.Белл, К.Кларк⁵. Эти ученые обосновали приоритетность услуг в ВВП страны в качестве основной характеристики постиндустриального общества.

Научно-теоретические и методологические вопросы развития рынка транспортных услуг были исследованы в научных работах российских ученых: И.И.Дюмулен, Г.Л.Азоев, А.П.Челенков, А.А.Вовок, В.В.Давнис, В.И.Тинякова, В.А.Фурсов, Е.Будрина, И.Прокопенко, Н.Ю.Иващенко, С.И.Гриценко⁶.

⁵ Друккер П.Ф. Классические работы по менеджменту. Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 220 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Директ-Медиа, 2007 – 400 с.; Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Пер. с англ. – М.: Академия, 2004. – 788 с.; Белл Д. Социальные рамки информационного общества. Пер. с англ. Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330 - 342.

⁶ Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. – М.: Экономика, 2003. – 313 с.; Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. -М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. -206 с.; Азоев Г.Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ИНФРА-М, 2000. -256 с.; Гриценко С.И. Стратегия развития транспортно-логистических кластеров в Украине. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. –Санкт-Петербург, 2009. - 41 с.; Иващенко Н.Ю. Организация информационной системы управления транспортно-логистическим комплексом региона. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. –Санкт-Петербург, 2009. – 16 с.

Достойны внимания научные исследования и рекомендации В.В.Давниса, В.И.Тиняковой⁷ по современным математическим методам и их систематизации, которые необходимо применить при обосновании решений, связанных с маркетинговой деятельностью.

Необходимо признать широкое использование математико-статистических методов в исследовании показателей работы транспортной системы при определении связи между показателями развития автомобильного транспорта такими учеными, как Е.Будрина⁸, А.А.Вовоки В.А.Фурсов.

Кроме того, теоретические и практические стороны вопросов материально-технического обеспечения на рынке транспортных услуг, вопросы маркетинга производственных средств нашли отражение в научных исследованиях зарубежных ученых Э.Матье, Д.Таксьер, А. Бекмурадова⁹.

В научных исследованиях узбекских ученых экономистов А.Ш.Бекмурадова, М.Р.Болтабаева, З.Дж.Адиловой, А.Солиева, С.А.Салимова, Г.А.Саматова, Н.Ч.Сафарова, А.А.Фаттахова, К.У.Ульжабаева, М.С.Касымовой, Ш.А. Бутаева, К.М.Сидикназарова, Ш.Ж.Эргашходжаевой и других отражены научно-теоретическое и практическое использование маркетинга, рынка услуг и ресурсов¹⁰.

Если в научных работах отечественных ученых-экономистов М.Косимовой были исследованы маркетинг рынка услуг, то М.Болтабаев, З.Адилова, А.Солиев, А.Фаттахов, Ш.Эргашходжаева изучили на научной основе вопросы разработки и совершенствования стратегии маркетинга.

С.Салимов, Н.Сафаров, К.Ульжабаев исследовали и сделали определенные научно-теоретические заключения по вопросу маркетинга

⁷Давнис В.В., Тинякова В.И.Современные методы анализа и прогнозирования в задачах обоснования маркетинговых решений//Маркетинг в России и за рубежом. – Москва, 2006. - №2. – С. 16-26.

⁸Будрина Е.В. Методология и методы регулирования рынка на транспорте. Дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Санкт-Петербург, 2002.– 331 с.; Вовок А.А. Оценка эффективности транспортного производства и резервов ее роста. Дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Москва, 2001. – 365 с.; Фурсов В.А. Формирование и функционирование региональных рынков транспортных услуг: теория, методология, практика. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ставрополь, 2011.– 45 с.

⁹Матье Э.,Таксьер Д. Материально- техническое обеспечение деятельности предприятия.- Москва: Прогресс,1993-160с., Бекмурадов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 1993-54с.

¹⁰Болтабоев М.Р.Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар.ол. уч. тақд. эт. дисс. автореф.- Тошкент, 2005- 36 б.; Адилова З.Дж.Халқаро бозорларга экспорт махсулотларини йўналтиришнинг маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. - Тошкент, 2008- 358 б.; Солиев А. Маркетинг, бозоршунослик. – Тошкент: Адолат, 2008. – 237б, Салимов С.А. Основы маркетинга на автомобильном транспорте Узбекистана. Учебное пособие для бакалавров и магистров по специальности «Маркетинг». – Ташкент:ТАЙИ, 2006 – 170 с.; Саматов Г.А. Бизнес-план развития предприятий автомобильного транспорта. Учебное пособие. – Ташкент: Консаудитинформ, 2011 - 133 с.; Сафаров Н.Ч.Халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошликни оширишнинг устувор йўналишлари. И.ф.н. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. автореф. – Тошкент, 2012. – 23 б.; Фаттохов А.А. Стратегии маркетинга в оптовой торговле и пути повышения её эффективности. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 2004. – 42с.; Ульжабоев К.У. Транспортная стратегия Республики Узбекистан на период до 2030 года. Методологические принципы и подходы. – Ташкент: . – 2014. – 43 с.; Қосимова М.С. ва бошқалар. Маркетинг. – Тошкент: ТДИУ, 2010. – 263б.; Бўтаев Ш.А., Сидикназаров Қ.М., Логистика- етказиб бериш занжирида оқимларни бошқариш. - Тошкент: Extremum- Press..2014- 575 б.; Эргашходжаева Ш. Инновацион маркетинг. – Тошкент: Чўлпон, 2014. –178 б.

рынка транспортных услуг. Ш.Бутаев, К.Сидикназаров, Г.Саматов, осуществили исследования по вопросам оптимизации рынка транспортных услуг.

Однако вопрос совершенствования методик оптимизации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга не был системно исследован в качестве объекта самостоятельного диссертационного исследования.

Связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация

Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательских работ Ташкентского института по проектированию, строительству и эксплуатации автомобильных дорог в рамках ИТД-2-53 «Совершенствование методологических основ повышения конкурентоспособности транспорта в условиях модернизации экономики».

Целью исследования является разработка научных предложений и практических рекомендаций, направленных на совершенствование методик оптимизации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга в условиях модернизации экономики.

Задачи исследования:

раскрыть особенности рынка транспортных услуг и осуществить системно-иерархический подход при его оптимизации;

разработать общий механизм организации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга;

разработать научные предложения и практические рекомендации, направленные на совершенствование методических аспектов организации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга;

проанализировать практическое состояние рынка транспортных услуг в Узбекистане и определить существующие тенденции;

осуществить эконометрический анализ и прогноз спроса на транспортные услуги;

разработать методологию формирования маркетинговой стратегии предприятий автомобильного транспорта;

разработать предложения по совершенствованию формирования приоритета конкуренции транспортных услуг и методики оценки;

разработать предложения и практические рекомендации, направленные на совершенствование системы маркетингового управления автотранспортных средств.

Объект исследования хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность на рынке транспортных услуг Республики.

Предмет исследования составляют экономические отношения, возникающие в процессе оптимизации рынка транспортных услуг.

Методы исследования. В течение исследования использованы методы научной абстракции, индукции и дедукции, экономико-математического моделирования, экспертной оценки.

Научная новизна исследования.

разработан механизм, направленный на синхронный учет требований инновационного развития и изменений качества рынка при эффективной организации рынка транспортных услуг по грузоперевозкам, а также обоснована целесообразность расширения охвата лицензирования;

обосновано предложение по сокращению времени грузоперевозок на основе обеспечения взаимосвязи факторов стоимости и времени на основе концепции «just in time» (к определенному времени) в деятельности транспортных предприятий;

на основе эффективного использования технико-экономического и эксплуатационного потенциала транспортных предприятий обоснованы предложения по экономии расходов, связанных с повышением объема перевозок за счет обеспечения приоритета конкурентоспособности на целевом сегменте рынка;

разработаны предложения по совершенствованию процесса оказания технических услуг автомобилям в условиях образования случайной стоимости, соответствующей распределению вероятности временных промежутков по видам услуг, оказываемых клиентам в системе оказания технической помощи;

разработаны прогнозные показатели грузоперевозок и пассажироперевозок на 2015-2018 годы принимая во внимание корреляционно-регрессионную взаимосвязь факторов, оказывающих влияние на объем перевозок на рынке транспортных услуг.

Практические результаты исследования:

разработав критерии, определяющие качество транспортных услуг, предложены базовые, инвестиционные и инновационные способы повышения конкурентоспособности данных услуг;

на основе интегральных показателей качества транспортных услуг, позволяющих оптимизировать соответствие требований клиентов и потенциала автопредприятий при воздействии внешних и внутренних факторов была совершенствована методика оценки;

при эффективной организации оказания услуг автотранспортным средствам, был предложен способ имитационного моделирования, позволяющего повысить степень диверсификации оказываемых им технических услуг;

был совершенствован методический подход по формированию и использованию маркетинговой стратегии, обеспечивающий приоритет конкурентоспособности на рынке транспортных средств, а также была предложена стратегия маркетинговых коммуникаций, обеспечивающих взаимосвязь между клиентами и алгоритмической моделью, реализующей маркетинговую стратегию транспортных предприятий;

была предложена концепция, направленная на выявление влияния маркетинга на все имеющиеся в рынке транспортные средства, достижение обеспечения приоритета конкуренции, а также маркетинговую стратегию, направленную на перспективу.

Достоверность результатов исследования: определяется сравнительным и критическим анализом научно-теоретических взглядов известных ученых-экономистов на оптимизацию рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга, изучением и обобщением передового зарубежного опыта, результатами экспертной оценки, использованием сведений Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике, а также анализом прочих официально опубликованных практических данных.

Научное и практическое значение результатов исследования. Научное значение результатов исследования выражается возможностью использования их при осуществлении специальных научных исследований, посвященных развитию рынка транспортных услуг Республики Узбекистан.

Практическое значение результатов исследования определяется возможностью использования разработанных предложений и практических рекомендаций в разработке свода комплексных мер, направленных на оптимизацию рынка транспортных услуг республики.

Внедрение результатов исследования. На основе разработанных предложений по совершенствованию методик оптимизации рынка транспортных услуг по принципу маркетинга:

при эффективной организации рынка услуг по грузоперевозкам, на практике внедрен механизм, направленный на синхронный учет требований инновационного развития и изменений качества рынка при эффективной организации рынка транспортных услуг по грузоперевозкам, а также необходимость расширения охвата лицензирования (справка №3/1714 от 5 июня 2015 г. Агентства автомобильного и речного транспорта Узбекистана). Внедрение научного результата создало возможность увеличить ежегодную сумму налога, уплачиваемого в государственный бюджет за каждую единицу автомобиля со средней грузоподъемностью;

в практику унитарного предприятия АО Avtotransport Energoqurilish внедрено предложение по сокращению времени грузоперевозок на основе обеспечения взаимосвязи факторов стоимости и времени на основе концепции «just in time» (к определенному времени) в деятельности транспортных предприятий (справка № 01/349 от 12 ноября 2015 года). Внедрение данного научного результата создало возможность повысить годовую экономическую эффективность автотранспортного средства;

в практику АО «Тошшахартрансхизмат» внедрено предложение по эффективному использованию технико-экономического и эксплуатационного потенциала транспортных предприятий по экономии расходов, связанных с повышением объема перевозок за счет обеспечения приоритета конкурентоспособности на целевом сегменте рынка (справка 5-16/63 от 31 января 2015 года). В результате внедрения данного предложения, объем грузоперевозок в общественном транспорте города Ташкента дополнительно вырос на 1,4 млн. человек, а эксплуатационные расходы уменьшились на 245,4 млн. сумов;

предложение по совершенствованию процесса оказания технических услуг автомобилям в условиях образования случайной стоимости, соответствующей распределению вероятности временных промежутков по видам услуг, оказываемых клиентам в системе оказания технической помощи внедрено в практику АО «Автотеххизмат» (справка 1/244 от 1 июля 2015 года). Внедрение научного результата привело к увеличению чистой прибыли от оказания технических услуг;

предложение, направленное на выявление влияния маркетинга на все имеющиеся на рынке транспортные средства, достижение обеспечения приоритета конкуренции, а также маркетинговую стратегию, направленную на перспективу, было внедрено в практику Центра развития автомобильного и речного транспорта (справка 59/2П от 15 октября 2015 года). В процессе расчета нормативных показателей транспортных средств были использованы прогнозные данные, согласно которым в 2018 году относительно 2015 года ожидается увеличение грузооборота на 8,9 процентов, уменьшение средней дистанции перевозок на 2,4 процента, а объема перевозимых грузов на 11,6 процентов.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования прошли апробацию в виде докладов на международных и республиканских научно-практических конференциях, в том числе: «Актуальные проблемы комплекса автомобильных дорог Узбекистана» (Ташкент, 2010-2016), «Вопросы экономической оценки рынка транспортных услуг в условиях трансформации экономики Республики Узбекистан» (Москва, 2010), «Анализ рынка транспортных услуг в условиях глобализации экономики Узбекистана» (Москва, 2011), «Развитие и оптимальное расположение мощностей, оказывающих транспортно-логистические услуги» (Ташкент, 2011), «Эффективность использования логистических центров Республики Узбекистан», (Ташкент, 2012), «Проблемы формирования информатизации общества в Республике Узбекистан в условиях глобализации» (Ташкент, 2015), «Методология формирования стратегии маркетинговых коммуникаций предприятий автомобильного транспорта» (Ташкент, 2015), «Совершенствование рынка транспортных услуг» (Tashkent, 2016), «Применение логистических процессов в эффективном управлении сельского хозяйства» (Россия, 2016), «Своеобразные свойства применения принципов маркетинга на рынке транспортных услуг» (Ташкент, 2016)

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 63 научной работы, в том числе 1 монография, 19 статей в журналах, рекомендованных для публикации основных научных результатов докторских диссертаций Высшей аттестационной комиссией - 19 статей, из них 16 – в республиканских и 3 в зарубежных научных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 220 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и необходимость проведенных исследований, сформированы цель и задачи, объект и предмет исследования, показано их соответствие приоритетным направлениям науки и технологий республики, изложены научная новизна и практические результаты, раскрыто теоретическое и практическое значение полученных результатов исследования, приведены сведения по опубликованным работам и структуре диссертации.

В первой главе диссертации **«Теоретические основы оптимизации на основе принципов маркетинга рынка транспортных услуг»**, всесторонне исследованы такие экономические категории, как «транспортные услуги» и «рынок транспортных услуг». В данной главе были всесторонне изучены вопросы экономико-социального значения рынка транспортных услуг, необходимость системного подхода при исследовании проблем оптимизации рынка, специфические особенности исследования на основе принципов маркетинга рынка, изучены значение маркетинга в системе и концепция его развития, а также были разработаны общие заключения по вопросам, рассмотренным в процессе исследования. Система маркетингового обеспечения рынка транспортных услуг, являясь совокупностью взаимосвязанных рыночных отношений и информационных потоков, включает в себя производство предприятий транспортной инфраструктуры и определения организационных возможностей, а также их использования. Достижение приоритета в конкурентной борьбе транспортной инфраструктуры обеспечивается именно через данную систему. Разработаны рекомендации по повышению конкуренции на рынке транспортных услуг, исследованы возможности удовлетворения потребностей клиентов через моделирование оказания транспортных услуг, осуществления политики эффективной маркетинговой коммуникации предприятий, оказывающих транспортные услуги. Экономическая категория «транспортные услуги», являясь традиционной структурной частью сферы оказания услуг, охватывает в своем составе перевозку пассажиров и всех видов груза, а также сопутствующие этому процессу операции. По сведениям Мировой торговой организации (по состоянию на 1 января 2016 года), доля транспортных услуг в мировом масштабе, в общем объеме экспорта осуществленных услуг составила 18,4%, в объеме импорта - 23,6 %. Здесь высокая доля принадлежит перевозке грузов водным путем (30,3%) и перевозке пассажиров воздушным транспортом (21,4%)¹¹. Широкий спектр оказания транспортных услуг, через обеспечение движения потока пассажиров и увеличения груза в мировом масштабе, приводит к развитию международных связей или формированию глобальной экономики.

¹¹ International Trade Statistics. 2016 (P. 109). Merchandise trade and trade in commercial services (P. 35). www.wto.org.

В этой связи, при оптимизации рынка транспортных услуг Узбекистана целесообразно рассмотреть динамику изменения объема оказания транспортных услуг. Анализ объема оказания транспортных услуг в 2008-2015 годах показывает, что несмотря на увеличение абсолютной стоимости объема услуг на 23563,3 млрд. сум, в результате расширения объема общих услуг доля транспортных услуг в данные годы сократилась на 1,2%. (рис.1).

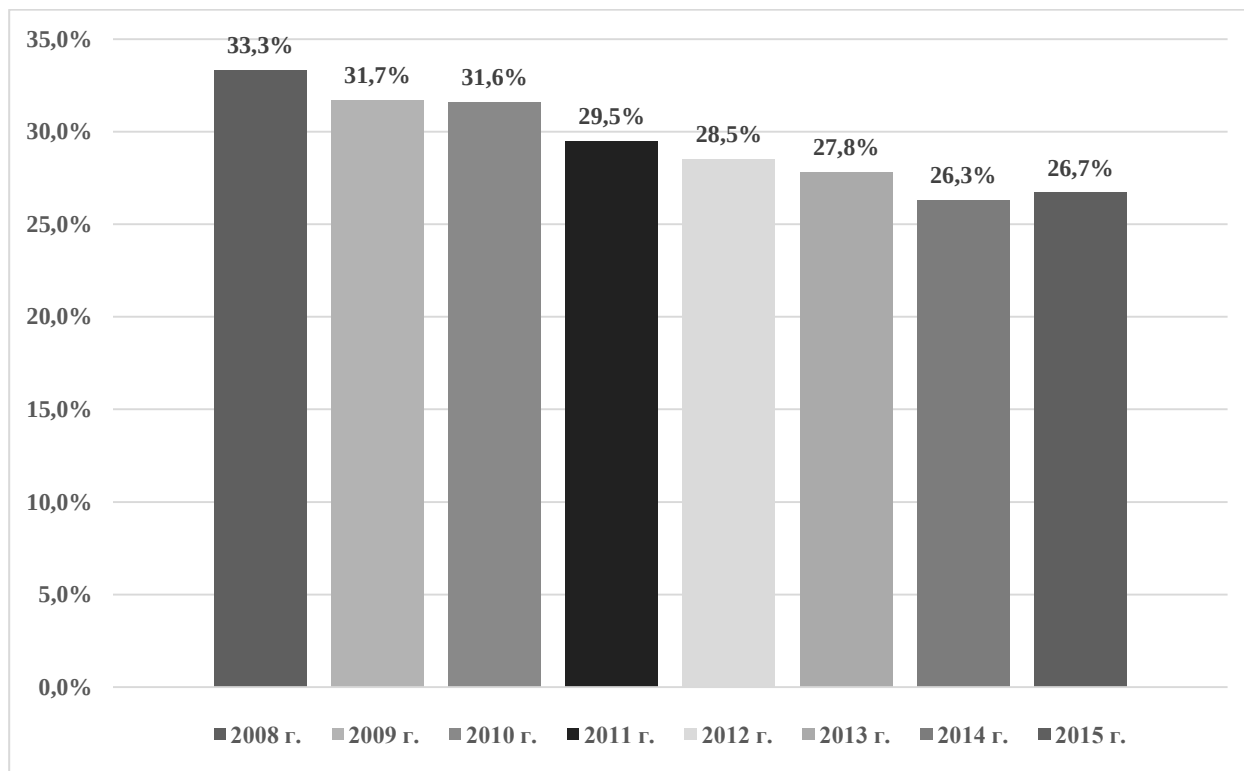


Рис.1. Изменение доли транспортных услуг в объеме общих услуг Республики Узбекистан¹²

Специфические особенности рынка транспортных услуг оказывают влияние и на процесс его оптимизации. Мы думаем, что оптимизация рынка транспортных услуг не только способствует достижению положительной эффективности с точки зрения интересов предприятий отрасли, но и играет важную роль в преследуемой цели достижения общеэкономической эффективности.

На сегодняшний день, маркетинг на рынке транспортных услуг хоть и сформирован в качестве отдельной единой концепции, направленной на клиента, эта идея пока совершенствуется. Исходя из общих принципов маркетинга, целесообразно рассмотреть и возможности применения функциональных частных принципов отрасли. В рамках данного исследования разработан механизм, включающий в себя основные стороны организации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга. (рис. 2).

¹² Разработано автором.

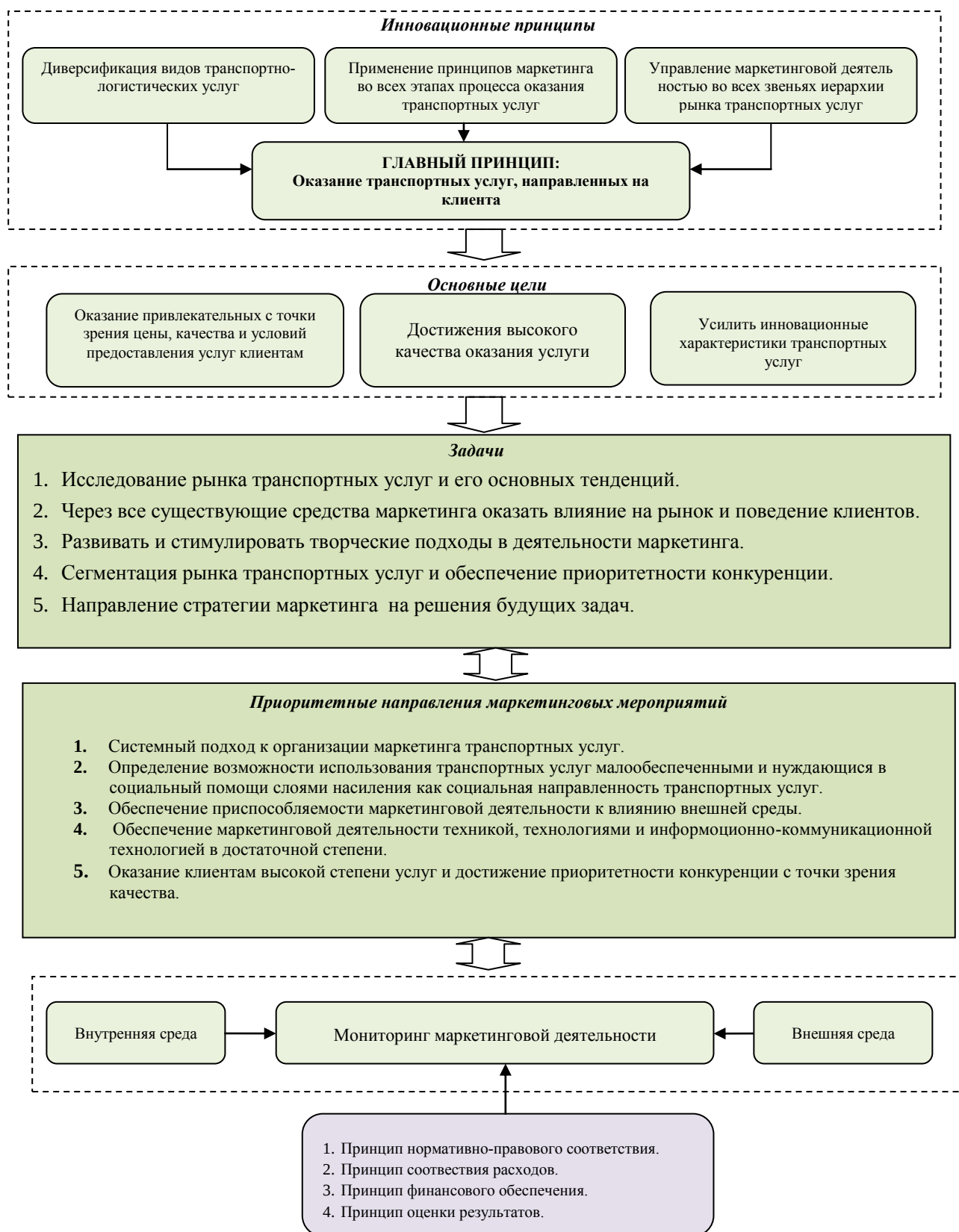


Рис. 2. Общий механизм организации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга¹³

¹³ Разработано автором.

Организация рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга имеет важное значение в положительном решении таких приоритетных задач экономики, как повышение качества услуг операторов национального транспорта, уменьшение себестоимости перевозок, обеспечение конкурентоспособности на международных рынках транспортных услуг, модернизация структуры движения, а также выход на международный рынок с новыми видами товаров и услуг путем технического обновления.

Следовательно, увеличение объема предоставляемых транспортных услуг и их потребления, усиление конкуренции на получение доли на рынке обуславливают необходимость разработки стратегии развития деятельности операторов транспорта на основе принципов маркетинга и принятия управленческих решений. Считается, что говоря об оптимизации рынка транспортных услуг, в первую очередь, подразумевается обеспечение приоритета конкурентоспособности транспортных предприятий, комплекс мер, направленных на достижение конкурентоспособности посредством максимального использования собственного экономического, финансового, технического и культурного потенциала.

Разработав принципы инновационного маркетинга формирования рынка транспортных услуг, перспективные направления маркетинговых мероприятий, а также механизм, состоящий из элементов внутренней и внешней среды, оказывающей влияние на мониторинг деятельности, на практике был внедрен механизм, направленный на синхронный учет требований инновационного развития и изменений качества рынка при эффективной организации рынка транспортных услуг по грузоперевозкам, а также необходимость расширения охвата лицензирования. В результате этого для автомобиля средней грузоподъемности сумма годового налога в государственный бюджет увеличилась на 3829,2 тыс. сум.

Проблемы оптимизации также подразумевают организацию проектных решений, технических средств и процессов перевозки при минимальных затратах, обеспечении соответствующего уровня безопасности и доверия, удобства и комфорта, высокой скорости перевозки грузов и пассажиров, а также методы их управления. Они, в свою очередь, считаются факторами, определяющими качество транспортных услуг.

Во второй главе диссертации, названной **«Совершенствование методологических аспектов организации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга»** освещены методологические основы исследований маркетинга на рынке транспортных услуг, методические и методологические стороны использования эконометрических моделей в оптимизации рынка оказания транспортно-логистических услуг.

Кроме того, в научной работе изучены существующие теоретико-практические и методологические основы проектирования и осуществления маркетинговых исследований. Также были изложены взгляды автора на формы и методы, используемые в проведении маркетинговых исследований рынка транспортных услуг. В частности, для маркетинговой деятельности,

основанной на определенной информационной системе, примером может быть бенчмаркинг. Вышеприведенные характеристики форм проведения маркетинговых исследований являются рекомендательными по содержанию. Используя методологию экономической оценки состояния рынка транспортных услуг, в работе исследованы оценки границ и объема рынка, сегментация рынка, доля участников рынка. Ориентированность транспортного рынка на единую цель имеет важное значение при анализе его конъюнктуры. Значение его заключается в том, что организация транспортных услуг непосредственно связана с процессом перевозки, который является его местом производства. Известно, что на рынке транспортных услуг клиента интересуют не только цена услуги, но и качество, удобство, привлекательность и др.

Аналитическая модель «just in time» (к определенному времени) считается одной из самых распространенных концепций логистики при перевозке грузов. Впервые в исследовании было рассмотрено качество, которое сводит к минимуму возможные потери, возникающие вследствие разницы во времени согласно контракту и реальному времени доставки.

Для оценки приостановки доставки грузов рассмотрена каждая остановка материальных потоков каждого звена логистической цепочки в качестве возврата позволяет оценить непрерывную деятельность целой цепочки. С целью определения его параметров следует рассмотреть практические аспекты аналитических взаимосвязей.

Субъекты, оказывающие автотранспортные услуги (САТУ), используя данный метод при совершенствовании своей деятельности, по результатам расчетов, среднегодовые поступления с каждой единицы автотранспортного средства составляют 13,0 миллионов сумов.

Факторы стоимости и времени считаются необходимым условием применения оптимизация. Объем периода перевозок принят за результативный фактор контроля и уменьшения запасов. При этом оптимальная стоимость и периодичность заказа не принимаются во внимание. Этот способ считается важным для логистических функций и операций и объединяет в себе подходы к решению многих вопросов.

Усовершенствовав предложенные методологии, в диссертации предложен метод оценки на основе интегральных показателей, учитывающих влияние внешних и внутренних факторов процесса оказания транспортно-логистических услуг (рис.3).

В основе этого метода лежат обеспечение пропорциональности способности автопредприятия и клиента, уравнивание локальной способности, внедрение инновационных мероприятий, направленных на стратегическое развитие, управление процессом обеспечения показателей качества, требуемых при оказании услуг. Для получения содержания метода, в условиях сильной конкуренции, возможна интегральная оценка качества оказания транспортных услуг с использованием коэффициентов внешних и внутренних факторов предприятия.

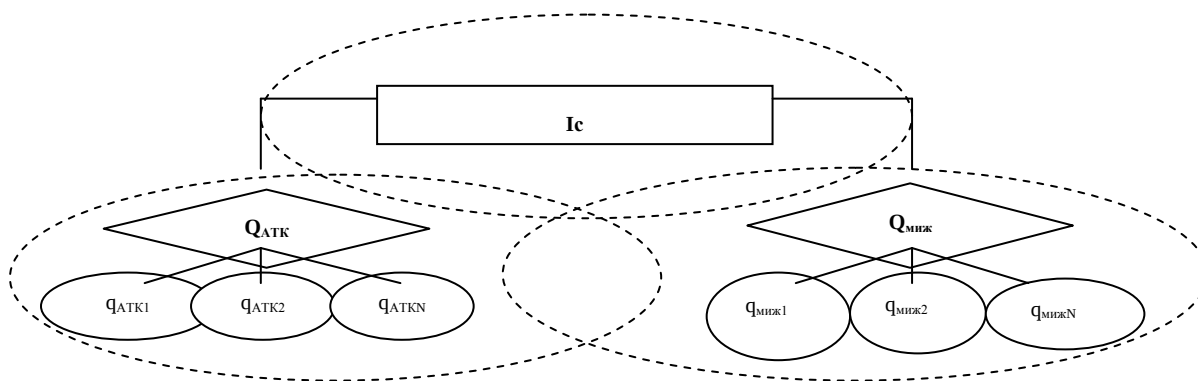


Рис. 3. Метод оценки качества оказания транспортно-логистических услуг¹⁴.

$$Q_{\text{атп, оценка}}, Q_{\text{клиент, оценка}} \leq 1 \quad (1)$$

Здесь:

$Q_{\text{атп, оценка}}$ – оценка степени качества деятельности предприятия;

$Q_{\text{клиент, оценка}}$ – степень оценки услуг со стороны клиентов;

Условные обозначения: I_c – интегральное оценивание качества транспортных услуг;

$Q_{\text{атп}}$ – степень качества деятельности предприятия;

$Q_{\text{клиент}}$ – степень качества оказания услуг клиентам;

$q_{\text{атп1}}, q_{\text{атп2}}, q_{\text{атпN}}$ – степень показателей деятельности;

$q_{\text{клиент1}}, q_{\text{клиент2}}, q_{\text{клиентN}}$ – степень оценки услуг со стороны клиентов;

При эффективной организации деятельности АО «Автотеххизмат», оказывающей технические услуги автомобилям, количество и виды транспортных средств, диверсификация услуг, оказываемых данным предприятием, в определенной степени усложняет управление деятельностью. Это, в свою очередь, приводит к усложнению связей между различными элементами системы. Тот факт, что изменение одного элемента системы приводит к изменению прочих элементов, свидетельствует о достижении поставленной в исследовании цели. Используя базу данных предприятия в результате проведенных исследований было выявлено, что чистая прибыль, полученная от ремонтных работ в 2015 году составила 1,8 млн. сумов, а в 2016 году достигла 2,5 млн. сумов.

Эффективность развития рынка транспортно-логистических услуг, в первую очередь, имеет важное значение при оценке влияния его на развитие отраслей национальной экономики. В частности, результаты исследований, осуществленных одновременно в США, Японии и странах Европы показали, что применение принципов логистики обеспечивают возможности снизить объем запасов предприятий до 30-70%, себестоимость продукции - на 30%, транспортные расходы – на 20%, в то же время добиться повышения производительности труда на 25-50%¹⁵.

¹⁴ Разработано автором.

¹⁵ O'Reilly Ch. Corporations, Culture and Commitment: Motivation and Social Control in Organizations. – California Management Review. – Summer, 1999. – P. 9-25.

По результатам исследований было доказано, что клиенты, осуществляющие перевозки без нарушения графика, но на постоянной временной основе, составляют 10% от общего количества клиентов на рынке транспортных услуг, 89% клиентов хотят получить груз в предварительно оговоренное время, более 1% клиентов желают срочной доставки грузов. Мы думаем, что причиной этого является конкуренция в сфере быстрой доставки клиентам продукции нового вида, увеличивающихся за счет широкого применения в глобальной экономике политики диверсификации товаров и услуг. Исходя из вышеназванных рассуждений, если рассмотреть с точки зрения принципов маркетинга теоретико-методологические возможности оптимизации рынка транспортно-логистических услуг, то можно сделать вывод, что основным вопросом является обеспечение качества логистических услуг в транспорте и достижение его оптимальных показателей. По мнению А.А.Тимонина, на качество логистических услуг решающее влияние оказывают такие функциональные факторы, как материально-техническое обеспечение, маркетинговая логистика, транспортная логистика¹⁶.

А.Солиев признает влияние на качественное оказание логистических услуг на психологические методы, оценки потребностей клиентов, на исследование мнений и действий потребителей рынка имеет важное значение.¹⁷

В.И.Гиссин в своих исследованиях, посвященных вопросам управления качеством логистической системы, исследовал взаимосвязь между логистическим звеном и элементами качества оказания транспортных услуг и подходов через трансформацию транспортной системы¹⁸.

$$W \rightarrow Q \rightarrow R \rightarrow q \rightarrow U \rightarrow \Pi \quad (2)$$

Здесь:

W — валовое качество;

Q — качество оказания услуг грузоперевозок в качестве общей категории;

R — достоверность процесса перевозок;

q — показатели качества;

U — цена оказания транспортной услуги;

Π — прибыль предприятия от перевозок.

В данной главе также представлена имитационная модель ремонта автомобилей и оказания им технических услуг в предприятии оказания технической услуги «Автотеххизмат». Количество и виды автомобилей, диверсификация оказания им технических услуг порождают определенные трудности в управлении деятельностью системы. Эти трудности возникают

¹⁶ Тимонин А.А. Совершенствование логистического сервиса пассажирских автотранспортных перевозок. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. — Ростов, 2010. — 24 с.

¹⁷ Солиев А. Маркетинг, бозоршуносли: - Тошкент: Адолат, 2008. -237 б.

¹⁸ Гиссин В.И. Проблемы формирования логистической системы управлением качеством. — Ростов на Дону: РГЭУ, 2000. — 240 с.

из-за сложных связей между различными элементами системы. Как показывает анализ, исследование этих сложных связей с помощью методов имитационного моделирования позволит достичь намеченных целей.

Третья глава диссертации «**Оценка тенденций развития рынка транспортных услуг в Узбекистане**» посвящена анализу вопросов формирования рынка транспортных услуг, ретроспективному анализу развития маркетинговой деятельности автомобильного транспорта, эконометрического метода определения потребностей в услугах. Кроме того, в данной главе представлены разработанные научные предложения и практические рекомендации.

При характеристике транспортно-логистических услуг перевозка грузов и пассажиров занимает особое место. Услуги автомобильного транспорта по своему объему и престижу имеют важное значение на рынке услуг. Поэтому в рамках данного исследования основное внимание было уделено оптимизации производственных мощностей, оказывающих услуги автомобильному транспорту и их специфическим свойствам.

Как показывает анализ, осуществленный в диссертации, в республике показатели услуг грузового и пассажирского автомобильного транспорта за анализируемый период были устойчивыми (таблица 1).

Таблица 1

Изменение показателей услуг грузового и пассажирского автомобильного транспорта в Узбекистане¹⁹

№	Название показателей	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Грузовой автомобильный транспорт									
1	Объем перевозок грузов автомобильного транспорта, в млн. Т.	701,2	638,6	1066,1	1156,4	1203,2	1258,3	1327,4	1398,4
2	Доля автомобильного транспорта в общем объеме грузов, в %	87,1	84,5	90,6	90,7	90,5	90,7	90,9	91,1
3	Объем грузооборота в автомобильном транспорте, млн. тн-км	8,9	13,8	24,5	26,1	27,5	29,2	31,5	33,9
4	Доля автомобильного транспорта в общем грузообороте, %	16,3	20,0	32,3	33,1	32,9	34,9	36,8	38,2
Пассажирский автомобильный транспорт									
5	Количество пассажиров, перевезенных автомобильным транспортом, млн. чел.	3284,7	3796,4	5899,3	6280,2	6606,0	6895,1	7244,4	7502,5
6	Доля автомобильного транспорта в общем объеме перевозок пассажиров, %	91,3	95,8	98,2	98,5	98,5	98,7	98,8	98,9
7	Пассажирооборот в автомобильном транспорте, млрд. пасс. - км	23,3	38,6	67,2	72,7	78,2	83,3	88,9	94,8
8	Доля автомобильного транспорта в общем объеме пассажирооборота, %	75,4	83,5	87,8	88,1	87,7	87,9	88,8	89,7

¹⁹ Данные статистических бюллетеней Государственного Комитета по Статистике Республики Узбекистан, опубликованные по итогам 2000-2015 лет.

Из данных, приведенных в таблице 1 видно, что 2000-2015 годах наблюдалась тенденция роста объема грузо и пассажироперевозок в республике и увеличение доли автомобильного транспорта в нем. Это объясняется появлением спроса на маркетинг субъектов отрасли в результате развития рынка транспортных услуг, появления частных предприятий транспорта, формирования рынка транспортных услуг в Узбекистане.

С помощью метода самых малых квадратов был осуществлен регрессионный анализ взаимовлияния показателей грузового и пассажирского автомобильного транспорта на рынке транспортных услуг.

Таблица 2

Результаты регрессионной модели в рамках взаимовлияния показателей грузового автомобильного транспорта на рынке транспортных услуг

Переменные	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	Вероятность
X1	101,15	16,73	6,05	0,0001
X2	1060,95	116,09	9,14	0,0000
C	92347,29	17307,37	-5,34	0,0002
AR(1)	1,12	0,04	25,44	0,0000
R-квадрат		0,98	Средняя зависимая переменная	74813,33
Уравненный R-квадрат		0,98	Стандартное ограничение зависимой переменной	10202,58
стандартная ошибка регрессии		1175,30	Информационный критерий Акайке	17,19
Сумма квадратов остатков		15194626	Критерии Шварца	17,38
Близость к логарифмической истине		-124,99	Критерии Ханна-Куин	17,19
F-статистика		347,99	Статистика Дарбин Уотсона	1,39
Вероятность (F-статистика)		0,0000		

На основе результатов учета, приведенного в таблице 2, многофакторная регрессионная модель имеет следующий вид:

$$Y = 101,15 \cdot x_1 + 1060,95 \cdot x_2 - 92347,29 \quad [AR(1)=1,12] \quad (3)$$

Из рассчитанной модели можно увидеть, что в условиях неизменности других факторов фактор, влияющий на изменение доли грузооборота в автомобильном транспорте, это при увеличении в среднем на 1% объема перевезенного груза, грузооборот увеличивается на 1,14%. Было определено, что увеличение в среднем расстояния перевозки на 1% приводит к увеличению объема перевезенного груза в 10,6 раза.

Таблица 3.

**Результаты регрессионной модели в рамках взаимовлияния
показателей пассажирского автомобильного транспорта на рынке
транспортных услуг**

Переменные	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	Вероятность
X1	11,29	1,15	9,76	0,0000
X2	2186,11	951,04	2,29	0,0421
C	617987,0	12843710	0,04	0,9625
AR(1)	0,99	0,03	26,30	0,0000
R-квадрат	0,99	Средняя зависимая переменная		65240,00
Уравненный R-квадрат	0,98	Стандартное ограничение зависимой переменной		25412,28
Стандартная ошибка регрессии	589,13	Информационный критерий Акайке		15,82
Сумма квадратов остатков	3817888	Критерий Шварца		16,00
Близость к логарифмической истине	-114,64	Критерий Ханна-Куина		15,81
F-статистика	8679,21	Статистика Дарбина Уотсона		0,92
Вероятность (F-статистика)	0,00			

На основе результатов учета, приведенного в таблице-3, многофакторная регрессивная модель имеет следующий вид:

$$Y = 11,29 \cdot X_1 + 2186,11 \cdot X_2 + 617987,0 \quad [AR(1)=0,99] \quad (4)$$

Из рассчитанной модели можно увидеть, что в условиях неизменности других факторов в пассажирообороте перевозок в республике фактор, влияющий на изменение доли количества перевезенных пассажиров в автотранспорте, - это при увеличении в среднем на 1,0% количества перевезенных пассажиров, пассажирооборот перевозок увеличивается на 11,297%. Также было определено, что увеличение в среднем на 1,0% расстояния перевозки приводит к увеличению объема перевезенных пассажиров в 21,86 раза.

Модель Eviews 9,0 была осуществлена с помощью практической компьютерной программы. Проверив корреляционную связь выборки до их регрессионного анализа, было определено, что взаимокорреляция выборки бывает средней и высокой. В данном положении с целью осуществления «unit-root test», применив тест «Augmented Dickey-Fuller», было определено, что стоимость «p-value» соответствует планируемому показателю. Только выборки Gruzvol, Passvol с целью того, чтобы они соответствовали единицам измерения в процентном виде других выборок, были приведены в вид натуральных логарифмов.

Последняя четвертая глава диссертации, названная **«Оптимизация рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга»**, посвящена вопросам оптимизации рынка транспортных услуг на основе принципов маркетинга, разработки предложений и рекомендаций по повышению роли маркетинговых управленческих решений, определению

приоритета конкуренции на рынке транспортных услуг, совершенствованию системы маркетингового управления.

В данной главе автором был проведен критический анализ научно-теоретических определений понятия “Стратегия”, на основании которых автором было предложено следующее определение: «Стратегия – это процесс организации, планирование управления, изучение путей и методов достижения поставленных целей, а также принятие управленческих решений в организации производства».

В основе коммуникационных сообщений, обеспечивающих успех маркетинговой стратегии, лежит тарифная политика, осуществляемая субъектами оказания транспортных услуг. Именно тарифная политика может послужить толчком к формированию новых рыночных услуг и поднятию потребностей клиентов на требуемый уровень. В связи с этим процесс принятия решений по определению тарифов услуг, которые считаются коммуникационным средством, считается очень ответственным процессом.

Считается целесообразным поэтапно, с помощью экспертов, определить балл оценки степени влияния фактора, характеризующего конкурентоспособность рынка транспортных услуг. При этом отсутствие конкуренции на рынке или незначительное влияние конкурентов можно оценить в 1 балл, низкое влияние данного фактора в 2 балла, а существенное и стабильное влияние в 3 балла. Следует отметить, что разные факторы могут по-разному влиять на различные направления, и, принимая во внимание относительное влияние каждого фактора, целесообразным является определение их дифференциации по степени их влияния.

В следующей таблице (таблица 4) приведены результаты учета средних сравнительных баллов конкуренции в сегменте перевозки строительных материалов на рынке транспортных услуг. Для оценки влияния факторов были использованы мнения экспертов.

Таблица 4

Оценка среднего сравнительного балла конкурентоспособности²⁰

Факторы	Оценка экспертов		Коэффициент влияния факторов	Влияние факторов	Средне-сравнительное влияние факторов
	Агентство автомобильного и речного транспорта	Унитарное предприятие строительства энерготранспорта			
Отправляющие груз	1	1	0,2	0,4	0,04
Конкуренты внутри отрасли	2	3	0,2	1,0	0,1
Другие виды транспорта	1	2	0,2	0,6	0,06
Принимающие груз	2	2	0,2	0,8	0,08
Способные (авторитетные) конкуренты	1	1	0,2	0,4	0,04
Всего			1	3,2	0,32

²⁰Разработано автором.

Данные, приведенные в таблице 4 свидетельствуют о том, что, если представить степень влияния всех факторов одинаковой с целью относительного упрощения расчета, то поэтому коэффициент влияния принят равным 20%.

Исследование рынка транспортных услуг с точки зрения маркетинга предполагает изучение конкурентоспособности. В данном случае осуществляется определение степени и интенсивности конкуренции, а также анализ факторов рынка, оказывающих ощутимое влияние на конкурентоспособность. Основные этапы выполнения этих задач состоят в следующем:

- изучить конкурентную среду на рынке;
- оценить эффективность маркетингового управления предприятий;
- проанализировать эффективность информационного обеспечения маркетинговых решений;
- сравнить полученные результаты, а также разработать необходимые заключения и рекомендации.

Выше был предложен средний сравнительный балл конкуренции определенного сегмента рынка транспортных услуг, то есть метод определения степени конкурентоспособности. Мы думаем, что важное значение имеет определение коэффициента конкурентоспособности субъектов, оказывающих транспортные услуги – конкурентов, осуществляющих деятельность на рынке автомобильно-транспортных услуг.

В данном исследовании рекомендована методология, позволяющая определить конкурентные способности субъектов рынка оказания услуг автомобильного транспорта. Конкурентоспособность субъектов, осуществляющих свою деятельность на рынке автомобильно транспортных услуг, определяется значимостью предложенных ими услуг на рынке.

В исследовании сформирована группа технико-эксплуатационных показателей, связанных непосредственно с предприятиями автомобильного транспорта, внутренними факторами на примере предприятий Ташкентского городского пассажирского транспорта, в которых условия эксплуатации близки друг другу $(T_n, V_э, \beta, \gamma, \alpha_v)$. Из той группы показателей определим показатели, обладающие относительно высокой степенью (Таблица 5).

На основе самых положительных показателей, связанных с деятельностью каждого предприятия пассажирского автомобильного транспорта рассчитывается общий объем Q' перевозок:

$$Q' = \frac{T_n \cdot V_э' \cdot \beta' \cdot q \cdot \gamma' \cdot A_c \cdot \alpha_v' \cdot D_k}{l_{\text{л}}'} \quad (5)$$

Необходимо обратить особое внимание на формирование группы показателей, удовлетворяющих отдельные потребности потребителей. Маркетинговые исследования, проведенные среди пассажиров, позволили получить улучшенные результаты и на их основе осуществлять расчеты. За

счет повышения объема перевозок по полученным результатам можно вычислить экономическую эффективность.

Таблица 5

Изменение основных технико-эксплуатационных показателей предприятий пассажирского автомобильного транспорта на рынке транспортных услуг²¹.

№	Показатели	Единица измерения	АП-1	АП-3	АП-5	АП-8	АП-12
1.	Объем годовой перевозки автомобилей (Q)	тыс.пасс.	19341,9	36233,9	14530,8	21743,3	30655,7
2.	Среднее количество автомобилей (Ac)	штук	120,6	200,3	77,0	108,5	179,9
3.	Среднее рабочее время автомобилей (Тн)	час	11,54	12,64	14,21	11,86	11,51
4.	Средняя эксплуатационная скорость (Vс)	км/час	22,7	20,4	19,5	21,3	21,1
5.	Средняя пассажиро-местимость автомобилей (q)	пасс..	20,90	20,16	24,36	22,23	20,45
6.	Среднее расстояние перевозки (lи)	км	6,25	5,96	6,78	6,02	5,92
7.	Средний коэффициент использования пробега (β)	-	0,937	0,946	0,901	0,949	0,967
8.	Средний коэффициент использования пасс.местимости (γс)	-	0,726	0,831	0,793	0,770	0,828
9.	Средний коэффициент использования парка (αв)	-	0,737	0,723	0,725	0,803	0,695

Известно, что из расходов, потраченных на оказание автомобильно-транспортных услуг, расходы на горюче-смазочные материалы, техническое обслуживание и ремонт связаны с пройденным расстоянием, по этому они включаются в группу меняющихся расходов. Соотношение изменчивых расходов к одной единице объема работы дают количество меняющихся расходов и не изменяется по отношению к единице продукции. Даже если постоянные расходы не связаны с объемом работы, являющимся результатом деятельности предприятия автомобильного транспорта, соотношение абсолютного количества с объемом перевозок дает количество постоянных расходов, доля этого показателя в общем расходе уменьшается по мере роста объема перевозок.

В этом случае экономическая эффективность достигается за счет экономии постоянных расходов, соответствующих каждому дополнительно перевезенному пассажиру:

$$Is = Q' * (Sd - Sd'); \text{ тыс. сум} \quad (6)$$

На основе анализа результатов расчета можно сделать заключение, что за счет улучшения технико-эксплуатационных показателей всех изученных предприятий пассажирского автомобильного транспорта было осуществлено дополнительно 1,4 млн. перевозок и получена экономическая эффективность в 245,5 млрд. сум.

²¹ Разработано автором на основе данных за 2015 год

При оценке эффективности системы маркетингового управления субъектов, осуществляющих деятельность на рынке автомобильно-транспортных услуг, можно использовать усовершенствованные и приспособленные методы путем введения необходимых изменений в модели, принятые большинством теоретиков при определении эффективности торговли. При определении эффективности, принимая во внимание покрытие израсходованного капитала через получение прибыли, целесообразно использовать теорию “временной стоимости денег”. Основу данного метода составляет приведение к стоимости начального периода количества расходов, израсходованных на маркетинговую деятельность. В финансовой деятельности денежные потоки связаны с процессами кризиса, поэтому они не всегда имеют одинаковую стоимость. Поэтому возникает необходимость приведения к определенному количеству разного учета стоимости в различное время, в результате этот процесс осуществляется на основе дисконтирования.

Заново рассчитав примененный коэффициент дисконтирования прибыли, которую можно получить взамен расходов, затраченных на усовершенствованную маркетинговую систему субъекта, оказывающего услуги автомобильного транспорта, определение в качестве чистой дисконтированной прибыли поможет получить логический результат. В случае неизменности норм дисконтирования чистую дисконтированную прибыль можно определить с помощью следующего уравнения:

$$CD = \sum_{t=0}^T (H_t - X_t) \quad (7)$$

Здесь, H_t – результаты, достигаемые в шаге t расчета;

$$CDD = \sum_{t=0}^T (H_t - X_t) \frac{1}{(1+E)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{C_t}{(1+E)^t} \quad (8)$$

Здесь, H_t – результаты, достигаемые в шаге t расчета;
 X_t – количество расходов, осуществляемых в шаге t расчета;
 C_t – достигаемый эффект в шаге t ;
 T – объем расчета.

Рост прибыли принимается на основе прогнозирования роста перевозок и других видов услуг субъекта, оказывающего автомобильно-транспортные услуги. Если чистая дисконтированная прибыль имеет самую высокую стоимость, то эффективность мероприятий, направленных на совершенствование системы маркетингового управления, считается положительной. Сравнение показателей по высоким стоимостям системы позволит определить сложные проблемы и своевременно принимать оптимальные решения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследований, осуществленных в диссертационной работе, были разработаны следующие заключения.

1. Полное системное раскрытие экономического содержания категорий “транспортные услуги” и “рынок транспортных услуг”, способствуя возможности совершенствования теоретических основ деятельности транспортной системы, оказывает непосредственное влияние на оптимизацию рынка путем формирования рыночных цен в результате соотношения категорий потребности и предложений рынка транспортных услуг.

2. При исследовании проблем оптимизации рынка транспортных услуг обоснование целесообразности использования системно-иерархического подхода, существование структурной и функциональной группировки в иерархической системе, возможность принятия, переработки и использования большого количества информации позволяют обеспечить целостность проблем, связанных с оптимизацией рынка транспортных услуг.

3. В рамках данного исследования на основе инновационных принципов организации рынка транспортных услуг, приоритетных направлений, разработки механизма внутренней и внешней среды мониторинга маркетинговой деятельности, достижения преимущества конкуренции на рынке транспортных услуг и расширения охвата лицензированием создаются возможности обеспечения соответствия нормативно- правовой, расходной степени системы, принципов финансового обеспечения и оценка результатов.

4. Путем плодотворного использования технико-экономической и эксплуатационной способности транспортных предприятий за счет обеспечения преимуществ конкуренции в целевом сегменте рынка была обоснована экономия переменных расходов, и повысился объем перевозок пассажиров, расходы транспортных услуг были введены в переменные расходы в группе технико-эксплуатационных показателей, что обеспечило их неизменчивость по отношению к количеству продукции.

5. В условиях экономической независимости субъектов рынка транспортных услуг, а также ограничения возможности получения полной информации об участниках рынка были обоснованы преимущества исследования рынка грузоперевозок путем применения метода экспертных систем, анализа, прогнозирования и планирования по сравнению с другими методами. В квалификационной группе математических методов разнообразие материально- технической базы транспортной системы, различные функции основных средств и их конструктивных решений усложняют решение через единый подход, что требует учета своеобразных качеств отдельных транспортных средств, перевозимого груза или пассажиров при планировании и прогнозировании транспорта.

6. Метод оценки деятельности предприятий автотранспорта на основе интегральных показателей, учитывающих взаимное влияние внутренних и

внешних факторов процесса оказания транспортно-логистических услуг, предложенных в диссертации, создают возможность управления процессом обеспечения требуемых показателей качества оказания услуг, обеспечения пропорциональности возможностей автопредприятия и клиента, устойчивости локальных возможностей, особенно при внедрении инновационных мероприятий, направленных на стратегическое развитие.

7. В эффективной организации системы оказания сервисных услуг средствам автомобильного транспорта был предложен и внедрен на практике метод имитационного моделирования количества и видов автомобилей, позволяющий повысить степень диверсификации при оказании им технических услуг. Этот метод применяется в сложных случаях непредвиденных обстоятельств, когда используется непрерывное распределение методов обеспечения случайных стоимостей при распределении временных вероятностей в процессе прихода клиентов.

8. С целью обеспечения преимуществ конкуренции на рынке услуг были даны рекомендации по формированию маркетинго-коммуникационной стратегии транспорта, учитывающего сложность оказываемых транспортно-логистических услуг, ощутимых финансовых средств, растрачиваемых маркетинговыми коммуникациями.

9. Целесообразным является определение на основе баллов оценки экспертами степени влияния факторов конкурентоспособности рынка транспортных услуг. Здесь осуществляется анализ рыночных факторов, оказывающих ощутимое влияние на конкуренцию, определение её интенсивности и степени. Основные этапы решения этих задач позволяют оценить среду конкуренции на рынке, эффективность маркетингового управления на предприятиях, проанализировать эффективность информационного обеспечения маркетинговых решений, сравнив полученные результаты, а также разработать необходимые заключения и рекомендации.

10. На основе разработанных показателей выявлено, что в автомобильном транспорте республики к 2018 году по сравнению с 2015 годом повысится грузооборот на 8,9%, среднее расстояние перевозок уменьшится на 2,4%, что приведет к росту на 11,6% объема перевезенного груза. В данный период на автомобильном транспорте пассажирооборот и среднее расстояние перевозок повысятся соответственно на 13,5% и 10,1%, а количество пассажиров увеличится на 3,5%.

**SCIENTIFIC COUNCIL AT SCIENTIFIC COUNCIL №14.07.2016.I.31.01
FOR THE AWARD OF DOCTORAL DEGREE AT BANKING AND
FINANCE ACADEMY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN
AND TASHKENT FINANCIAL INSTITUTE**

**TASHKENT INSTITUTE OF DESIGN, CONSTRUCTION AND
MAINTENANCE OF AUTOMOTIVE ROADS**

IRISBEKOVA MAVLUDA NARINBAEVNA

**OPTIMIZATION OF TRANSPORT SERVICES MARKET
ON THE BASIS OF MARKETING PRINCIPLES**

08.00.11– Marketing (economic sciences)

ABSTRACT OF DOCTORAL DISSERTATION

Tashkent city – 2017 year

Subject of the doctoral dissertation is registered under the № 31.03.2016/B2016 I.1598 at the Higher Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.

Doctoral thesis is carried out at the Tashkent Institute of Design, Construction and Maintenance of Automotive Roads.

The abstracts of the thesis is available in three languages (Uzbek, Russian, English) on the web-site www.bfa.uz and informational educational portal «Ziyonet» at www.ziyonet.uz.

Scientific supervisor:	Samatov Gaffar Allakulovich Doctor of Economics, Professor
Official opponents:	Baltaboev Makhmudjon Rustamovich Doctor of Economics, Professor
	Adilova Zulfiya Djavdatovna Doctor of Economics, Professor
	Karrieva Yakutjan Karimovna Doctor of Economics, Professor
Leading organization:	Tashkent Financial Institute

Defense of the doctoral dissertation will take place at a meeting of the Scientific Council №14.07.2016.I.31.01 for the Award of Doctoral Degree at the Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan and Tashkent Financial Institute on “____” _____ 2017 at ____ (Address: 100000, Tashkent, Movaraunnahr street, 16. e-mail: info@bfa.uz).

The doctoral thesis can be found in the Information-Resource Centre of the Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan (registered № ____). (Address: 100000, Tashkent, Movaraunnahr street, 16. Tel.: 8(371) 237-54-01).

Abstract of the thesis was circulated «____» _____ 2017.
(Circulation Protocol № ____ from «____» _____ 2017)

A.Sh. Bekmuradov
Chairman of the scientific council for awarding scientific degree of doctor of science, Doctor of Economics, Professor

U.V. Gafurov
Scientific secretary of the scientific council for awarding scientific degree of doctor of science, PhD, Assistant professor

N.X. Khaydarov
Chairperson of the scientific seminar by the scientific council for awarding scientific degree of doctor of science, Doctor of Economics, Professor

INTRODUCTION (abstract of the doctoral dissertation)

The topicality and demand of the subject of the dissertation. In conditions of deepening of globalization processes in the world economy, the significance of transport infrastructure is rapidly growing. Optimization of this industry is implemented by the companies which achieved high results in the global system of transport and logistics. According to the data of the international organizations of the transport system and the World Bank, the share of the world market of transport services in the GDP is estimated in the amount of 4,2 trillion. USD (6,8%) and annually 110 billion tons of cargo and over 1 trillion passengers are transported and the number of employed in the field of transport services accounts for 100 million¹.

In Uzbekistan since the first years of independence, the development of the transport infrastructure has been identified as one of the priority directions of the government economic policy. In this regard, as a result of targeted and consistent government policy, the country ensured transport independence, established a unified national transport system providing transport links to all regions. In particular, new railway - Tashguzar-Boysun-Wmorgan, electric railway "Angren-Pop" through the Kamchik mountain pass, as well as the highway "Kungrad-Beynov" have been constructed. During the independence transport services have increased 2,5 times, the share of services in total volume amounted to 26,7 %².

The significance of this direction for the national economy of the country has been marked as one of the main tasks of the President of the Republic of Uzbekistan, who in his speech stressed that "it is necessary to develop and modernize the road-transport, engineering-communication and social infrastructure, therefore there is a need to develop forecasted parameters and to monitor their observance"³.

Providing the increasing flow of passenger and cargo everywhere in the world market of transport services enable to develop international relations, to improve the system, to ensure the effectiveness of the process and to implement innovations in the area of transport services. In turn, the further development of the market of transport services, optimization of the market based on the marketing principles, in particular, the priority of competition, modernization of the structure of the vehicles and manufacturing of the new goods and services on the international market through re-engineering has been determined as a prior task of economy require the search of positive solutions. From this point of view, the topic of this thesis confirms the relevance of this problem.

This doctoral research, to a certain extent, conduced the execution of the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan № - 2313 "On the implementation of successive measures to develop transport and communications systems of modern telecommunications the creation of the engineering projects in

¹ The World Bank; World Development Indicators. <http://data.worldbank.org/indicator>

² Ўзбекистон иқтисодиёти. Ахборот-таҳлилий бюллетень. – Тошкент, 2016. 54-б.

³ Mirziyoev Sh.M. Critical thinking, tight discipline and personal responsibility must become a daily norm in the activity of each leader. – Tashkent: Uzbekistan, 2017. – 22-p.

the country” dated from March 6, 2015, the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan №4848 “On additional measures on ensuring accelerated development of entrepreneurship activity, comprehensive protection of private property and qualitative improvement of the business environment” dated from October 5, 2016 as well as the the programmes “Development and modernization of engineering communications and road transport infrastructures in 2015 – 2019, construction and reconstruction of national highway of Uzbekistan”.

The research study relation to the main research priorities for development of science and technology. The doctoral research has been carried out in the framework of the project PPI-2 “Developing scientific foundations for further deepening of economic reforms, formation of the civil society, modernization and liberalization of the national economy” in compliance with prior directions of developing science and technologies in the republic I. «Moral and cultural development of democratic and legal society, formation of the innovative economy”.

Review of foreign scientific researches on the subject of the thesis⁴. Research of transport and logistics services as integral part of the system of road transport, as well as developing methods of optimization of the transport services market based on the principles of marketing are carried out in research centers and educational institutions of the leading countries, including: The University of Milan (Italy), Harvard University (USA), University of Chicago (USA), Oxford University (Great Britain), Hanyang University (South Korea), the Institute for Economic Policy (Russia), Tashkent Institute of Design, Construction and Maintenance of Automobile Roads and Tashkent Financial Institute (Uzbekistan).

Scientific and practical results have been obtained in the issues of the development of the transport market and introduction of marketing principles in the industry, improvement of transport and logistics services in the world, in particular, the ways of increasing the competitiveness of market of transport services through the use of innovative technologies have been developed (Harvard University, USA); decreasing trade restrictions related to the development of transport services, strengthening attraction of small businesses in the transport industry has been justified (University of Chicago, USA); the necessity of taking into account interests of human which form the grounds of all economic relations has been substantiated while developing the strategy of the activity of the subjects of the transport services market (Hanyang University, South Korea); introduction of innovations aimed at reducing costs for transportation of goods by sea (Oxford University, UK), necessity of strengthening of marketing research aimed at improving the efficiency of the transport service in terms of technical limitations of general technical degree of the railways and the relatively low throughput of highways in Italy has been proved (The University of Milan, Italy), the expediency of development of the logistics market in the framework of the government target system in the conditions of the vast territory of the country and low level of

⁴ Developed on the basis of foreign research review on the topic of the dissertation and other sources: <http://www.uchicago.edu/>; <http://www.unimi.it/ENG/>; <http://www.ox.ac.uk/>; <http://www.harvard.edu/>; <http://www.hanyang.ac.kr/web/eng/>; <http://iep.ru/ru.html>.

infrastructure development, as well as increasing demand for transport - logistics service has been justified (Institute for Economic Policy, Russia).

Researches aimed at improving scientific, theoretical, methodological and practical foundations of the development of transport services market in the global scales are conducted on the following prior areas such as: enhancing the quality of marketing research of developing transport services; raising the quality of transport and logistics services on the basis of the efficient use of terminals; developing new ways of ensuring the competition priority in the targeted market segments; enhancing the effectiveness of providing transport services on the basis of improving their activities by licensing.

The level of the problem scientific development. The shift in production from manufacturing of goods towards services illustrates transition from industrial society to the post-industrial one. The benefits of these positive changes have been explored by such scientists as: A. Saint-Simon, O. Kant, P. Drucker, Rostow, Th.Schumpeter, D. Bell, K. Clark⁵. These scientists substantiated the priority of services in the GDP as the main characteristics of postindustrial society.

Scientific-theoretical and methodological issues of development of the market of transport services have been researched in the scientific papers of such Russian scientists: I. I. Dyumulen, G. L. Azoev, A. P. Chelenkov, A. A. Vovk, V.V. Davnis, V. I. Tinyakova, V. A. Fursov, E. Budrina, I. Prokopenko, N. Yu.Ivashchenko, S. I. Gritsenko⁶.

Researches and recommendations of V.V. Davnis and V. I. Tinyakova⁷ on modern mathematical methods and their classification which must be applied in justifying decisions related to marketing activities are worth consideration.

It is necessary to recognize the widespread use of mathematical and statistical methods in the research of the performance of the transport system in determining the relationship between indicators of development of road transport by such scientists as E. Budrina⁸, A. A. Vovok and V. A. Fursov.

In addition, theoretical and practical issues of logistics on the transport

⁵ Сен-Симон А. Избранные сочинения. Т. 1-2. – Ленинград: Издательский дом АН СССР, 1948. – 704 с.; Кант О. Дух позитивной философии. Пер. с франц. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 256 с.; Друккер П.Ф. Классические работы по менеджменту. Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 220 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Директ-Медиа, 2007 – 400 с.; Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Пер. с англ. – М.: Академия, 2004. – 788 с.; Белл Д. Социальные рамки информационного общества. Пер. с англ. Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330 - 342.

⁶ Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. – М.: Экономика, 2003. – 313 с.; Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 206 с.; Азоев Г.Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 256 с.; Гриценко С.И. Стратегия развития транспортно-логистических кластеров в Украине. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Санкт-Петербург, 2009. – 41 с.; Иващенко Н.Ю. Организация информационной системы управления транспортно-логистическим комплексом региона. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Санкт-Петербург, 2009. – 16 с.

⁷ Давнис В.В., Тинякова В.И. Современные методы анализа и прогнозирования в задачах обоснования маркетинговых решений // Маркетинг в России и за рубежом. – Москва, 2006. – №2. – С. 16-26.

⁸ Будрина Е.В. Методология и методы регулирования рынка на транспорте. Дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Санкт-Петербург, 2002. – 331 с.; Вовок А.А. Оценка эффективности транспортного производства и резервов ее роста. Дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Москва, 2001. – 365 с.; Фурсов В.А. Формирование и функционирование региональных рынков транспортных услуг: теория, методология, практика. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ставрополь, 2011. – 45 с.

services market, issues of facilities' marketing have been reflected in scientific studies of such foreign scientists as E. Mathieu, D. Taxier, A. Bekmuradov⁹.

The researches of the Uzbek scientists-economists such as A. Bekturodov, M. R. Baltabaev, Z. Dj. Adilova, A. Soliev, S. A. Salimov, G. A. Samatov, N. H. Safarov, A. A. Fattakhov, K. U. Uljabaev, M. S. Kasymova, S. A. Butaev, K. M. Sydiknazarov, Sh. J. Ergashkhodjaeva and others reflected the theoretical and practical use of marketing, market services and resources¹⁰.

If scientific papers of such domestic scientists-economists as M. Kasimova investigated the marketing services market, M. Boltaboev, Z. Adilova, A. Soliev, A. Fattakhov, Sh. Ergashkhodjaeva studied scientific basis of the development and improvement of the marketing strategy.

S. Salimov, N. Safarov, K. Uljabaev researched and made precise scientific-theoretical conclusions on the issue of marketing of transport services market.

Economists of Uzbekistan such as Sh. Butaev, K. Sidiknazarov, G. Samatov, B. Khodiev conducted research on the optimization of the transport market.

However, the issue on improving the methods of optimization of the transport services market with the account of the marketing principles have not been systematically studied as an independent object of the dissertation research.

The thesis research relation to the plans of the research works. The dissertation has been carried out in the framework of strategic direction of research of Tashkent Institute of Design, Construction and Maintenance of Automotive Roads ITD-2-53 "Improving methodological foundations of enhancing transport competitiveness in conditions of the economy modernization".

The purpose of the research is to develop scientific proposals and practical recommendations aimed at improving the techniques of optimizing the transport services market on the basis of the marketing principles in conditions of the economy modernization.

Objectives of the research:

to reveal the peculiarities of the transport services market and implement the systematic hierarchical approach of its optimization;

⁹Матъе Э.,Тиксье Д. Материально- техническое обеспечение деятельности предприятия.- Москва: Прогресс,1993-160с., Бекмурадов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 1993-54с.

¹⁰ Болтабоев М.Р.Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар.ол. уч. тақд. эт. дисс. автореф.- Тошкент, 2005- 36 б.; Адилова З.Дж.Халқаро бозорларга экспорт маҳсулотларини йўналтиришнинг маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. - Тошкент, 2008- 358 б.; Солиев А. Маркетинг, бозоршунослик. – Тошкент: Адолат, 2008. – 237б, Салимов С.А. Основы маркетинга на автомобильном транспорте Узбекистана. Учебное пособие для бакалавров и магистров по специальности «Маркетинг». – Ташкент:ТАЙИ, 2006 – 170 с.; Саматов Г.А. Бизнес-план развития предприятий автомобильного транспорта. Учебное пособие. – Ташкент: Консаудитинформ, 2011 - 133 с.; Сафаров Н.Ч.Халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошликни оширишнинг устувор йўналишлари. И.ф.н. илм. дар. ол. уч. тақд. эт. дисс. автореф. – Тошкент, 2012. – 23 б; Фаттохов А.А. Стратегии маркетинга в оптовой торговле и пути повышения её эффективности. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 2004. – 42с.; Улжабоев К.У. Транспортная стратегия Республики Узбекистан на период до 2030 года. Методологические принципы и подходы. – Ташкент: . – 2014. – 43 с.; Қосимова М.С. ва бошқалар. Маркетинг. – Тошкент: ТДИУ, 2010. – 263б.; Бўтаев Ш.А., Сидикназаров Қ.М., Логистика- етказиб бериш занжирида оқимларни бошқариш. - Тошкент: Extremum- Press..2014- 575 б.; Эргашходжаева Ш. Инновацион маркетинг. – Тошкент: Чўлпон, 2014. –178 б.

to develop a common mechanism of the organization of the transport market on the basis of the marketing principles;

to develop scientific proposals and practical recommendations aimed at improvement of methodological aspects of the transport market organization on the basis of the marketing principles;

to analyze current condition of the transport services market in Uzbekistan and to identify existing trends;

to carry out the econometric analysis and forecast of the demand for transport services;

to develop methodology of marketing strategy formation of motor transport enterprises;

to develop proposals on improving the formation of the priority competition of transport services and methods of evaluation;

to develop proposals and practical recommendations for assessing the efficiency of the optimization of the transport services market based on the marketing management of auto transport vehicles.

The object of the study is economic entities performing their activities in the transport services market of the republic.

The subject of the study is economic relations arisen in the process of optimization of the transport services market.

The methods of study. Such methods as scientific abstraction, induction, deduction, economic-mathematical models, and expert appraisal have been widely used in the research.

Scientific novelty of the results of the study is the following:

the mechanism for synchronic requirements of innovative development and changes in the quality of the market under the efficient organization of the transport market for cargo transportation and expediency of extending coverage of licensing has been developed;

the proposal to reduce the time of cargo transportation on the basis of ensuring the correlation between the factors of cost and time based on the concept of “just in time” (by the certain time) in the activity of transport enterprises has been justified;

based on the effective use of technical-economic and operational potential of transport enterprises, the proposals for cost savings associated with increased volume of traffic due to the priority of competitiveness in target market segment have been proven;

proposals on improving the process of providing technical services to the vehicles in conditions of formation of the random value corresponding to the probability distribution of time intervals according to types of services delivered to clients in the system of providing technical assistance have been worked out;

forecasted indicators of cargo and passenger transportation for 2015-2018 with the account the correlation- regression interaction of the factors, influencing the volume of traffic on the transport services market have been elaborated.

Practical results of the research are the following:

having developed the criteria for determining the quality of transport

services, basic, investment and innovative ways of improving the competitiveness of data services have been proposed;

on the basis of integrated indicators of the quality of transport services, enabling to optimize the compliance of the requirements of the customers and potential entities under the influence of external and internal factors the evaluation technique has been improved;

while effective organization of providing services to auto vehicles, the method of simulation enabling to increase the degree of diversification of the technical services provided has been proposed;

the concept aimed to identify the impact of marketing on all commercially available vehicles, achieving the priority of competition, and marketing strategy for the future has been proposed.

Reliability of the results of the research. The reliability of the obtained results is determined by comparative and critical analysis of scientific-theoretical views of well-known economists on the optimization of the transport services market based on the marketing principles, the study and generalization of advanced foreign experience, the results of expert evaluation, using information from the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan, as well as other officially published practical data.

The scientific and practical significance of the study results. Scientific significance is illustrated by the possibility of their application while conducting special research devoted to the development of transport services market of the Republic of Uzbekistan.

Practical value of the research results is determined by the possibility of using the developed proposals and practical recommendations in the development of a comprehensive set of measures aimed at optimization of transport services market of the Republic of Uzbekistan.

Implementation of the research results. Based on the developed proposals for improvement of methods of optimization of the transport market on the basis of marketing principles:

when effective organization of the market of transportation services, the mechanism aimed at simultaneous requirements of innovative development and changes in the quality of the market under the efficient organization of the transport market for cargo transportation and the need to expand the scope of the license was introduced in practice (reference No. 3/1714 dated from 5 June 2015 of the Agency for Automobile and River Transport of Uzbekistan). Implementation of this scientific result has enabled to raise an annual amount of tax paid to the state budget on each unit of the auto vehicle with average loading capacity;

in practice of the unitary joint-stock company Avtotransport Energoqurilish the proposal to reduce the time of cargo transportation on the basis of ensuring the correlation between the factors cost and time based on the concept of “just in time” (by the certain time) in activities of transport enterprises has been introduced (certificate No. 01/349, dated from November 12, 2015). Implementation of this scientific result has enabled to raise an annual economic efficiency of auto transport vehicle;

in practice of the JSC “Toshshahartranshizmat” the proposal on the effective use of technical and economic and operational potential of transport enterprises for cost savings associated with increased volume of traffic due to the priority of competitiveness on the target market segment has been introduced (reference 5-16/63 dated from January 31, 2015). As a result of implementing this proposal, the volume of cargo transportations in public transport of Tashkent city rose further by 1,4 million and operating expenses decreased by 245,4 million soums;

the proposal to improve the process of providing technical services to the vehicles in the conditions of formation of a random value corresponding to the probability distribution of time intervals according to types of services delivered to clients in the provision of technical assistance has been implemented in practice of the JSC “Avtotehhizmat” (reference 1/244 dated from July 1, 2015). Implementation of this scientific result has resulted in raising net profit from rendering technical services;

the proposal aimed to identify the impact of marketing on all commercially available vehicles, achieving the priority of competition, and marketing strategy for the future, was put into practice centre for the development of automobile and river transport (reference 59/2P dated from October 15, 2015). In the process of calculating the regulatory performance of the vehicles was used forecasted data showing that in 2018 relative to 2015 is expected to increase by 8,9 percent, reducing average haul distances of 2,4 per cent, while volume of transported goods by 11,6 percent.

Evaluation of the results of study. Research results have passed through the approbation in international and republican scientific and practical conferences including “Actual problems of the complex roads of Uzbekistan” (Tashkent, 2010-2016), “Issues of economic evaluation of the transport services market in the conditions of transformation of economy of the Republic of Uzbekistan” (Moscow, 2010), “Analysis of the market of transport services in the globalized economy of Uzbekistan” (Moscow, 2011), “Development and optimal location of facilities providing transportation and logistics services” (Tashkent, 2011), “Efficiency of logistics centers of the Republic of Uzbekistan” (Tashkent, 2012), “Problems of formation of information society in the Republic of Uzbekistan in conditions of globalization” (Tashkent, 2015), “Methodology of formation of strategy of marketing communications of the enterprises of motor transport” (Tashkent, 2015), “Improving market of transport services” (Tashkent, 2016), “Application of logistic processes in the effective management of agriculture” (Russia, 2016), “Peculiarities of the application of marketing principles in the market of transport services” (Tashkent, 2016).

Publication of the results of the research. Research results have been revealed in 63 scientific papers which include 1 monograph, 23 articles in the journals recommended by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan for publishing the main results of doctoral dissertations, among them - 16 in republican journals and 7 in leading foreign journals.

Structure and scope of the thesis. The dissertation consists of introduction, four chapters, conclusion, a list of references and annexes. The dissertation consists of 220 pages.

MAIN CONTENT OF THE DISSERTATION

Introduction represents urgency and necessity of the research, formulates the aim and objectives of the research, determines its object and subjects. In addition, the introduction states connectedness with the main prior directions of developing science and technologies, represents scientific novelty and practical results, scientific and practical significance, information about implementation of the results of works as well as scientific papers published in the framework of the research and information about structure of the dissertation.

The first Chapter of the thesis entitled “**Theoretical foundations of optimization on the basis of the marketing principles of the transport services market**” is devoted to the comprehensive research of such economic categories as “service”, “transport services” and “transport services market”.

This chapter comprehensively studied the issues of economic and social value of the transport services market, the need for a systematic approach to study optimization problems of the market, the peculiarities of the study based on the marketing principles of the market, investigated the importance of marketing in the system and the concept of its development, and also developed overall conclusions on the issues considered during the doctoral research.

The system of marketing provision of the transport services market, as a set of interconnected market relationships and information flows, includes the production of the enterprises of transport infrastructure and the determination of organizational capabilities and their use.

Achievement of the priority in the competition of the transport infrastructure is provided through this system. Recommendations aimed at improving competition in the market of transport services, possibilities of customer satisfaction through modelling of the transport services provision, implementation of the policy of effective marketing communications providing transport services have been developed. Economic category “transport services”, being the traditional structural part of the sphere of rendering of services covers the carriage of passengers and cargo, as well as operations related to the process. According to the World Trade Organization (as of 1 January 2016), the share of transport services on a global scale, the total volume of export of the implemented services was 18,4%, and in imports it accounted for 23,6 %.

Therein a high proportion belongs to the transportation of goods by water (30,3%) and the transportation of passengers by air transport (21,4 per cent). A wide range of transport services, through the provision of the flow of passengers and increased cargo on a global scale, leads to the development of international relations or the formation of the global economy.

To achieve the optimization of transport services market of Uzbekistan, it is advisable to consider dynamics of change of transportation services’ volume. As

the analysis of the volume of transportation services in 2008-2015 illustrates, despite the increase in the absolute value of the amount of services by 23563,3 billion UZS, in the result of the expansion of the scope of the common services, the share of transport services in these years fell by 1,2 percent (Figure 1).

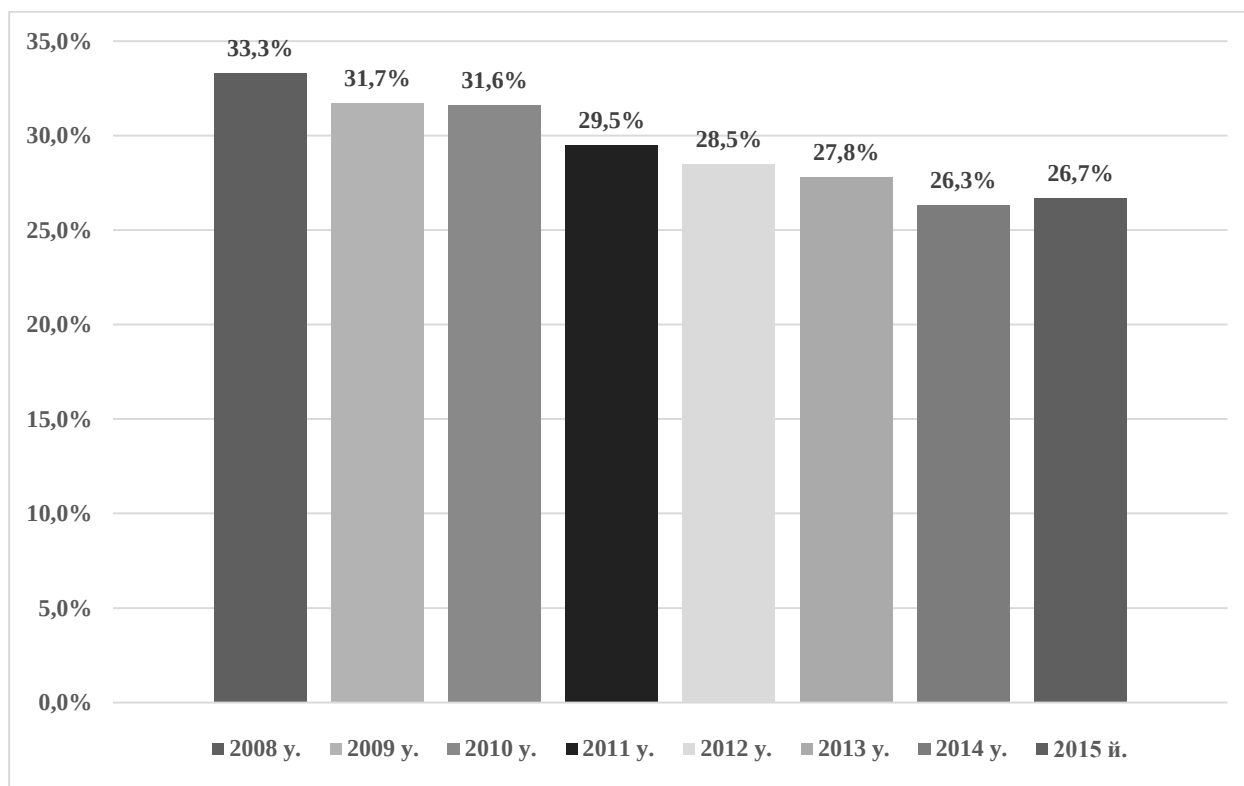


Figure 1. Change of the share of transport services in the volume of total services in the Republic of Uzbekistan¹¹

Specific peculiarities of the transport services market have an impact on the process of optimization. We think that the optimization of the transport market not only contributes to positive effectiveness from the point of view of the interests of the industry, but also plays an important role in pursuing the goal of achieving economic efficiency.

Currently, though marketing on the transport services market has been formed as a single unified concept, which is client-oriented, this idea is still being improved. Based on the general principles of marketing, it is advisable to consider the possibility of applying functional principles of private industry. In this doctoral research, the mechanism which includes the organization of the transport market on the basis of the principles of marketing has been developed (Figure 2).

The organization of the transport services market on the basis of the principles of marketing is essential in the positive solution of the priority issues of the economy, as improving the quality of services of operators of the national transportation, reducing transportation costs, ensuring the competitiveness in the international markets of transport services, modernization of the structure of the movement, as well as access to the international market with new types of products and services through technical renewal.

¹¹ Developed by the author.

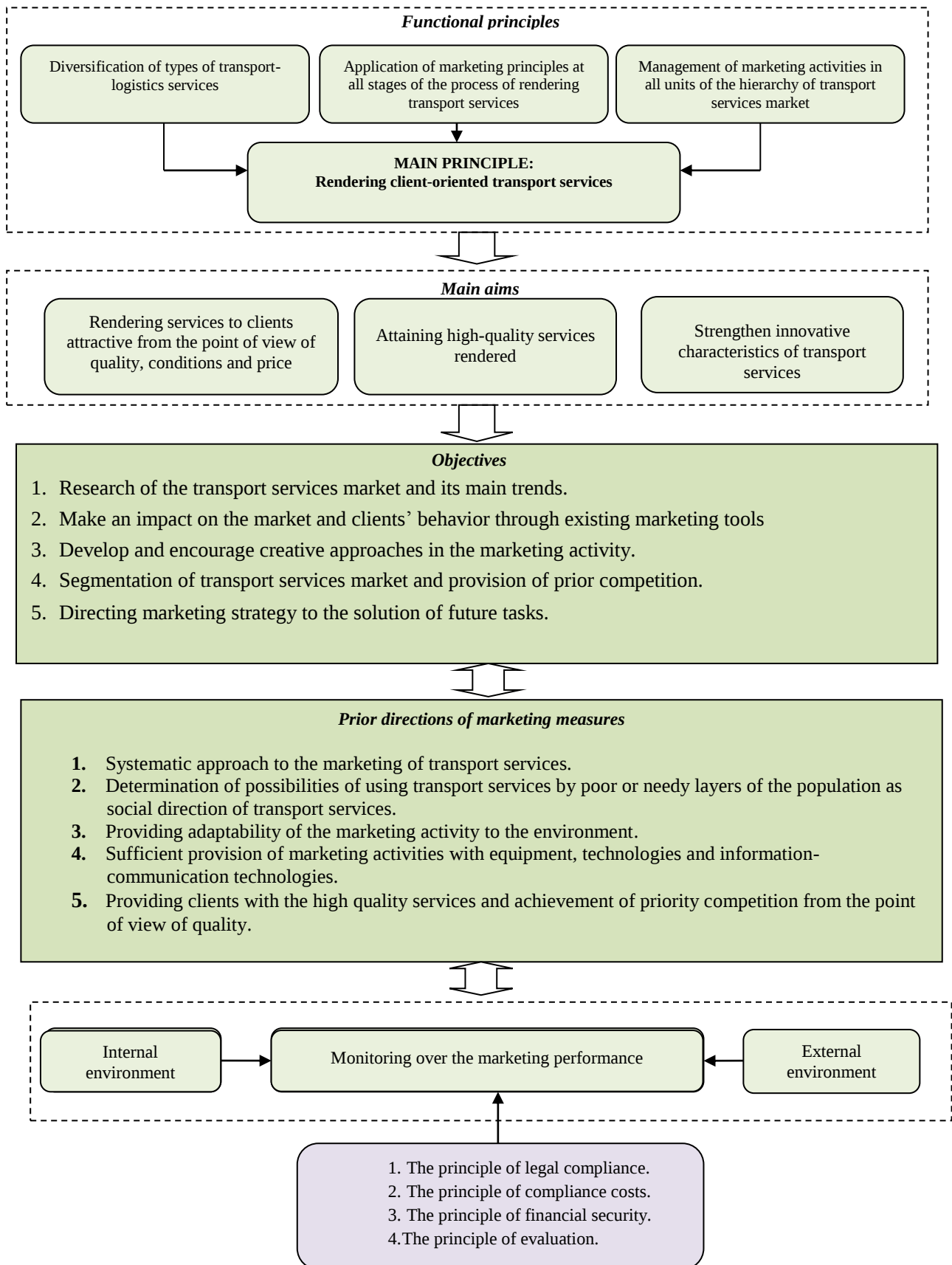


Figure 2. Common mechanism of organizing the transport services market on the basis of marketing principles¹²

¹² Developed by the author.

Therefore, the increase in volume of transport services and their consumption, raising competition in obtaining the market share cause the necessity of working out the development strategy of activity of transport operators on the basis of marketing principles and managerial decision-making. It is supposed that referring to the optimization of the transport market, first, ensuring the priority of the competitiveness of the transport enterprises, a complex of measures aimed at achieving competitiveness through maximum use of its own economic, financial, technical and cultural potential is considered to be important.

Having developed the principles of innovative marketing for formation of transport services market, perspective directions of marketing activities, as well as the mechanism consisting of the elements of the internal and external environment that impact on monitoring activities in practice was put in place, aimed at the simultaneous requirements of innovative development and changes in the quality of the market under the efficient organization of the transport market for freight and the need to expand the coverage of licensing. As a result, for average loading capacity the amount of annual tax revenues to the state budget increased by 3829,2 thousand soums.

Optimization problems also imply the organization of the design solutions, technical equipment and transport processes at minimum cost, providing an appropriate level of safety and trust, ease and comfort, high-speed transportation of goods and passengers, as well as methods for their management. They, in turn, are determinants of the quality of transport services.

The second chapter of the thesis entitled **“Improving methodological aspects of organization of transport services market on the basis of marketing principles”** highlights the issues of methodological support of marketing research on the transport services market, methodical and methodological aspects of using econometric models to optimize market of rendering transport and logistical services.

In addition, this scientific work has studied the existing theoretical-practical and methodological foundations of the design and implementation of marketing research. Moreover, it presents the views of the author on the forms and techniques used in conducting marketing research of the market of transport services. In particular, for the marketing activity based on a specific information system, Benchmarking can serve as example. The above characteristics of forms of conducting marketing research are voluntary by their essence. Using the methodology of the economic assessment of the transport services market, the paper investigated the assessment of the boundaries and scope of market segmentation market share of market participants. The focus of the transport market for a common goal is important in the analysis of the market conditions. The value of it lies in the fact that the organization of transport services is directly connected with transportation process, which is the place of production. It is known that the transport services market customer is interested not only in price, but quality, convenience, attractiveness, etc.

Analytical model for just-in-time (by the certain time) is considered one of the most common logistics concepts for the carriage of goods. For the first time in

the study was considered a quality that minimizes the potential loss arising from the difference in time according to the contract and the actual delivery time.

To assess the suspension of the delivery of goods review of each stop of material flow of each component of the supply chain as a return allows to estimate the continuous activities of the whole chain. To determine its parameters should consider the practical aspects of analytical relationships.

Entities providing transport services (EPTS), using this method in the improvement of its activities, the results of the calculations, the average annual income of each unit of the motor vehicle amount to 13,0 million soums.

Factors of cost and time are considered to be a necessary condition for the application of optimization. The volume of traffic and the period taken for effective control factors and reduce inventory. The optimal cost and frequency of order are not taken into account. This method is considered to be important for logistics functions and operations, and combines approaches to many issues.

The above characteristics of forms of conducting marketing research are voluntary in content. It should be noted that in practice there are other forms of marketing researches.

Using the methodology of the economic assessment of the transport services market, this scientific paper investigated the assessment of the boundaries and scope of market segmentation and the share of market participants. The focus of the transport market for a common goal is important in the analysis of the market conditions. The value of it is justified by the fact that the organization of transport services is closely connected with the process of transportation, which is its place of production. It is known that on the transport services market a customer is interested not only in price, but quality, convenience, attractiveness, etc.

Marketing questionnaires are carried out to determine the client's activities.

Having improved the proposed methodologies, the thesis proposes the method of evaluation based on integrated indicators, taking into account the influence of external and internal factors in the process of providing transportation and logistics services. (Figure 3).

The basis of this method consists of ensuring the proportionality of the ability of the company and the client, the equilibrium of local capacities, the introduction of innovative measures aimed at strategic development, managing the process of ensuring the quality parameters required in the provision of services.

For receiving the content of the method in conditions of strong competition, the integral evaluation of the quality of provision of transport services using the factors of external and internal factors of the enterprise is considered to be possible.

When the effective organization of activities of the JSC "Avtotehhizmat" providing technical services to cars, the number and types of vehicles, diversification of services provided by this company, to some extent complicates the management. This, in turn, leads to complication of the relations between the different elements of the system. The fact that a change in one element of the system leads to changes in other elements, indicates the achievement of the study goal. Using database of the enterprise as a result of the research showed that the

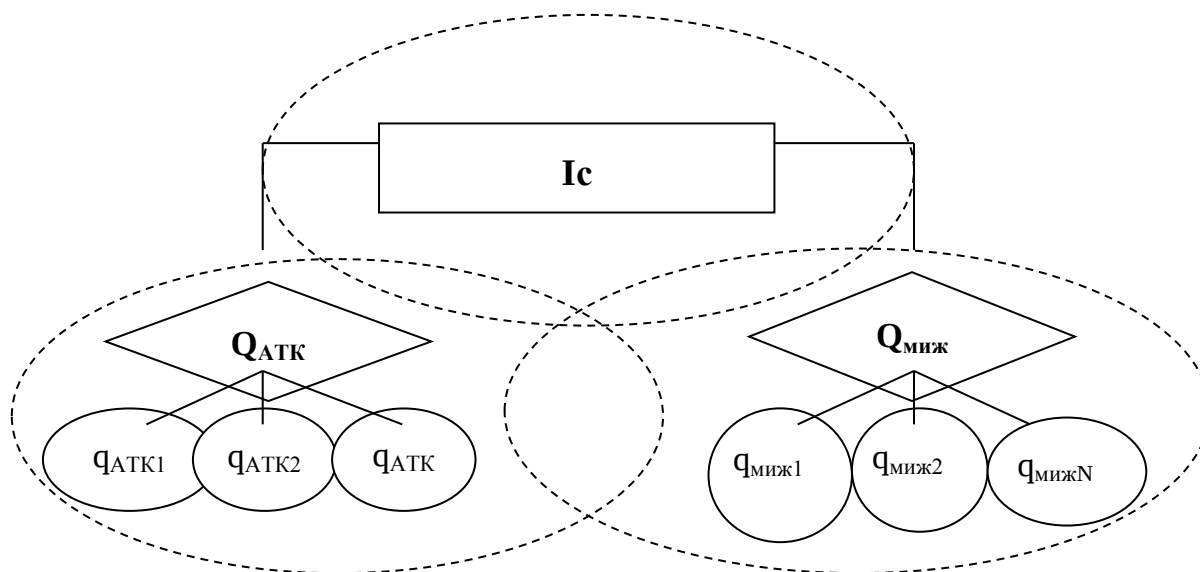


Figure 3. Method of evaluating the quality of rendering transport-logistics services¹³.

$$Q_{\text{ate(auto transport enterprises)}, \text{mark}}, Q_{\text{client, mark}} \leq 1 \quad (1)$$

Where:

$Q_{\text{ate, mark}}$ – assessment of the quality degree of the company's performance;

$Q_{\text{client, mark}}$ – degree of assessing services by clients;

Conditional signs: I_c – integral assessment of transport services' quality;

Q_{ate} – degree of quality of company's performance;

Q_{client} – degree of quality of rendering services to clients;

$q_{\text{ate1}}, q_{\text{ate2}}, q_{\text{atm}}$ – degree of performance indicators;

$q_{\text{client1}}, q_{\text{client2}}, q_{\text{client}}$ – degree of assessing services by clients.

net profits from the repairing works in 2015 amounted to 1,8 million soums, and in 2016 reached 2,5 million soums.

The effectiveness of the development of the transport and logistics services market, first of all, is important while assessing the impact on the development of sectors of the national economy. In particular, the results of the research carried out simultaneously in the USA, Japan and Europe illustrated that the application of the principles of logistics offer opportunities to reduce the volume of reserves of up to 30-70%, production cost by 30%, transport costs by 20% and at the same time, to increase productivity by 25-50%¹⁴.

According to the results of the research it has been justified that customers engaged in the transportation without causing distortion, but on an ongoing temporary basis, accounts for 10% of the total number of customers in the market of transport services, 89% of customers want to obtain goods at pre-agreed time, over 1% of customers want immediate delivery. We think that the reason for this is the competition in the field of fast delivery to customers of new-type products

¹³ Developed by the author.

¹⁴ O'Reilly Ch. Corporations, Culture and Commitment: Motivation and Social Control in Organizations. – California Management Review. – Sammer, 1999. – P. 9-25.

increasing due to the wide applications of the policy of diversification of goods and services in the global economy. Based on the above reasoning, if theoretical and methodological possibilities of optimization of transportation and logistics services are considered with the account of marketing principles, it can be concluded that the main issue is providing qualitative logistic services in the transport and achieving its optimal performance. According to the opinion of A. A. Timonin, the decisive influence on the quality of logistics services are made by such functional factors as logistics, marketing logistics and transport logistics¹⁵.

A. Soliev avyeshy that the impact of psychological methods, evaluation of customer needs, opinion research, consumer action of the market on the quality of logistic services is an important factor.¹⁶

V. I. Gissin in his research on the issues of quality management of the logistics system, investigated the relationship between logistics management and elements of quality of rendering transport services and approaches through the transformation of the transport system¹⁷.

$$W \rightarrow Q \rightarrow R \rightarrow q \rightarrow U \rightarrow P \quad (2)$$

Where:

W — gross quality;

Q — quality of rendering services of cargo transportation as the common category;

R — reliability of the transportation process;

q — quality indicators;

U — price of rendering transport service;

P — profit of enterprises from transportation.

This chapter also presents a simulation model of vehicle repair and the provision of technical services in the company engaged in providing technical services “Avtotekhnizmat”. The number and types of vehicles, diversifying the provision of technical services has resulted in occurrence of some difficulties in the management system. These difficulties arise from the complex relationships between the various elements of the system. The analysis shows that the study of these complex relations with application of the simulation techniques enable to achieve the designed goals.

The third chapter of the thesis **“Assessment of tendencies of development of the transport services market in Uzbekistan”** is devoted to the analysis of issues of formation of the transport services market, the retrospective analysis of development of marketing activity of road transport, the econometric method of determining requirements for services. In addition, this chapter presents the developed scientific proposals and practical recommendations.

¹⁵ Тимонин А.А. Совершенствование логистического сервиса пассажирских автотранспортных перевозок. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Ростов, 2010. – 24 с.

¹⁶ Солиев А. Маркетинг, бозоршуносли: - Тошкент: Адолат, 2008. -237 б.

¹⁷ Гиссин В.И. Проблемы формирования логистической системы управлением качеством. – Ростов на Дону: РГЭУ, 2000. – 240 с.

While characterizing transport and logistics services, transportation of cargoes and passengers plays a significant role. Automobile transport services in scope and prestige are important in the market. Therefore, this study focuses on optimization of power production providing services of automobile transport and its specific properties. As the analysis of the thesis illustrates, indicators of cargo and passenger transportation services during the analyzed period remained in the republic (Table 1).

Table 1

Changes of indicators of services of freight and passenger automobile transport in Uzbekistan¹⁸

№	Indicators	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Freight automobile transport									
1	Volume of cargo transportation by automobile transport, mln. tons	701,2	638,6	1066,1	1156,4	1203,2	1258,3	1327,4	1398,4
2	Share of automobile transport in the total volume of cargo in %	87,1	84,5	90,6	90,7	90,5	90,7	90,9	91,1
3	Volume of cargo turnover in automobile transport, mln. tons-km.	8,9	13,8	24,5	26,1	27,5	29,2	31,5	33,9
4	Share of automobile transport in the total turnover, %	16,3	20,0	32,3	33,1	32,9	34,9	36,8	38,2
Passenger automobile transport									
5	Number of passengers delivered by automobile transport, mln. people	3284,7	3796,4	5899,3	6280,2	6606,0	6895,1	7244,4	7502,5
6	Share of automobile transport in the total turnover of passengers' transportation, %	91,3	95,8	98,2	98,5	98,5	98,7	98,8	98,9
7	Passengers turnover, billion.passengers-km.	23,3	38,6	67,2	72,7	78,2	83,3	88,9	94,8
8	Share of automobile transport in the total passenger's turnover, %	75,4	83,5	87,8	88,1	87,7	87,9	88,8	89,7

The data provided in Table 1 illustrates that during 2000-2015 the tendency of growth of volume of cargo and passenger transportation as well as raising the share of road transport have been observed in the republic. This fact is justified by the appearance of demand for the marketing of this industry entities in the development of the transport market, the emergence of private enterprises in the transport, formation of the market of transport services in Uzbekistan.

¹⁸ Developed by the author.

Table 2

Results of regression model in terms of interaction of indicators of freight automobile transport on the transport services market

Variable	Coefficient	Standard Error	t-statistics	Probability
X1	101.15	16.73	6.05	0.0001
X2	1060.95	116.09	9.14	0.0000
C	92347.29	17307.37	-5.34	0.0002
AR(1)	1.12	0.04	25.44	0.0000
R-squared		0.98	Mean dependent variable	74813.33
Adjusted R-квадрат		0.98	Standard deviation of dependent variable	10202.58
Standard error of regression		1175.30	Akaike info criterion	17.19
Sum squared residuals		15194626	Schwarz criterion	17.38
Log likelihood		-124.99	Hannan-Quinn criterion	17.19
F-statistic		347.99	Durbin-Watson statistics	1.39
Probability F-statistics		0.0000		

Using the method of the least squares, regression analysis of the parameters of interaction of freight and passenger road transportation on the transport market was conducted.

On the basis of calculations provided in Table 2, multifactor regression model is as it follows:

$$Y = 101,15 \cdot x_1 + 1060,95 \cdot x_2 - 92347,29 \quad [AR(1)=1,12] \quad (3)$$

From the calculated model it is obvious that the conditions of invariance of other factors the factor affecting the change in the share of freight in road transport, this despite the increase by average 1% of the volume of transported cargo turnover rose by 1,14%. It has been determined that the increase in average transportation distance by 1% results in raising the volume of transported cargo 10,6 times.

Table 3.

Results of the regression model in terms of interaction of indicators of passenger automobile transport on the transportation service market

Variable	Coefficient	Standard Error	t-statistics	Probability
X1	11.29	1.15	9.76	0.0000
X2	2186.11	951.04	2.29	0.0421
C	617987.0	12843710	0.04	0.9625
AR(1)	0.99	0.03	26.30	0.0000
R-squared		0.99	Mean dependent variable	65240.00
Adjusted R-квадрат		0.98	Standard deviation of dependent variable	25412.28
Standard error of regression		589.13	Akaike info criterion	15.82
Sum squared residuals		3817888	Schwarz criterion	16.00
Log likelihood		-114.64	Hannan-Quinn criterion	15.81
F-statistic		8679.21	Durbin-Watson statistics	0.92
Probability F-statistics		0.00		

On the basis of the accounting results provided in Table 3, a multiple regression model has the following form:

$$Y = 11,29 * X_1 + 2186,11 * X_2 + 617987,0 \text{ [AR(1)=0,99]} \quad (4)$$

From the calculated model it is obvious that in the conditions of invariance of other factors the passenger traffic in the country, a factor that affects changes in the percentage of high level of passengers carried in road transport, is in the increase on average 1,0% of the number of passengers carried, passenger turnover increased by 11,297%. It was also determined that the increase in average 1,0% transportation distance leads to the increase in the volume of passengers 21,86 times.

Model Eviews of 9.0 has been carried out with application of a practical software. By checking the correlation of samples prior to their regression analysis, it was determined that intercorrelations can be average and high. In this situation, implementing the “unit-root test”, using test “Augmented Dickey-Fuller”, it was specified that “p-value” corresponds to the planned indicator. Only sample Gruzvol, Passvol with the aim of matching the units in the percentage of other samples were presented in the form of natural logarithms.

The last fourth chapter of the thesis entitled **“Optimization of the transport services market based on the principles of marketing”** is devoted to the issues of the market optimization on the basis of the marketing principles, development of proposals and recommendations for enhancing the role of marketing management decisions, to determine the priority on the market of transportation services, improving the system of marketing management. In this chapter, the author has conducted a critical analysis of scientific-theoretical definitions of the concept of “Strategy” on the basis of which the author has proposed the following definition: “Strategy is the process of organizing, management planning, exploring the ways and methods to achieve goals, and taking managerial decisions in the organization of production”.

The basis of communication links that ensure success of the marketing strategy represents the tariff policy implemented by the entities providing transportation services. Namely tariff policy can serve as the impetus for the creation of new market services and raise customers’ needs at the required level. In this regard, the decision-making process is considered to be very urgent in determining the tariffs for the services rendered a means of communication.

It is considered with the help of experts, gradually to determine the evaluation score of the degree of influence of the factors characterizing the competitiveness of the transport market. At the same time, the lack of competition in the market or small impact of competitors can be estimated at 1 point, low influence of this factor is 2 points, and a considerable and stable influence – 3 points. It should be noted that different factors can have different implications in various areas, and taking into account the relative impact of each factor, it is reasonable to determine their differentiation according to the degree of their influence.

The following table (Table 4) demonstrates the results of the comparative averages of the score competition in the segment of construction materials in the market of transport services. The opinions of experts have been used to assess the impact of the factors.

Table 4

Assessment of the comparative score of competitiveness¹⁹

Factors	Assessment of experts		Coefficient of factors' impact	Impact of factors	Average comparative impact of factors
	Агентство автомобильного и речного транспорта	Унитарное предприятие строительства энерготранспорта			
Sending cargo	1	1	0,2	0,4	0,04
Rivals inside the branch	2	3	0,2	1,0	0,1
Other types of transport	1	2	0,2	0,6	0,06
Receiving cargo	2	2	0,2	0,8	0,08
Capable (authorized) rivals	1	1	0,2	0,4	0,04
Total			1	3,2	0,32

The data provided in Table 4 illustrates that if the degree of influence of all factors is supposed to be the same with the aim of simplifying calculations, so the impact coefficient accounts for 20%.

From the point of view of marketing, research of transport services market involves the study of competitiveness. In this case, determining the extent and intensity of competition and analysis of market factors with an appreciable effect on competitiveness is being implemented. The basic steps to perform these tasks are as follows:

- to study the competitive environment on the market;
- to evaluate the effectiveness of marketing management of enterprises;
- to analyze the effectiveness of information support of marketing decisions;
- compare the results, and to develop the necessary conclusions and recommendations.

The average comparative score of the competition of a certain segment of the market of transport services has been proposed, that is, the method of determining competitiveness. We think that determination of the coefficient of the competitiveness of entities providing transportation services - competitors operating in the market of automobile transport services.

In this research the methodology to determine the competitive ability of market entities providing road transport services has been recommended. The competitiveness of entities operating in the market of automobile transport services is determined by the importance of the proposed services on the market.

In the research, a group of technical and operating characteristics, directly

¹⁹ Developed by the author

connected with motor transport enterprises has been formed, internal factors on the example of the enterprises of Tashkent city passenger transport, where the operating conditions are close to each other ($T_H, V_3, \beta, \gamma_c, \alpha_B$). Out of that group of indicators the indicators with a relatively high degree are defined (Table 5).

Table 5

Changes of basic technical-operational indicators of enterprises of passenger automobile transport on the transport services market²⁰

№	Indicators	Unit of measure	AP-1	AP-3	AP-5	AP-8	AP-12
1.	Volume of annual automobile transportation (Q)	Thousand passengers	19341,9	36233,9	14530,8	21743,3	30655,7
2.	Average number of automobiles (An)	units	120,6	200,3	77,0	108,5	179,9
3.	Average working hours of automobiles (Tn)	hour	11,54	12,64	14,21	11,86	11,51
4.	Average operational speed (V ₃)	km/hour	22,7	20,4	19,5	21,3	21,1
5.	Average passenger capacity of automobiles (q)	пасс..	20,90	20,16	24,36	22,23	20,45
6.	Average distance of transportation (l _и)	км	6,25	5,96	6,78	6,02	5,92
7.	Average ratio of using car mileage (β)	-	0,937	0,946	0,901	0,949	0,967
8.	Average ratio of using passenger capacity (γ _c)	-	0,726	0,831	0,793	0,770	0,828
9.	Average ratio of using parking (α _B)	-	0,737	0,723	0,725	0,803	0,695

Based on the positive indicators related to the activities of each enterprise of road passenger transport the total amount Q' of transportation is calculated:

$$Q' = \frac{T_H \cdot V_3' \cdot \beta' \cdot q \cdot \gamma_c' \cdot A_c \cdot \alpha_B' \cdot D_K}{l_{и}'} \quad (5)$$

A particular attention should be paid to the formation of groups of indicators that meet the individual needs of consumers. Marketing research conducted among the passengers enable to obtain improved results and to make calculations on the basis of these results. Due to the increasing volume of transportation on the obtained results it is possible to calculate the economic efficiency.

It is known that the expenditure spent on the provision of road transport services, expenditure on fuel and lubricants, maintenance and repairing associated with the distance passed, this is why they are included in the group of changing costs. The ratio of variable costs to a single unit of work is determined by the number of changing costs and changes in relation to the production unit. Even if fixed costs do not relate to the amount of work resulting from activities of motor transport enterprises, the ratio of the absolute number with the volume of transportation gives the amount of fixed costs, the share of this indicator in the overall consumption decreases with the growth of transportation.

²⁰ Developed by the author

In this case, economic efficiency is achieved by saving fixed costs corresponding to each additional passenger transported:

$$Is = Q' * (Sd - Sd'); \text{ thousand UZS} \quad (6)$$

Basing on the analysis of calculation results it should be noted that by improving technical and operational performance of all the analyzed enterprises of passenger road transport 45,4 million extra passengers have been carried and the as a result, economic efficiency of 6,5 billion UZS has been gained.

When evaluating the efficiency of the system of marketing management of entities operating on the market of automobile transport services it is possible to use the improved and adapted methods by introducing necessary changes in the model accepted by the majority of theorists when determining the efficiency of trade. In determining efficiency, taking into account the coverage of expended capital through profit, it is advisable to use the theory of "time value of money". The basis of this method is bringing the cost of the initial period the amount of expenses spent on marketing activities. In the financial activities cash flows associated with the processes of crisis, so they do not always have the same value. Therefore there is a necessity of bringing to a certain number of different cost at different times, and as a result, this process is implemented on the basis of discounting.

Having re-calculated the applied ratio of discounting the profit which can be received in return of the expenses spent on an improved marketing system service of the provider of road transport services, the definition as net present profits will help to obtain a logical result. In the case of the constancy of the norms of discounting, net discounted profit can be determined using the following equation:

$$C\mathcal{D} = \sum_{t=0}^T (H_t - X_t) \quad (7)$$

Where, H_t —results obtained at stage t of calculation;

$$C\mathcal{D}\mathcal{D} = \sum_{t=0}^T (H_t - X_t) \frac{1}{(1+E)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{C_t}{(1+E)^t} \quad (8)$$

Where H_t – results obtained at stage t of calculation;

X_t – number of expenses made at stage t of calculation;

C_t – effect achieved at stage t ;

T – volume of calculation.

Net profit is based on a prediction of transportation growth and other types of services provided by automobile transport services. If the net discounted profit has the highest value, the effectiveness of measures aimed at improving the system of marketing management is considered positive. A comparison of indicators by the high costs of the system enable to define complex problems and make timely optimal solutions of these problems.

CONCLUSION

The following conclusions have been developed on the results of the research in the doctoral dissertation:

1. Comprehensive disclosure of the economic content of the categories “transport services” and “transport services market”, contributing to the possibility of improving the theoretical basis of the activity of transport systems that have a direct impact on the optimization of the market through the formation of market prices as a result of the correlation of the categories of supply and demand in the market of transport services has been implemented.

2. While researching the problems of optimization of the transport market the efficiency of using the system - hierarchical approach, the existence of structural and functional groupings in a hierarchical system, the possibility of accepting, processing and use of large amounts of information that will ensure the integrity problems related to the optimization of the transport market has been justified.

3. In the framework of this research, based on the innovative principles of the organization of the transport market, the priorities of the development of the internal and external environment of monitoring marketing activities, achieving the benefits of competition in the transport services market and coverage of licensing create opportunities ensure compliance with regulatory, account of the degree of system principles of financial support and estimated results.

4. Through the effective use of technical, economic and operational ability of the transport industry, by providing benefits of competition in the targeted market segment, the economy of variable and increased volume of traffic in the group technical and operational performance has been proven. The cost of transport services was introduced in variable expenses in the group of technical and operational performance, which ensured their stability in relation to the number of products.

5. In terms of economic independence of subjects of the transport services market and limiting the possibility of obtaining information about market participants the advantages of the research of the cargo transportation market by applying the method of expert systems, analysis, forecasting and planning in comparison with other methods have been substantiated. In qualifying group of mathematical methods a variety of material - technical base of the transport system, the various functions of fixed assets and their constructive solutions complicate the solution through a unified approach that requires taking into account the peculiar qualities of individual vehicles, transported goods or passengers used for planning and forecasting of transport.

6. Evaluation method of activity of the enterprises of auto transport on the basis of integral indicators that take into account the mutual influence of internal and external factors in the process of providing transportation and logistics services proposed in the thesis, create the ability to control the process of ensuring the required quality of services, ensure proporcionalmente opportunities for the company and client, sustainability of local capacities, especially in the implementation of innovative measures aimed at strategic development.

7. Effective organization of the system of rendering services to the auto transport vehicles has been proposed and implemented in practice, the method of simulation the number and types of vehicles, which enables to increase the degree of diversification in the provision of technical services. This method is used in complicated cases of unforeseen circumstances when using continuous distribution, methods of providing random values used in the probability distribution of the time of arrival of business. In the conditions of economic independence of subjects of the market of transport services and limit the ability of receiving complete and ongoing information about the participants of the market was justified by the advantage of application of system methods of experts, study of cargo transport, analysis, forecasting and planning in comparison with other methods.

8. To ensure the benefits of competition in the market recommendations on the formation of methodology of the marketing communication strategy of transport, taking into account the complexity of the provided transportation and logistics services, significant financial resources spent on marketing communications have been developed.

9. The determination on the basis of points of evaluation by experts of the degree of influence of factors affecting the competitiveness of the transport market is considered to be efficient. Here is the analysis of market factors that have a significant impact on competition, the definition of intensity and competition. The main stages of solving these tasks enable to assess the environment of market competition, and enterprises, to analyze the efficiency of information support of marketing decisions, compare results, and to develop necessary conclusions and recommendations.

10. Based on the developed indicators it has been identified that road transport of the republic by 2018 compared to 2015 the turnover is supposed to increase by 8,9%. The average distance of transportation will decrease by 2.4% which will lead to an increase of 11,6% of the volume of transported cargo. In this period road transport passenger turnover and average distance of transportation will increase respectively by 13,5% and 10,1%, and the number of passengers will increase by 3,5%.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Ирисбекова М.Н. Транспорт хизматлари бозорининг рақобат устунликларини таъминлашни маркетинг механизмлари. Монография. – Тошкент: «Фан ва технология», 2012. – 260-б.

2. Ирисбекова М.Н. Автомобиль транспорти хизматлари бозорининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти // Иқтисодиёт ва таълим, Тошкент-2010, №5. 24-27-б. (08.00.00 №11).

3. Ирисбекова М.Н. Автомобиль транспортида маркетинг фаолияти // Бозор, пул ва кредит, Тошкент-2010, № 5. 53-55б. (08.00.00 № 4).

4. Ирисбекова М.Н. Транспорт хизмати бозорини ўрганишда маркетинг тадқиқотлари // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси, Тошкент-2010, № 4. 42-43-б. (08.00.00 № 1).

5. Ирисбекова М.Н. Ўзбекистон автомобиль транспорт тизими// Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси, Тошкент-2010, № 5-6. 45-47-б. (08.00.00 № 1).

6. Ирисбекова М.Н. Транспорт бозори ҳолатини иқтисодий баҳолаш усуллари // Бозор, пул ва кредит, Тошкент- 2010, № 9. 37-39-б. (08.00.00 №4).

7. Ирисбекова М.Н. Автотранспорт корхоналари фаолиятини бизнес режалаштиришнинг аҳамияти // Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги, Тошкент-2010, № 10. 31-32-б. (08.00.00 № 15).

8. Ирисбекова М.Н. Транспорт-логистик хизматлари бозорини оптималлаштиришнинг математик моделларини ишлаб чиқиш // Биржа Эксперт, Тошкент-2010, № 10. 20-24-б. (08.00.00 № 3).

9. Ирисбекова М.Н. Значение транспортных услуг в развитие экономики Узбекистана/ Журнал «Экономика и финансы», № 9. с. 41-44. Москва – 2010. (24.12.2009.165/5. № 9).

10. Ирисбекова М.Н. Автомобильный транспорт Узбекистана в условиях модернизации экономики/ Журнал «Экономика и финансы», № 11-12. с. 53-55. Москва – 2010. (24.12.2009.165/5. № 10).

11. Ирисбекова М.Н. Ўзбекистон транспорт хизматлари бозори ривожланишининг ретроспектив таҳлили // Биржа Эксперт, Тошкент-2010, № 11-12. 8-10-б. (08.00.00 № 3).

12. Ирисбекова М.Н. Транспорт хизматлари бозорини оптималлаштириш муаммоларини тадқиқ этишда тизимли ёндашув // Иқтисодиёт ва таълим. Тошкент, 2011. № 6.-Б 144-148. (08.00.00 № 11).

13. Ирисбекова М.Н. Рынок транспортных услуг // Бозор, пул ва кредит, Тошкент- 2011, № 4. 62-64-б. (08.00.00 № 4).

14. Ирисбекова М.Н. Таркибий ўзгаришлар шароитида автомобиль транспортининг ташкилий-иқтисодий фаолиятини такомиллаштириш // Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги, Тошкент-2011, № 1. 34-35-б. (08.00.00 № 15).

15. Ирисбекова М.Н. Рақобат муҳити шароитида маркетинг механизмларини самарали татбиқ этиш // Молия, Тошкент-2011, № 2. 128-131-б (08.00.00 № 12).

16. Ирисбекова М.Н. Ўзбекистон Республикасида халқаро транспорт йўлакларини ривожланиш истиқболлари // «Жамият ва бошқарув», Тошкент-2011, № 3. 45-47-б. (08.00.00 № 8).

17. Ирисбекова М.Н. Автомобиль транспорти корхонасининг маркетинг коммуникациялари стратегиясини шакллантиришга услубий ёндашув // Бозор, пул ва кредит, Тошкент- 2013, № 12. 34-40-б. (08.00.00 № 4).

18. Ирисбекова М. Транспорт хизматлари бозорида рақобатдошликни аниқлаш масалалари // «Молия», Тошкент-2015, № 2. 25-30-б.(08.00.00 № 12).

19. Ирисбекова М. Транспорт хизматлари бозори конъюнктурасини ўрганишда маркетинг ахборотлар тизимини такомиллаштириш // «Бизнес-эксперт» Тошкент 2015, 56-59-б. (08.00.00 № 3).

20. Irisbekova M.N. The Role of Trans-Asian Railway for Uzbekistan//Voice of Research. Volume 4. Issue 4, March 2016. P.70-71. (global Impact factor №5. GIF=0,886)

II бўлим (II часть; II part)

21. Ирисбекова М.Н. Анализ тенденций развития автомобильной промышленности Узбекистана // Проблемы машиноведения и машиностроения. Санкт-Петербург-2004, с. 218-222.

22. Ирисбекова М.Н. Маркетинговый анализ рынка // Сборник материалов Республиканской научно-практической конференции. Интеграция образования науки производства в автомобильно-дорожном комплексе. Ташкент, 2005 с. 153-154.

23. Ирисбекова М.Н. Банковский маркетинг микс // Сборник материалов Республиканской научно-практической конференции. Интеграция образования науки производства в автомобильно-дорожном комплексе. Ташкент, 2005, с. 155-156.

24. Ирисбекова М.Н. Маркетинг транспортных услуг // Сборник материалов Республиканской научно-практической конференции. Интеграция образования, науки, производства в автомобильно-дорожном комплексе. Ташкент, 2005, с. 157-158.

25. Ирисбекова М.Н. Стимулирование ресурсосбережения на автомобильном транспорте. // Проблемы инновационного роста экономики региона. Красноярск-2006г.с. 332-335.

26. Ирисбекова М.Н. Конъюнктурный анализ рынка // Сборник материалов Республиканской научно-практической конференции. Современные технологии в автомобильно-дорожном комплексе. Ташкент, 2006, с. 227-229.

27. Ирисбекова М.Н. Анализ реакции рынка на изменение ситуации. // Сборник материалов Республиканской научно-практической конференции. Современные технологии в автомобильно-дорожном комплексе. Ташкент, 2006, с. 230-232.

28. Ирисбекова М.Н. Системы мониторинга рынка транспортных услуг // Международная научно-практическая конференция. Проблемы развития автотранспорта и транспортных коммуникаций в центрально-азиатском регионе. Ташкент 2007. с. 200-201.

29. Ирисбекова М.Н. Управление торговой маркой-необходимый элемент товарной политики фирмы // Международная научно-практическая конференция. Проблемы развития автотранспорта и транспортных коммуникаций в центрально-азиатском регионе. Ташкент 2007. с. 307-308.

30. Ирисбекова М.Н. Маркетинговые исследования ассортимента услуг // Проблемы развития автотранспорта и транспортных коммуникаций в центрально-азиатском регионе, материалы международной научно-практической конференции. Ташкент 2007. с. 202-203.

31. Ирисбекова М.Н. Автоматизированная система разработки маркетинговых стратегий // Актуальные проблемы современной техники и технологий. Республиканская научно – техническая конференция, сборник докладов. Джизах, 2008г. 173-175-б.

32. Ирисбекова М.Н. Тадбиркорликда маркетинг ечимлари асосини шакллантириш // Ўзбекистонда автомобиль – йўл комплексининг долзарб вазифалари. Республика илмий-амалий анжуман, материаллари тўплами, 2008, 214-216-б.

33. Ирисбекова М.Н. Концепция формирования системы маркетинговой информации на предприятии // Ўзбекистонда автомобиль йўл комплексининг долзарб вазифалари. Республика илмий-амалий анжуман, материаллари тўплами. 2008, с.351-353.

34. Ирисбекова М.Н. Система мониторинга и анализа рынка транспортных услуг и его окружения // Ўзбекистонда автомобиль йўл комплексининг долзарб вазифалари. Республика илмий-амалий анжуман, материаллари тўплами. Тошкент. 2008, с.353-355.

35. Ирисбекова М.Н. Перспективы развития рынка транспортных услуг в условиях глобализации мирового хозяйства // Двадцать вторые международные плехановские чтения. Москва. 2009. с. 272-273.

36. Ирисбекова М.Н. Особенности регулирования транспортной отрасли в условиях региональной экономической интеграции // Проблемы и пути повышения эффективности взаимодействия регионов в условиях глобализации экономики. Сборник научных трудов. Москва. 2009. с. 72-73.

37. Ирисбекова М.Н. Влияние глобализации информационных технологии на конъюнктуры рынка транспортных услуг // Проблемы и пути повышения эффективности взаимодействия регионов в условиях глобализации экономики. Сборник научных трудов. Москва. 2009, с.109-110.

38. Ирисбекова М.Н. Государственное регулирование рынка транспортных услуг // Ўзбекистон автомобиль йўл комплексини ривожлантириш масалалари. Республика илмий-амалий анжуман, материаллари тўплами. Тошкент, ТАЙИ, 2009, с. 188-190.

39. Ирисбекова М.Н. Эффективность развития автомобилестроительной компании Узбекистана // Ўзбекистон автомобиль йўл

комплексини ривожлантириш масалалари Республика илмий-амалий анжуман, материаллари тўплами. Тошкент, ТАЙИ, 2009, с. 366-367.

40. Ирисбекова М.Н., К вопросу логистической организации локальных транспортных систем // Транспортная логистика, мультимодальные перевозки. Республиканская научно-техническая конференция с участием зарубежных ученых. Ташкент-2010. с. 39-41.

41. Irisbekova M.N. Analysis of the development status of the transport services market in the Republic of Uzbekistan, Avicenna Science and Education in Uzbekistan. Germaniya, Frayburg, 2010. P. 126-128.

42. Irisbekova M.N. Development prospects of international transport corridors of the republic of Uzbekistan // Hotel and Restaurant, Korea december 2011. P. 200-201.

43. Ирисбекова М.Н. Вопросы экономической оценки рынка транспортных услуг в условиях трансформации экономики Республики Узбекистан // Сборник научных трудов. Москва - 2010. с. 52-56.

44. Ирисбекова М.Н. Анализ рынка транспортных услуг в условиях глобализации экономики Узбекистана // Сборник научных трудов. Москва - 2010. с 39-41.

45. Ирисбекова М.Н. Особенности анализа рынка транспортных услуг в условиях модернизации экономики // Ўзбекистон автомобиль-йўл комплексининг долзарб муаммолари. Республика илмий амалий анжуман, материаллари тўплами. Тошкент, ТАЙИ, 2010, с. 288-290.

46. Ирисбекова М.Н. Развитие автомобильного транспорта в Узбекистане // Двадцать четвертые международные Плехановские чтения. Ташкент, 2011г. с. 201-202.

47. Ирисбекова М.Н. Транспорт-логистик хизматлар кўрсатувчи кувватларни ривожлантириш ва оптимал жойлаштириш. // Транспортная логистика, мультимодальные перевозки. Республиканская научно-техническая конференция с участием зарубежных ученых. Ташкент-2011, 57-59-б.

48. Ирисбекова М.Н. Автомобиль транспорти корхоналарининг маркетинг муҳити иштирокчилари билан муносабатлари // Ўзбекистон автомобиль йўл комплексининг долзарб вазифалари. Республика илмий-амалий анжуман, материаллари тўплами. Тошкент. ТАЙИ, 2011, 225-228-б.

49. Ирисбекова М.Н. Иқтисодиётни такомиллаштириш шароитида автомобиль транспорти бозорини таҳлил қилиш // ТАЙИ Хабарномаси, Тошкент-2011, № 2. 75-79-б. (05.00.00 № 15).

50. Ирисбекова М.Н. Техник хизмат кўрсатиш шахобчалари фаолиятини имитацион моделлаштириш // Ўзбекистон Республикаси логистик марказлардан фойдаланиш самарадорлиги, илмий техник анжуман. Тошкент. 2012. 353-356-б.

51. Ирисбекова М.Н. Logistik sustems of servise customer // Ўзбекистон автомобиль йўл комплексининг долзарб муаммолари. Республика илмий амалий анжуман, материаллари тўплами. Тошкент, ТАЙИ, 2012, Р. 54-58

52. Ирисбекова М.Н. Маркетинговая деятельность предприятий в

условиях модернизации экономики. // Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси ривожланишининг иқтисодий масалалари республика илмий-техник анжумани. Тошкент. ТАТУ. 2012. с. 112-115.

53. Ирисбекова М.Н., Саматов Р.Г. Эффективность развития терминальной системы обслуживания клиентов // «Бозор, пул ва кредит», Ташкент-2012, № 2. с 44-46 (08.00.00 № 4).

54. Ирисбекова М.Н. Транспорт хизматлари бозорида маркетинг тадқиқотларини бошқариш. // Ўзбекистон автомобиль йўл комплексининг долзарб муаммолари. Республика илмий-амалий анжуман материаллари тўплами. Тошкент. 2013. 412- 414-б.

55. Irisbekova M.N., Efficiency of improvement of marketing management system in automobile transport // The Advanced SCIENCE, december 2013, UNITED States. P.72-74.

56. Irisbekova M.N., The Marketing Strategy and Tactics in the Market of Motor Transportation Services//The Advanced SCIENCE, 2013, №12.CHINA. P.100-102.

57. Ирисбекова М.Н. Проблемы активизации маркетинга при стратегическом планировании в предпринимательстве. // Миллий брендларни шакллантириш асосида Ўзбекистон иқтисодиётини инновацион ривожлантириш. Республика илмий амалий анжумани. Илмий мақолалар ва тезислар тўплами. Тошкент. 2014. с. 417-419.

58. Ирисбекова М.Н. Ўзбекистон иқтисодиёти тармоқларининг ахборот ресурслари билан таъминланиш даражасини баҳолаш услубияти // Автомобиль транспорти ва йўл комплексини ривожлантириш истиқболлари – Тошкент, 2014 йил. 421- 423-б.

59. Ирисбекова М.Н. Иқтисодий муносабатларни такомиллаштиришда замонавий ахборот технологияларидан фойдаланишнинг моҳияти. // Глобаллашув шароитида Ўзбекистон Республикасида ахборотлашган жамиятни шакллантириш муаммолари. Тошкент. 2015 йил. 151- 156-б.

60. Ирисбекова М.Н. Автомобиль транспорти корхонасининг маркетинг коммуникациялари стратегиясини шакллантириш услубиёти // Республика илмий- амалий анжуман материаллари тўплами. Тошкент, 2015. 476- 478-б.

61. Ирисбекова М.Н. Транспорт логистик хизматлар бозорини такомиллаштириш. // Транспортная логистика, мультимодальные перевозки. Республиканская научно-техническая конференция с участием зарубежных ученых. Ташкент. 2016. 30-32-б.

62. Ирисбекова М.Н. Применение логистических процессов в эффективном управлении сельского хозяйства // Международная научно-практическая Интернет- конференция. Россия – 2016.

63. Ирисбекова М.Н. Транспорт хизматлари бозорида маркетинг тамойилларини қўллашнинг ўзига хос хусусиятлари. // Ўзбекистон аҳолисига хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризм: ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари. Халқаро илмий- амалий анжуман. Тошкент. 2016. 328 – 331-б

Автореферат «Ўзбекистон иқтисодий Ахборотномаси» журнали
тахририятида тахрирдан ўтказилди.
(30.01.2017 йил)

Босишга рухсат этилди: 17.02.2017 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»
Давлат унитар корхонасида чоп этилди.