

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР
БЕРУВЧИ DSc.27.06.2017.1.16.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

ҚАХХОРОВ АВАЗ ЖАМОЛОВИЧ

ЎЗБЕКИСТОН АВТОМОБИЛЬ ТРАНСПОРТИ ТИЗИМИДА
ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

08.00.11 - Маркетинг

ИҚТИСОДИЁТ ФАҲЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент 2018 йил

**Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD) диссертацияси автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации
доктора философии (PhD) по экономическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of the
Doctor of Philosophy (PhD) on economics sciences**

Қаххоров Аваз Жамолович

Ўзбекистон автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолияти-
ни такомиллаштириш..... 3

Қаххоров Аваз Жамолович

Совершенствование деятельности инновационного маркетинга в системе
автомобильного транспорта Узбекистана 25

Kakhkharov Avaz Jamolovich

Developing innovation marketing activities at the transport system of the
Uzbekistan.....48

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works52

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ
ХУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР
БЕРУВЧИ DSc.27.06.2017.I.16.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

ҚАХХОРОВ АВАЗ ЖАМОЛОВИЧ

ЎЗБЕКИСТОН АВТОМОБИЛЬ ТРАНСПОРТИ ТИЗИМИДА
ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

08.00.11 - Маркетинг

ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент - 2018

Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида 30.09.2014/В2014.5.1337 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Тошкент давлат иқтисодиёт университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) веб-саҳифанинг (www.tdiu.uz) ва “Ziyonet” ахборот-таълим портали www.ziyonet.uz манзилларига жойлаштирилган.

Илмий маслаҳатчи: **Фаттахов Адихамдjon Азизович**
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

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

Зоҳидов Азамат Аъзамович
иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент

Етакчи ташкилот: **Тошкент автомобиль йўлларини лойиҳалаш, қуриш ва эксплуатацияси институти**

Диссертация ҳимояси Тошкент давлат иқтисодиёт университети ҳузуридаги илмий даражалар берувчи DSc27.06.2017.1.16.01 рақамли илмий кенгашнинг 2018 йил «__» _____ соат _____ даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил:100003, Тошкент шаҳри, Ислom Каримов кўчаси, 49. Тел.: (99871) 239-28-72; факс: (99871) 239-43-51; e-mail: tdiu@tdiu.uz)

Диссертация билан Тошкент давлат иқтисодиёт университетининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (___ рақами билан рўйхатга олинган). (Манзил:100003, Тошкент шаҳри, Ислom Каримов кўчаси, 49. Тел.: (99871) 239-28-72).

Диссертация автореферати 2018 йил “__” _____ куни тарқатилди.
(2018 йил “__” _____ даги ___-рақамли реестр баённомаси)

Б.Ю. Ходиев

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш раиси, и.ф.д., профессор

А.Н. Самадов

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш котиби, и.ф.н., доцент

М. Маҳкамова

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш ҳузуридаги илмий семинар раиси, и.ф.д., профессор

КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳон иқтисодиётининг муҳим инфратузилмавий тармоқларидан бири транспорт тизими бўлиб, уни ривожлантириш ҳар бир мамлакат иқтисодий сиёсатининг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Бутун дунёда халқаро савдо ва иқтисодий алоқаларнинг глобаллашуви, ички ва ташқи бозорда юқори рақобатга эга бўлиши, тадбиркорлик ва туризм салоҳияти транспорт тизимининг ривожланганлиги билан белгиланади. Жаҳон банки маълумотларига кўра, йиллик транспорт хизматлари кўрсатиш ҳажми 4,2 трлн. АҚШ долларини, шундан автомобиль транспортининг улуши 2,1 трлн. АҚШ долларни ташкил этиб, дунё ЯИМ таркибида 10 фоизга бориб етган¹. Халқаро транспорт хизматлари бозорида муросасиз рақобат кечаётган бир пайтда истеъмолчилар талабини қондириш ва янги ҳудудларни эгаллаш учун инновацион маркетинг фаолиятинидан фойдаланиш ҳар бир ривожланган ҳамда ривожланаётган мамлакат тарақиётининг энг муҳим вазифаларидан ҳисобланади.

Сўнги ўн йилликда мамлакатимизда транспорти хизматлари бозори ва унинг муҳим инфратузилмасини ташкил этиш ҳамда ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилди. Автомобиль транспорти республика транспорт тизимининг етакчи тармоғи бўлиб, ушбу транспорт тури зиммасига умумий ташилаётган юкларнинг 93 фоиздан, йўловчиларнинг 98 фоиздан кўпроғи, шунингдек, мамлакат ялпи ички маҳсулотининг 10 фоизи, ишлаб чиқариш фондларининг 15 фоизи ва меҳнатга банд бўлганларнинг 4 фоизи тўғри келади². Аммо автомобиль транспорти тизимида рентабеллик даражасининг пастлиги, унинг аҳоли саломатлиги ва экологияга таъсири талаб даражасида эмаслиги, шунингдек, иқтисодиётнинг реал секторларида транспорт харажатлари улушининг юқорилиги, ҳудудларнинг йўл тармоқлари ва инфратузилма объектлари билан нотекис таъминланиши аҳоли ва иқтисодиёт тармоқларининг транспорт хизматларига бўлган талабларини баҳо ва сифат жиҳатдан қондира олмаяпти. Шу боисдан, самарали ва истеъмолчиларга йўналтирилган транспорт хизматларини кўрсатиш учун автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш заруриятини келтириб чиқаради. Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракат стратегиясида “хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантириш, шунингдек, аҳолига транспорт хизмати кўрсатишни тубдан яхшилаш, юк ва йўловчи ташиш фаолиятини яхшилаш, уларнинг хавфсизлигини ошириш, энг аввало, минтақавий автомобиль йўлларини ривожлантириш”³ вазифалари белгилаб берилган. Мазкур вазифаларнинг самарали ижроси республикамиз автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштиришни тақозо этади.

¹ www/worldbank.org

² Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида.

³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган ҳаракат стратегияси тўғрисида» ги ПФ-4947-сонли фармони. www.lex.uz.

Жаҳон стандарт талабларига мос транспорт-йўл инфратузилмасини яхшилаш ва автомобиль транспорт хизмат кўрсатиш фаолиятини тизимли ташкил қилиш, мижоз ва транспорт корхоналари муносабатларини уйғунлаштирувчи инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш усулларини татбиқ этиш мамлакат иқтисодий тараққиётини таъминлаш имконини берувчи илмий тадқиқотларни амалга оширишни талаб этмоқда. Шу жиҳатдан Ўзбекистон автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш бўйича тадқиқотларни олиб бориш бугунги куннинг долзарб масалаларидан бири ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли фармони, 2015 йил 6 мартдаги ПҚ-1446-сонли «2015-2019 йилларда муҳандислик-коммуникация ва йўл-транспорт инфратузилмасини ривожлантириш ва модернизациялаш дастури тўғрисида»ги қарори ва 2017 йил 2 декабрдаги “2018-2021 йилларда транспорт инфратузилмасини такомиллаштириш ва юк ташишнинг ташқи савдо йўналишларини диверсификациялашга доир чора-тадбирлар тўғрисидаги” ПҚ-3422-сонли қарори мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялар ривожланишининг устувор йўналишларига боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. “Демократик ва ҳуқуқий жамиятни маънавий-ахлоқий ва маданий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни шакллантириш” устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Автомобиль транспорт хизматлари бозорида инновацион фаолиятни ривожлантириш ва унда маркетингнинг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ қилиш борасида бир қатор илмий ишлар мавжуд бўлиб, бунда хорижий олимлардан А.И. Ансофф, В. Кингстон, Д.Бенсон, П. Друкер, М. Бодмер Ф. Котлер, Й. Шумпетер кабиларнинг изланишлари диққатга сазовордир⁴.

МДХ мамлакатларида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш бўйича, А.Б. Секерин, В. Романов, А.Б. Титов, Т. Шерстобитова ва бошқалар, автомобиль транспорти соҳасидаги мутахассис олимлардан З.И.Аксенова, В.П.Бычков, А.Бачурин, Н.К., И. Демьянович, В.И. Табаков, И.А. Морозова, Л.Б.Миротинлар томонидан автомобиль транспорти тизими фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш, транспорт-логистика хизматлари соҳасини ривожлантириш бўйича илмий-амалий тавсиялар ишлаб чиқилган⁵.

⁴ Ансофф И. Новая корпоративная стратегия – СПб.: Питер Ком, 2005. – 206 с.; Kingston W. The Political Economy of Innovation. The Hague/ W.Kingston. 1984.-122 p.; Бенсон Д., Уайтхед Дж. Транспортировка и доставка грузов: Пер. с англ.– М.: Транспорт, 1990,-279 с.; Друкер П.Ф. Бизнес и инновации: пер. с англ./П.Ф.Друкер. -М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007.-С. 69; Bodmer, M., All allied to fight public transport’s perceived decline: relationship marketing in Brazil, in: Anais de 1st International Conference on Public Transport Marketing,; Barcelona,2011, pp 1-12.; Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебное пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2010.– 656 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития.-М.:, Директ-Медиа. 2007, с 400.

⁵ Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник.-М.: ИНФРА-М, 2012.стр.3.; Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями.— СПб.: Питер, 2001.; Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник. — М.: Бизнес-школа Интел-Синтез, 2000.; Шерстобитова Т.И. Маркетинг инноваций: учебное пособие. - Пенза:

Мамлакатимизда маркетолог олимлардан А.Ш.Бекмуродов, М.Р.Болтабаев, М.С.Қосимова, Ш.Ж. Эргашходжаева ва Б.Д. Сафаровнинг иқтисодий эркинлаштириш ва ривожлантириш шароитида инновацион маркетинг фаолияти масалалари, шунингдек, автомобиль транспорти соҳаси мутахассисларидан М.А.Икромов, Ғ.А. Саматов, С.Салимов, Я.К.Карриева, М.Ирисбекова, М.Н. Равшанов ва Т.У.Қодировнинг автомобиль транспорти тизимида маркетинг фаолиятини ташкил этиш, бошқариш ҳамда тармоқни инновацион ривожлантиришга бағишланган тадқиқотларини алоҳида таъкидлаб ўтиш мумкин⁶.

Юқорида номлари келтирилган олим ва мутахассисларнинг илмий асарларида автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини ривожлантириш ва самарадорлигини баҳолашнинг илмий-услубий асосларини такомиллаштириш каби масалалар етарли даражада ёритилмаган. Шу сабабли, мазкур ҳолат иқтисодий тармоқлари ривожланишига мутаносиб равишда автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштиришни назарий ва услубий жиҳатдан асослаш заруриятини келтириб чиқаради.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги. Диссертация мавзуси Тошкент давлат иқтисодий университетининг А-2-38 “Марказий Осиё регионида халқаро логистикани ривожлантириш” мавзусидаги амалий лойиҳаси доирасида бажарилган (01.01.2017-31.12.2019).

Тадқиқотнинг мақсади автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш ва унинг самарадорлигини ошириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

инновацион маркетингнинг иқтисодий фаолият сифатидаги мазмуни ва моҳиятини ёритиб бериш;

издательство ПГУ, 2009. 126 с.; Аксёнова З.И., Анализ производственно-хозяйственной деятельности автомобиль транспортных предприятий.– М.:Транспорт, 1990,-48 с.; Бычков В.П. «Экономика предприятий автомобильного транспорта. – М.: «Инфра», 2010.; Демьянович И.В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг // Проблемы современной экономики, 2011. №1, С 342-346.; Табаков Н.К стратегии развития транспорта// Транспорт Российской Федерации, № 4, 2006.–С 6. Л.Б. Миротина.Транспортная логистика. М.: Транспорт, 1996.; Морозова И.А. Маркетинговое обеспечение развития инфраструктуры рынка транспортных услуг. Автореферат диссертации доктора экономических наук. Волгоград, ГОУ ВПО ВГУ, 2008. 46 с.;

⁶ Бекмуродов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Ташкент, 1993.-54с.; Болтабаев М.Р.Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси. И.ф.д. илм. дар. ол. уч. такд. эт. дисс. автореф.- Тошкент, 2005.- 36 б.; Эргашходжаева Ш.Ж.Инновацион маркетинг. – Тошкент: Чўлпон, 2014. –178 б. Қосимова М.С., Сафаров Б.Ж., Маркетингни бошқариш: Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2010.– 268 б. Икромов М., Автотранспорт иқтисоди ва бошқаруви. Ўқув қўлланма.–Т.: ТАЙИ, 2003.34-45б.; Саматов Ғ.А. Инновационное развитие автомобильного транспорта. – Т.: “Ўзбекистон Миллий энциклопедияси”Давлат илмий нашриёти, 2011.– 256с.;Салимов С.А., Автомобиль транспорти хизматлари бозорида фаолият кўрсатувчи транспорт воситаларининг таҳлили//ТАЙИ хабарномаси. №3-4, 2011 й. Б-148.;Равшанов М.Н. Йўл-транспорт мажмуаси иқтисодий салоҳияти: муаммо ва ечимлар.–Т.: М Э, 2012.-209 б. Қарриева Я.К. Ўзбекистонни жаҳон бозорига чиқиш учун халқаро йўлақлардан самарали фойдаланишнинг логистик транспорт муаммолари. Иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати.-Т., 2004.-44 б. Қодиров Т.У. Автомобиль транспорти рақобатдошлиги: ташкилий-иқтисодий механизмлар.Монография. – Т.: Янги аср авлоди, 2013. –234 б.

автомобиль транспорти тизимида инновациони маркетингнинг илмий-услубий асосларини ўрганиш;

автомобиль транспорти хизматлари бозори ривожланиши ҳолатининг таҳлили ва унинг иқтисодий ўсишдаги ўрнини баҳолаш;

Ўзбекистон автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш ҳолатини таҳлил қилиш ва баҳолаш;

автомобиль транспорти тизимида инновацион хизматларни тижоратлаштиришнинг умумий механизмини ишлаб чиқиш;

автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш услубиятини такомиллаштириш;

автомобиль транспортида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини тавсифловчи мезонларни аниқлаш ва уни баҳолашнинг услубий таъминотини яратиш;

автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш асосида иқтисодий самарадорликни оширишдан иборат.

Тадқиқотнинг объекти сифатида Ўзбекистон автомобиль транспорти хизматлари бозори ва хўжаликлари фаолияти олинган.

Тадқиқотнинг предмети автомобиль транспорти хизматлари бозорида инновацион маркетинг фаолияти ва уни такомиллаштириш билан боғлиқ муносабатлар ҳисобланади.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқот жараёнида тизимли ёндашув, статистик кузатиш, анкета сўровнома, дала ва кабинет тадқиқот усуллари, эксперт баҳолаш, таққослаш, статистик гуруҳлаш, танланма кузатиш, корреляцион-регрессион таҳлил усулларидадан фойдаланилган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

автомобиль транспорти тизимида “янги транспорт воситалари, ташиш технологиялари ва сервис хизматларини қўллашга асосланган” инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштиришнинг иқтисодий механизми такомиллаштирилган;

автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш услубиятининг кўрсаткичлар тизими ва алгоритмик асоси такомиллаштирилган;

автомобиль транспортида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини тавсифловчи ижтимоий, иқтисодий, молиявий, маркетинг, бошқарув, техник-эксплуатацион, экологик, эргономик ва хавфсизлик мезонлари гуруҳи ишлаб чиқилган;

автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини техник-эксплуатацион параметрнинг ўзгариши ҳисобига аниқлаш услубияти таклиф этилган.

Тадқиқотнинг амалий натижаси қуйидагилардан иборат:

инновацион ва анъанавий маркетинг воситалари асосида маҳсулотни силжитиш позициясини белгиловчи матрица ишлаб чиқилган;

транспорт хизматлари бозоридаги ўзгаришларга тезкор жавоб бериш, хизмат кўрсатиш жараёнини назорат қилиш ва экспресс баҳолаш имконини

берувчи инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш алгоритми таклиф этилган;

автомобиль транспорти хизматлари кўрсатишда инновацион маркетингни қўллаш самарадорлигини баҳолаш услубияти ишлаб чиқилиб “Ўрта Осиё Транс” АЖ фаолиятида қўлланилган.

Олинган натижаларнинг ишончлилиги қўлланилган ёндашув ва усулларнинг мақсадга мувофиқлиги, назарий маълумотлар расмий манбалардан олинганлиги, берилган илмий-назарий таклиф ва тавсиялар амалда синовдан ўтказилганлиги, ишлаб чиқилган моделларнинг амалиётга жорий этилганлиги ва натижаларнинг давлат томонидан тасдиқланганлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти, автомобиль транспорт корхоналари рақобат устунлигини яратишда инновацион маркетинг ва иқтисодий салоҳиятини мустаҳкамлаш стратегиясини ишлаб чиқиш, ресурслардан самарали ва мақсадли фойдаланиш, мутасадди ташкилотларнинг дастурий ва ташкилий фаолиятини йўлга қўйишда фойдаланиш мумкин. Таклиф этилган услубий воситаларни кенг қўллаш транспорт соҳасининг тармоқлараро инновацион ривожланиш стратегиялари ва маркетинг дастурлари ҳамда ахборот базаларини шакллантириш учун хизмат қилади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти шундан иборатки, диссертация ишининг асосий ғоя ва материалларидан транспорт корхоналарида истиқболли маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш, ҳудудий ва мамлакат транспорт салоҳиятини ошириш борасида қабул қилинаётган қарорлар ҳамда автомобиль транспорт фаолияти муаммоларига оид илмий изланишларни олиб бориш, транспорт тизимида кадрларни ўқитиш, малакасини ошириш ва қайта тайёрлашда фойдаланиш мумкин.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш бўйича олинган илмий натижалар асосида:

автомобиль транспорти тизимида янги транспорт воситалари, ташиш технологиялари ва сервис хизматларини қўллашга асосланган инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштиришнинг иқтисодий механизмини такомиллаштириш бўйича берилган таклифлар Ташқи савдо вазирлиги қошидаги “Ўрта Осиё Транс” АЖнинг фаолиятига жорий этилган (“Ўрта Осиё Транс” АЖнинг 2017 йил 16 сентябрдаги 09/10-27-сонли маълумотномаси). Ушбу инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштиришнинг иқтисодий механизмини қўллаш транспорт хизмати кўрсатиш бозори ҳолатини ўрганиш ва унда инновацион маркетингни ташкил этишдаги асосий йўналишларни белгилаб олиш, шунингдек, инновацион транспорт хизматларини баҳолаш, истеъмолчиларга муносиблигини илмий асослаш, сегментларга ажратиш ва яратилган инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш имконини берди.

автомобиль транспорти корхоналарида инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш услубиятининг кўрсаткичлар тизими ва алгоритмик асосини такомиллаштириш бўйича ишлаб чиқилган таклифлар Ташқи савдо вазирлиги

қошидаги “Ўрта Осиё Транс” АЖнинг фаолиятига жорий этилган (“Ўрта Осиё Транс” АЖнинг 2017 йил 16 сентябрдаги 09/10-27-сонли маълумотномаси). Мазкур янгиликни амалиётга жорий этиш натижасида “Ўрта Осиё Транс” АЖда инновацион маркетинг фаолияти етарли даражада эмаслиги аниқланди ва инновацион маркетинг фаолияти самарали йўлга қўйилди. Шунингдек, ушбу илмий янгилик маркетинг бошқарувини замон талаби даражасида ташкил этиш ва транспорт хизмати кўрсатишни 2017-2021 йиллардаги ривожлантириш стратегияларини белгилашда муайян даражада хизмат қилади.

автомобиль транспортида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини тавсифловчи иқтисодий, ижтимоий, молиявий, маркетинг, бошқарув, техник-эксплуатацион, экологик, эргономик ва хавфсизлик мезонлари гуруҳи бўйича ишлаб чиқилган таклифлар Ташқи савдо вазирлиги қошидаги “Ўрта Осиё Транс” АЖнинг фаолиятига жорий этилган (“Ўрта Осиё Транс” АЖнинг 2017 йил 16 сентябрдаги 09/10-27-сонли маълумотномаси). Автомобиль транспортида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини тавсифловчи мезонлар ва уларни ифода этувчи кўрсаткичлар гуруҳини амалиётга татбиқ этиш, инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини аниқлаш услубиётидан бевосита фойдаланиш имкониятини яратиб, корхоналарни ривожлантириш самарадорлик мезонлари хусусиятидан келиб чиқиб, қарорлар қабул қилишга хизмат қилди.

автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини техник-эксплуатацион параметрларининг ўзгариши ҳисобига аниқлаш услубияти Ташқи савдо вазирлиги қошидаги “Ўрта Осиё Транс” АЖнинг фаолиятига жорий этилган (“Ўрта Осиё Транс” АЖнинг 2017 йил 16 сентябрдаги 09/10-27-сонли маълумотномаси). Ушбу илмий янгилик асосида “Ўрта Осиё Транс” АЖ фаолиятида инновацион маркетингни жорий қилиш эвазига техник эксплуатацион кўрсаткичлари 3-4 %га яхшиланди ва улардан самарали фойдаланиш натижасида ялпи даромад 17 %га оширилди.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Мазкур тадқиқот натижалари, 5 та халқаро ва 10 та республика илмий-амалий анжуманларида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши. Диссертация мавзуси бўйича 25 та илмий иш, шундан 8 та ОАК эътироф этган маҳаллий журналларда, 2 та халқаро журналларда мақола, 5 та халқаро ва 10 та республика илмий-амалий конференцияларида маъруза тезислари чоп этилган.

Диссертациянинг ҳажми ва тузилиши. Диссертация кириш, учта боб, 9 та параграф, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган бўлиб, унинг умумий ҳажми 145 бетдан иборат.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида ўтказилган тадқиқотларнинг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари ҳамда объект ва предмети тавсифланган, республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, тадқиқотнинг илмий янгилиги ва амалий натижалари баён этилган, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти

изоҳлаб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий қилиниши, нашр этилган ишлар ва диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг «**Автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятининг илмий-назарий асослари**» деб номланган биринчи бобида бозор иқтисодиёти шароитида инновацион маркетингнинг иқтисодий фаолият сифатидаги мазмун-моҳияти, автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг аҳамияти ва унинг ўзига хос хусусиятлари, шунингдек, автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг концепцияси ишлаб чиқилган ва инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этишга таъсир қилувчи омиллар тизимли таснифланиб, муаллиф ёндашувлари баён этилган.

Диссертацияда муаллифнинг назарий тадқиқотлари натижасида бир қатор методологик ёндашувлар шакллантирилган. Бугунги кунда “Инновацион маркетинг” - маркетинг фаолиятида янги пайдо бўлган йўналиш ҳисобланиб, маҳсулот ва хизматларни такомиллаштириш, ишлаб чиқариш технологияларни жорий қилиш ҳамда ушбу инновацион ғояни тижоратга тайёрлашни амалга оширади. Инновацион маркетингнинг асосий мақсади инновацияларни бозорга киритиш стратегиясини ишлаб чиқиш ва янги маҳсулотни бозорда мустақам ўрин эгаллашини таъминлаш ҳисобланиб, анъанавий маркетингдан фарқли равишда инновацион маркетинг воситалари бозорни тадқиқ этиш, кузатиш, конъюнктурасини таҳлил қилиш, талабни шакллантириш, истеъмолчилар хулқ-атвори бўйича бозор сегментларини ишлаб чиқишга асосланади.

Хизмат кўрсатишда эса “инновацион маркетинг”, айирбошлаш натижасида янгиликларга эҳтиёжни қондириш орқали фойда олишга йўналтирилган инсон фаолияти мажмуи тушунилади. Бу фаолият янгиликларга эҳтиёжни аниқлашдан тортиб янги инновацион хизматларни яратиш, бозорга кириб бориш, хизматларнинг ҳаётийлик даври, амалиётга қўллаш, инновацион хизматларни сотиб олиш учун харидорлар қизиқишини ошириш, янгиликларга бўлган талабни ва уларнинг яратилиш истиқболларини аниқлаш каби вазифаларни ўз ичига олади.

Диссертацияда кўриб ўтилган хориж ва мамлакатимиз олимларининг инновацион маркетингга берган таъриф ва тавсифларини таҳлил қилиш асосида улар томонидан асосан инновацион маҳсулотни бозорга силжитиш билан боғлиқ маркетинг фаолият нуқтаи назардан ёндашилганлиги аниқланган. Маркетингни иқтисодий фаолияти сифатида ўзини олиб кўрилганда унда қўлланилувчи янги восита ва усуллар ҳам инновацион фаолият бўлиб юзага чиқади. Назарий мулоҳазалардан келиб чиқиб, муаллифнинг фикрича, “Инновацион маркетинг – янги ғояларни излаш, маҳсулотларни яратиш ва амалдаги маҳсулотни такомиллаштириб бориш ҳамда инновацион технологиялар ёрдами- да тижоратлаштиришга йўналтирилган фаолият” деб таъриф берилган.

Инновацион маркетингнинг бугунги кундаги энг зарур воситаларини қўллай билиш ва амалиётга жорий этиш автомобиль транспорти корхоналарининг рақобат устунлигини таъминлайди, уларнинг бозорда муваффақиятга эришишига ёрдам беради. Шу жиҳатдан, автомобиль транспорти корхоналари-

нинг кескин рақобат шароитига самарали мослашиш имконини берувчи инновацион маркетинг технологияларини жорий этиш йўллари кўрсатилган. Шунингдек, транспорт фаолиятига қаратилган инновацион маркетинг концепциясининг асосий ташкил этувчилари илмий жиҳатдан асосланган.

Автомобиль транспорти хизматида инновацион маркетинг фаолияти эса - истеъмолчиларнинг транспорт хизматларига бўлган эҳтиёжини мумкин қадар тўлиқ қондириш билан боғлиқ инновацион фаолияти ҳамда транспорт-логистика хизматларини инновацион йўллар билан тижоратлаштиришга қаратилган маркетинг тадбирлари мажмуаси ҳисобланади.

Автомобиль транспорти корхоналари томонидан инновацион маҳсулотлар ёки ғоя ишлаб чиқиш, энг аввало, хизмат кўрсатиш жараёнини такомиллаш-тириш имкониятлари ва масалалари билан эмас, балки янги транспорт хизматининг қайси жиҳатлари истеъмолчилар учун кўпроқ аҳамиятга эга эканлиги ҳамда уларнинг хоҳишларини ўрганиш натижалари билан белгиланади. Инновацион транспорт хизматини муваффақиятли тижоратлаш-тириш учун маркетинг тадбирларини босқичма-босқич амалга ошириш жараёни таклиф этилган (1-расм).



1-расм. Автомобиль транспортида инновацион хизматларни тижоратлаштиришнинг маркетинг тадбирлари⁷

Автомобиль транспорти хизмати бозорида инновацион маркетингни қўллаш зарурияти, унинг ўзига хос хусусиятларини очиб бериш ва инновацион

⁷ Муаллиф ишланмаси.

маркетинг концепциясини амалга ошириш бўйича тадқиқотларни олиб бориш, тармокнинг узок муддатли инновацион фаолиятини йўлга қўйиш, инвестиция сиёсати, истеъмолчиларга сифатли хизмат кўрсатиш ва уни қондириш бўйича стратегияни ишлаб чиқиш ҳамда истиқболли ривожлантириш режасини ишлаб чиқишга асос бўлади. Инновацион маркетингнинг услубий асосларини ишлаб чиқиш эса, инновацион фаолият ва инновацион маркетинг фаолиятига таъсир қилувчи омилларни ўрганиш ҳамда тизимли таснифлашни тақозо этади.

Автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг омиллари – автомобиль транспорти хизматларини силжитиш билан боғлиқ маркетинг фаолиятига бир марта ва доимий сабаб бўлувчи ходисалар мажмуидир. Диссертацияда автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг фаолиятига таъсир қилувчи омилларини тўртта даражага ва ҳар бир даражада табиий учрашига кўра омиллар тизимлаштирилди, булар: мега, макро, мезо, микро даражадаги ва ҳар бир даражада табиий учровчи омилларга кўра таснифланган.

Автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг фаолиятига таъсир қилувчи омилларини иерархик тизимлаштиришдан асосий мақсад, айниқса, умумтранспорт ва унинг тармоқ бозорларида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва омилларни самарали баҳолаш бўйича ёндашувларда услубий асос сифатида фойдаланиш таклифи киритилган.

Муаллифнинг фикрича, Ўзбекистон автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш орқали иқтисодиёт тармоқларида сифатли ва рақобатдош маҳсулот ишлаб чиқариш, транспорт хизматларига бўлган эҳтиёжни етарли даражада қондириш, ушбу соҳада инновацион фаолиятни янада такомиллаштиришнинг асоси ҳисобланади.

Диссертациянинг «**Автомобиль транспорти хизматлари бозорининг ривожланиш ҳолати тахлили ва унда инновацион маркетингни қўллаш истиқболлари**» номли иккинчи бобида автомобиль транспорти хизматлари бозорининг ривожланиш ҳолати, инновацион маркетингни қўллаш ва инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш борасидаги мавжуд муаммолар аниқлаган.

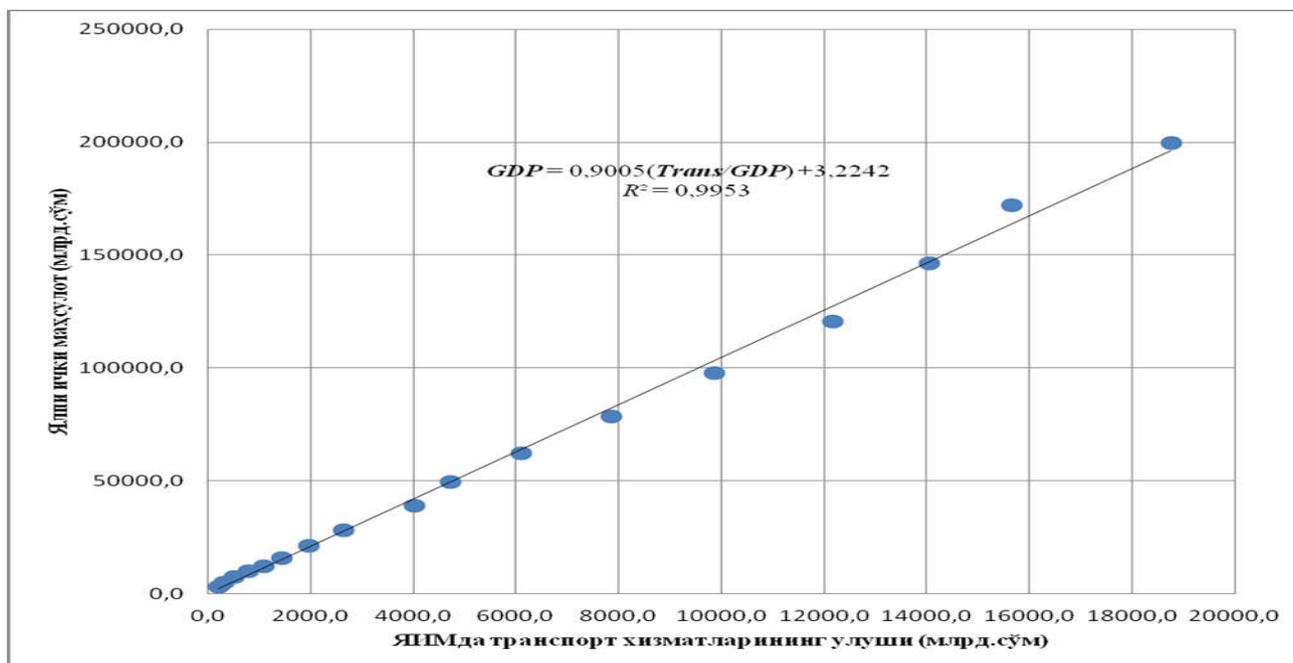
Ўзбекистон иқтисодиётининг инновацион ривожланишида транспорт тизими етакчи мавқега эга бўлиб, ижтимоий-иқтисодий тараққиёт даражасини юксалтиришда асосий тармоқлардан бири ҳисобланади.

Транспорт хизматлари ривожланишининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 1 фоизга ортиши республика ЯИМ ҳажмини кўшимча равишда 0.9 ёки қариб 1 фоиз ортишига олиб келади. Мазкур фикрнинг исботини қуйидаги корреляцион боғланиш графигида ҳам кўриш мумкин (2-расм).

Унга кўра, $GDP = 0.9005(Trans/GDP) + 3.2242$ бўлганда $R^2 = 0,995$, $n=17$ ва $F=3169.32$ бўлади. Шу боисдан, миллий иқтисодиётимиз барқарорлиги ва халқаро глобаллашувида транспорт хизматлари доимий рағбатлантирувчи восита сифатида ўз тасиғини топган.

Мустақиллик йилларида транспорт тизимининг натурал кўрсаткичлардаги иш ҳажмининг ўсиш суръатлари унинг ялпи ички маҳсулот таркибида улуши ўсиш суръатларидан бир мунча ортда қолган эди. Бундан кўриниб

турибдики, тармоқ корхоналарида замонавий ҳаракат воситалари билан етарли даражада таъминланмаганлик ҳамда улардан фойдаланиш унумдорлигининг пастлиги соҳанинг рақобатдошлигига салбий таъсир этибгина қолмай, хизмат кўрсатиш таннархи ва баҳосининг ошиши, шунингдек, иқтисодиётда яратилаётган маҳсулот ва хизматлар таннархида транспорт ташкил этувчисининг юқори даражада бўлиб қолишига ҳам сабаб бўлмоқда.



2-расм. Ўзбекистонда ЯИМ ва унинг таркибидаги транспорт хизматларининг ўзаро корреляцион боғланиш графиги⁸.

Автомобиль транспортда 2016 йил умумий ташилаётган юкларнинг 92 фоизи, йўловчиларнинг 98,5 фоизи ташилган. Ялпи ички маҳсулот ҳажмида транспортнинг улуши 10 фоиз атрофида бўлса, шунинг 65-70 фоизи автомобиль транспорти ҳиссасига тўғри келади.

Ўзбекистон Республикасида фаолият юритаётган автомобиль транспорти корхоналарининг сони 2017 йилга келиб, 2001 йилга нисбатан эса 88 фоизга ошган. Мамлакатимизда сўнгги йилларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш борасида амалга оширилаётган ислохотлар натижасида хусусий автомобиль транспорти корхоналари улуши 90,0 фоиздан 96,5 фоизга етган. Автомобиль транспорт хизмати билан фаолият юритувчи корхоналар 2017 йилда 7780 тани ташкил этиб, уларнинг 79 фоизи кичик корхона ва микрофирмалардир.

Автомобиль транспорти хизмати кўрсатиш бозорида улуши ортиб бораётган хусусий ташувчилар транспорт хизмати бозорига тез мослашувчан бўлиб, уларнинг ихтиёридаги автомобилларнинг 85-90 фоизини айнан кичик тоннали ва магистрал юк автомобиллари, шунингдек, эксплуатация муддати анча катта бўлса ҳам, йўловчилар учун қулайлиги бир мунча яхши бўлган хорижий русумдаги микроавтобус ва магистрал автобуслар ташкил этади. Мамлакат автомобиль транспортда ташиладиган юклар умумий юк

⁸ Муаллиф ишланмаси

ҳажмининг 92,0 фоиздан кўпроғини ташкил этиб, унинг аҳамияти халқаро иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши натижасида тобора ортиб бормоқда.

Мамлакатимиз иқтисодиётининг барча тармоқларида яратилаётган инновацион маҳсулотлар ҳажмининг ошиб бориши унинг қўллаш имконияти кенглигини ифодалайди. Инновацион маҳсулотларни ишлаб чиқаришда иқтисодиётнинг тармоқлар кесими бўйича таҳлил қилсак, охириги ўн йилликда саноат соҳасида яратилаётган инновациялар умумий инновацияларнинг 85-90 фоизини ташкил этади. Транспорт ва алоқа соҳаларида ҳам инновациялар улушида ижобий ўзгариш бўлиб, биргина 2016 йил транспортда ташиш ва сақлаш хизматлари бўйича 75 та корхона 129460,6 млн. сўмлик инновация яратишда иштирок этган. Булардан, автомобиль транспортида юк ташиш хизматларида 28 та корхона 16819,0 млн. сўмлик, темир йўл транспортида юк ташиш хизматида 1 та корхона 717,6 млн. сўмлик, такси хизматларида 10 та корхона 5252,2 млн. сўмлик, ҳаво транспортида 1 та корхона 90448,6 млн. сўмлик, шаҳар ва шаҳар атрофида йўловчи ташиш хизматида 8 та корхона 1720,7 млн. сўмлик инновацион маҳсулот яратилган бўлса-да, қолаган қисми ташишни ташкил этиш ва сақлаш хизматлари ҳиссасига тўғри келади.

Умуман, инновацияларни яратиш ва уларни тижоратлаштиришда маркетингни ўрнини алоҳида таъкидлаб ўтиш керак. Маркетинг соҳасидаги инновацияларни яратишда ҳам охириги ўн йилликда сезиларли даражада ишлар амалга оширилди. Республикамизда яратилаётган инновацион ишланмалар таркиби бўйича таҳлил қилсак, технологик ва ташкилий инновацияларга нисбатан маркетинг инновациялари ҳажми етарли даражада эмас, шунингдек, маркетингдаги инновацион ишланмаларни корхоналар сонига нисбатан олсак, ижобий баҳо бера олмаймиз. Жумладан, 2010 йилда биргина корхонанинг ўзи 32 та маркетинг инновациясини жорий этган бўлса, ушбу кўрсаткич 2016 йилга келиб 20 та корхона 51 та маркетинг инновацияларни яратишга эришган. Маркетинг инновацияларни жорий қилган корхона ва ташкилотлар сонига нисбатан ушбу кўрсаткич 2010 йилга нисбатан ошиб боришини кузатиш мумкин. Аммо яратилаётган маркетинг инновациялари алоқа ва ахборот хизматлари, фармацевтика саноати, савдо ва қурилиш, транспортда ташиш ва сақлаш хизматлари соҳасида жорий қилинган, холос. Транспорт хизматларида эса, 2015 йил ҳаво транспорти соҳасидаги хизматларида битта “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК томонидан, 2016 йилда ҳам тижорат банклари томонидан авиа чипталарни харид қилишга доир маркетинг инновациялари яратилган.

Ваҳоланки, мустақилликнинг илк кунлариданоқ миллий транспорт тизимини яратиш ва уни такомиллаштириш чора-тадбирлари амалга ошириб келинаётган бўлса-да, маркетинг ва уларда инновацияларни жорий этиш қийин кечмоқда. Автомобиль транспортида юк ва йўловчи ташиш тизимнинг асосий бўғини бўлиб, ҳозирги кунгача атиги битта маркетинг инновациясини жорий этиш билан чекланиб қолинган. Бугунги кунга келиб, 7 мингдан ортиқ автомобиль транспорти хизматлари билан фаолият юритаётган хўжаликлар мавжуд бўлиб, уларда жорий қилинган бир дона маркетинг инновациясига нисбатини олиб кўрсак, соҳада маркетинг фаолияти жорий этилмаган деган хулосага келамиз. Сабаби, хўжалик фаолиятида маркетинг ва бошқарув

соҳасидаги мутахассислар, уларга етарлича шароит ва рағбат ҳамда транспорт соҳасида инновацияларни яратувчи бирор бир тадқиқот муассасасининг мавжуд эмаслиги билан изоҳлаш мумкин.

Сўнгги йилларда Ўзбекистон автомобиль транспорти тизимида инновацион фаолиятни ташкил этиш ва ташиш жараёнларида замонавий ахборот технологияларини жорий этиш, инновация фаолиятини ривожлантиришни қўллаб-қувватлашнинг меъёрий-ҳуқуқий базаси, солиқ ва божхона масалаларини тартибга солиш, технологиялар трансфери ва интеллектуал бозорни шакллантириш, транспорт тизимини рағбатлантириш учун имтиёзли кредитлаш ва молиялаштириш каби зарур механизмларни жорий этишда маркетингнинг инновацион технологиялари орқали амалга ошириш заруриятини келтириб чиқармоқда.

Транспорт инфратузилмаси ва иқтисодиётимизнинг бошқа жабҳаларида инновацион ишланмаларни яратиш, яратилган энг илғор технологияларни кенг жорий этиш нафақат ички, балки ташқи бозорда ҳам рақобатдош ҳамда харидоргир маҳсулотлар кўпайишига олиб келиши мамлакатимиз иқтисодиёти ривожланишига ҳам хизмат қилади.

Транспорт хизматини самарали тижоратлаштириш, аввало, транспорт корхоналари ва шу билан бирга йўл инфратузилмаси ҳамда истеъмолчилар, яъни иқтисодиётнинг бошқа тармоқларининг инновацион ривожланиши билан боғлиқ. Республикамиздаги транспорт хизматлари соҳасида инновацияларни жорий этиш ва тижоратлаштириш масалалари ривожланишининг қийин кечишини таҳлилларга таянган ҳолда қуйидаги сабабларни келтиришимиз мумкин:

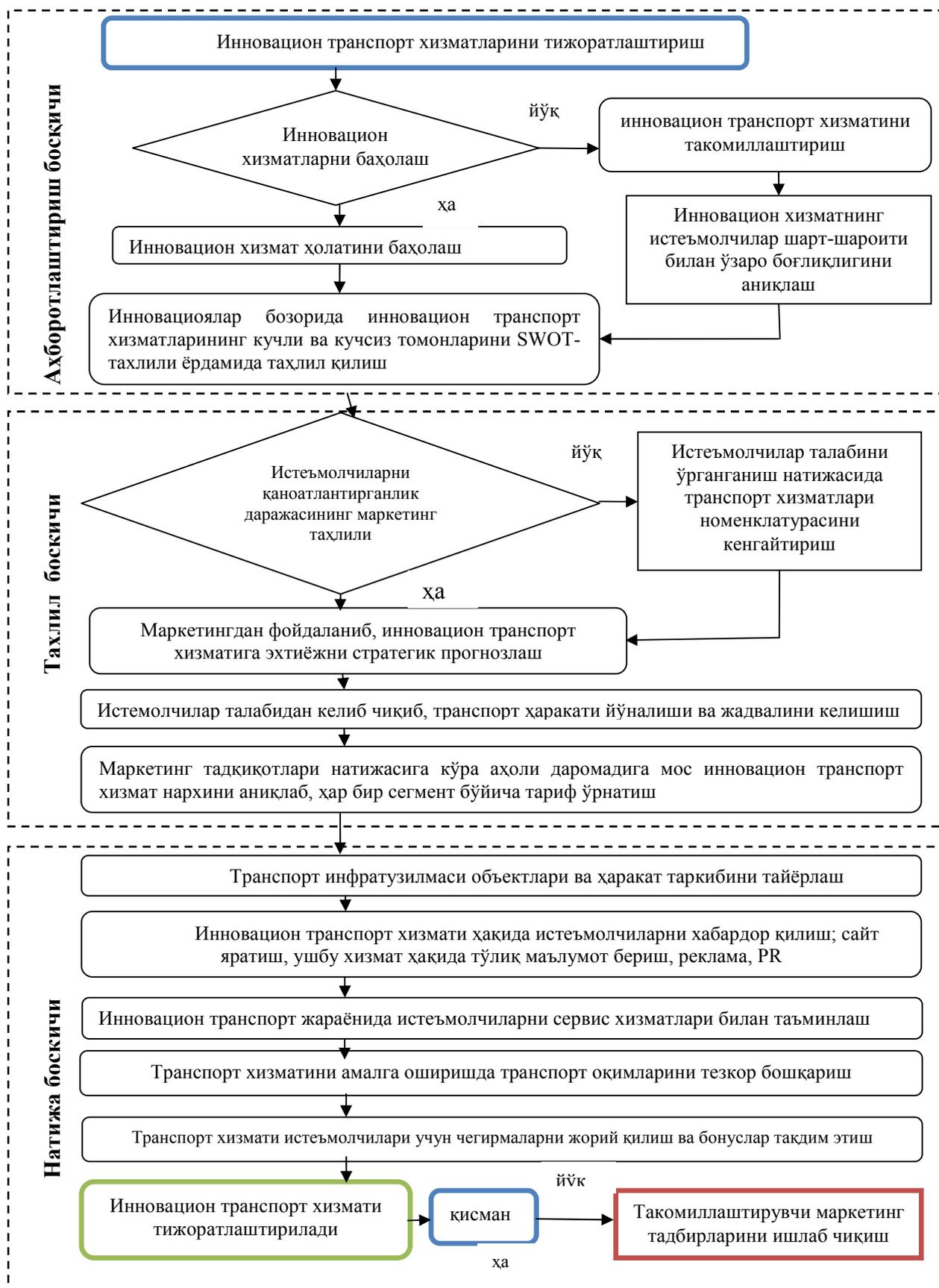
ҳалқаро транспорт хизмати билан фаолият юритувчи корхоналарнинг рақобатдошлик даражаси юқори бўлмаганлиги сабабли Эрон, Туркия, Россия ва Қозоғистон республикасининг транспорт компаниялари мамлакатимиздаги экспорт ва импорт юқларининг асосий қисмини ташийди. Шу боисдан, миллий транспорт операторларининг рақобатдошлигини юқори бўлмаганлигига уларга нисбатан транспорт воситалари ва ташиш технологияларининг қимматлиги;

ёқилғи - мойлаш материалларининг нархи юқори;

ҳаракатдаги транспортларнинг жуда катта қисми хизмат кўрсатиш муддатини ўтаб бўлган, Евро-3, Евро-4 ва Евро-5 талабларига жавоб бермайди;

мижозларга йўналтирилган транспорт-логистика хизматларини амалга оширишда бошқарувнинг янги усулларида фойдаланмаслик ва инновацион маркетинг технологиялари қўлланилмаётганлигини кўрсатиб ўтишимиз мумкин.

Юқоридаги муаммолардан келиб чиқиб, автомобиль транспортида инновацион хизматларни тижоратлаштириш тизимини такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари белгилаб олинди. Шунингдек, миллий операторларининг инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш борасидаги асосий муаммоларидан бири уларнинг етарли услубий таъминотга эга эмаслигидир, албатта. Шу аснода, автомобиль транспорти тизимида инновацион маҳсулот ва хизматларни мақсадли тижоратлаштириш, истеъмолчиларга мувофиқлигини баҳолаш бўйича уч поғонали алгоритм таклиф этилди (3-расм).



3-расм. Иновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш алгоритми⁹

⁹ Муаллиф ишланмаси.

Автомобиль транспортида инновацион хизматларни яратиш ва тижоратлаштиришда авваламбор, республикамизда инновацион фаолиятни ривожлантиришга эътибор ва уларни амалиётга жорий этишнинг ривожланиши билан боғлиқ бўлиб, барча соҳада яратилаётган илмий ишланмаларнинг пировардида намоён бўлади. Инновацион маҳсулотларни тижоратлаштиришда инновацион маркетингдан фойдаланиш ва инновацион жараёнларни самарали бошқаришда ривожланган мамлакатлар тажрибаси муҳим аҳамиятга эга. Автомобиль транспорти тизимида инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш борасидаги муаммолар ўз ечимини топишида, биринчи навбатда, соҳада инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва уни такомиллаштириш, умумтранспорт бозорида хизматлар сифатини ошириш ва рақобат муҳитини янада яхшилаш каби чора-тадбирларни амалга ошириш муҳим аҳамият касб этади.

Диссертациянинг учинчи боби «**Автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштириш йўллари**» деб номланиб, унда автомобиль транспорти корхоналарида инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш услубияти ва ривожлантириш концепцияси ишлаб чиқилган, шунингдек, инновацион маркетинг самарадорлигини тавсифловчи мезон ва кўрсаткичлар тизимлаштирилиб, автомобиль транспорти хизмати кўрсатишда инновацион маркетинг самарадорлигини баҳолаш бўйича услубий таъминот яратилган ва баҳолаш натижасида иқтисодий самарадорликни ошириш борасида таклифлар тайёрланган.

Автомобиль транспорт тизимида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этишда, аввало, транспорт корхоналари инновацион ташиш технологиясига эга бўлиши, хизмат кўрсатиш жараёнида инновацион маҳсулот ёки хизматларни яратиш ҳамда инновацион усуллар орқали силжитиш масалаларидан иборат дастур амалга оширилиши керак.

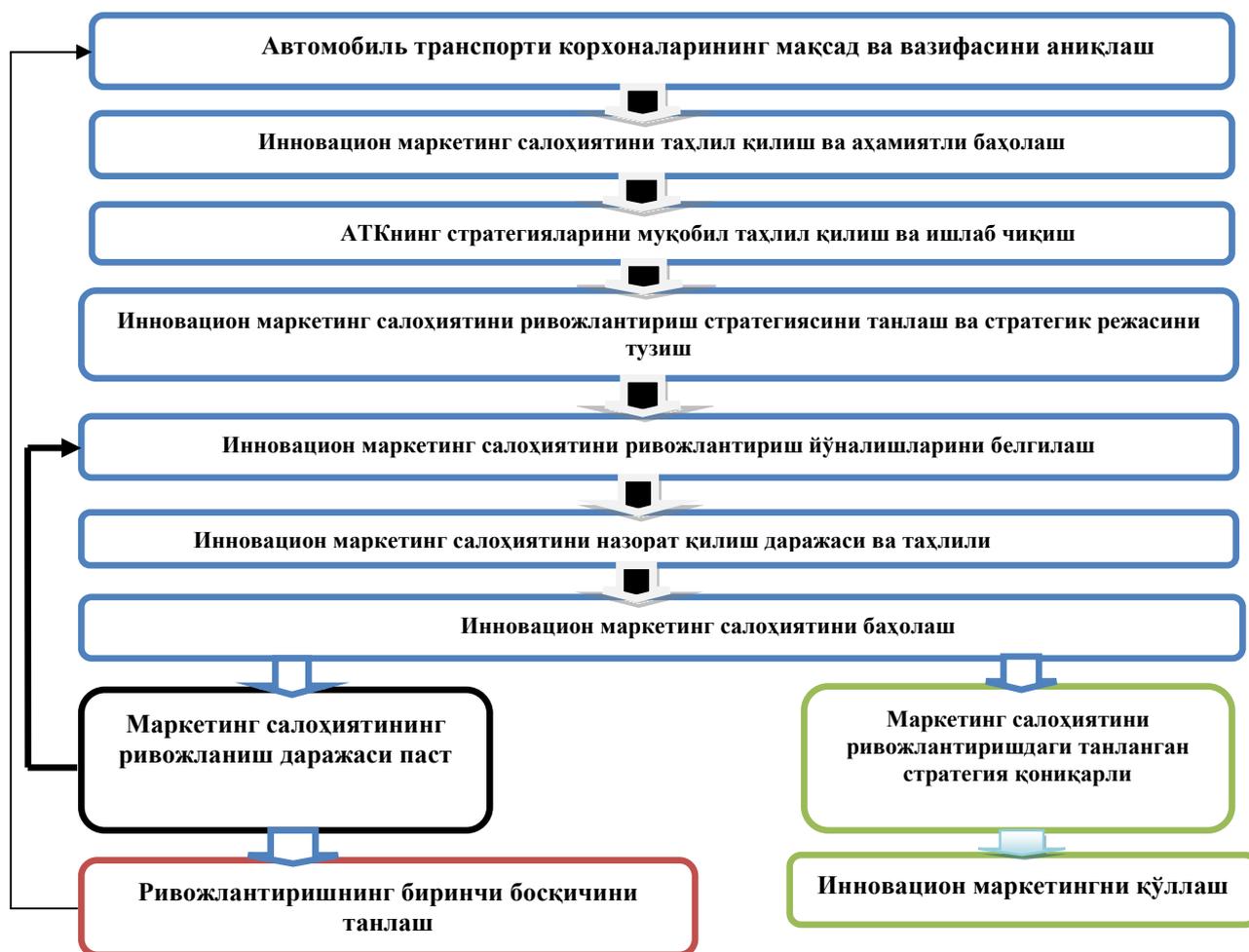
Автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг салоҳиятини тадқиқ этмай, транспорт хизматларини тижоратлаштириш имкониятларини аниқлашнинг иложи йўқ, албатта. Шу боисдан, автомобиль транспорти хизматларини кўрсатишда инновацион маркетинг салоҳиятини тадқиқ қилиш ва баҳолаш, шунингдек, уни шакллантирувчи омилларни ўрганиш ва ривожлантириш муаммоларини тадқиқ қилиш муҳимдир. Автомобиль транспорти корхоналарининг маркетинг салоҳиятини баҳолаш ва ривожлантириш механизмининг умумий кўриниши (4-расмда) келтирилган.

Автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг салоҳиятини қуйидаги формула орқали баҳолаш таклиф этилди:

$$P = f1 (P1, P2, P3, P4, P5) \quad (1)$$

бу ерда: **P1** - АТКнинг инновацион салоҳиятини; **P2** - АТКнинг моддий ресурслар салоҳияти; **P3** - АТКнинг инсон ресурслари салоҳияти; **P4** - АТКнинг ахборот ресурслари салоҳияти; **P5** – АТКнинг маркетинг воситалари салоҳияти.

Муаллифлик нуқтаи назардан бу формула ёрдамида транспорт корхоналарининг инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш билан бирга барча иқтисодий кўрсаткичларни ижобий натижада ифодалаш ҳамда синергетик самарадорликка эришишга мувофиқлигини келтириб ўтишимиз мумкин.



4-расм. Автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш ва ривожлантириш механизми¹⁰

Бугунги кунда автомобиль транспорти тизимида маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш ҳамда унинг самарадорлигини тадқиқ қилиш ва баҳолаш услубий база билан етарли даражада таъминланмаганлигини кўришимиз мумкин. Айниқса автомобиль транспорти хизматлари бозорида инновацион маркетинг фаолиятини самарали ташкил этишга унинг самарадорлигини баҳолаш бўйича маълум услубиятлардан фойдаланмай кўзланган натижага эришиш мумкин эмас. Диссертацияда автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг самарадорлигини баҳолашда ўзига хос мезонлар танлаб олинди. Бу мезонлар айнан, автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг самарадорлигини баҳолаш бўйича замонавий услубий таъминотни шакллантиришда замин яратди. Автомобиль транспорти хизматлари бозорида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини тавсифловчи мезонлар унинг хусусиятига кўра танлаб олинади ва тизимлаштирилди (1-жадвал).

1-жадвал

Автомобиль транспортида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини тавсифловчи мезон ва кўрсаткичлар тизими¹¹

¹⁰ Муаллиф ишланмаси.

¹¹ Муаллиф ишланмаси.

№	Мезонлари	Мезонлар кўрсаткичи
1.	Техник-эксплуатацион	Автомобиль транспорти корхонасининг техник, технологик ва иқтисодий хусусиятларини ўзида акс эттириб, транспорт воситасини тўғри танлаш, улардан самарали ишлатишни тавсифлайди.
2.	Иқтисодий	Мавжуд асосий фондлар ва айланма маблағлардан оқилона фойдаланган ҳолда автомобиль транспорти корхонасининг транспорт-логистика хизматлари кўрсатиш ҳажми ҳамда ундан олинадиган иқтисодий самарани ифодалайди.
3.	Ижтимоий	Аҳолига сифатли ва арзон транспорт хизматларини кўрсатиш, транспорт воситасининг шинамлиги ва у бажарадиган юмушларнинг жамият учун зарурлик даражасини тавсифлайди.
4.	Молиявий	Автомобиль транспорти корхонасининг ўз фаолиятини молиялаштириш салоҳиятини ифодалаб, фаолияти учун зарур молиявий ресурслар билан таъминланганлиги, тўлов қобилияти ва молиявий мустаҳкамлигини тавсифлайди.
5.	Маркетинг ва бошқарув	Аҳолини транспорт хизматларига бўлган эҳтиёжини инновацион усуллар ёрдамида қондириш билан боғлиқ маркетинг фаолияти ва транспорт хизмати кўрсатиш фаолиятидаги бошқарув қарорлари самарадорлигини тавсифлайди.
6.	Экологик	Транспорт хизмат кўрсатиш жараёнида ташишнинг экологик тозаллиги, унинг атроф-муҳит ва инсон саломатлигига зарарли таъсирининг камлигини ифодалайди.
7.	Эргономик	Транспорт хизмат кўрсатиш жараёнида санитар-гигиеник талабларга мослиги, шунингдек, антропометрик, физиологик ва психологик талабларини тўлақонли ифода этиши.
8.	Хавфсизлик	Транспорт хизмати кўрсатишда йўловчи ва транспорт воситаси ҳаракатининг хавфсизлиги, экологик ва ташиш хавфсизлигини ифодалайди.

Самарадорликни баҳолаш услубияти автомобиль транспорти корхоналари фаолиятини инновацион ривожлантириш, транспорт хизматлари бозорини комплекс тадқиқ қилиш ва инновацион фаолият йўналишларини аниқлаш, транспорт корхоналарида инновацион фаолият ва маркетинг салоҳиятини ошириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш, ҳудуд ёки мамалакат транспорт тизимининг истиқболли стратегиялари бўйича бир қатор қарорларни қабул қилиш имконини беради. Танланган мезонлар автомобиль транспорти хизмати кўрсатишда инновацион фаолиятнинг энг муҳим баҳолаш мезонларини ифода этиб, барча кўрсаткичларни самарали баҳолаш тизимига олиб келиб, транспорт хизматлари бозорида инновацион транспорт хизматларини йўлга қўйиш ёки базис транспорт хизматлари кўрсатишни объектив аниқлаш имконини беради.

Инновацион маркетинг самарадорлигини баҳолаш учун халқаро автомобиль транспортида хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи “Ўрта Осиё Транс” АЖ фаолияти тадқиқот объекти сифатида танлаб олинди. Анкета сўрови корхонанинг фаол аъзолари, раҳбар ва унинг ўринбосари, шунингдек, автомобиль транспорти хизматлари билан боғлиқ илмий тадқиқот олиб борган олимлар ўртасида 12 та респондентдан иборат экспертлар ёрдамида амалга оширилди. Экспертларнинг фикрича, инновацион маркетингни ташкил этиш бўйича саволлар корхонанинг техник эксплуатацион кўрсаткичлари билан боғлиқлиги жуда яқин бўлиб, тадқиқот юқори натижага эришиш мумкинлиги таъкидланди. Экспертлар қўйган балларининг ўртача миқдори аниқланиб, баҳолаш жараёнига тақдим этилди (2-жадвал).

Автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг самарадорлигини баҳолашдаги анкета сўривининг ҳар бир савол бўйича натижаси¹²

№	Саволлар	Кўрсаткичлар	T_n	V_T	β	Q	γ_c	A_c	α_B	$l_{юк}$	t_{np}
		Ўлчов бирлиги	Соат	км/соат	-	Тн	-	дона	-	км	соат
		амалдаги микдори	8	50	0.5	20	0.7	150	0.7	450	4
Тадбирлар натижасида техник-эксплуатацион кўрсаткичлари ўзгариши (лойиҳавий микдори)											
1.	Корхонада инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш		7	50	0.7	20.4	0.7	150	0.76	450	3
2.	Янги ташиш технологияларидан фойдаланиш		6	50	0.5	20.1	0.8	140	0.73	470	2
3.	Янги транспорт воситасидан фойдаланиш		6	50	0.6	20.0	0.9	165	0.82	460	3
4.	Хизматларни инновацион силжитиш усулларидан фойдаланиш		7	50	0.6	20.2	0.75	155	0.74	430	2.5
5.	Инновацион баҳо сиёсатини юритиш		8	50	0.5	20.4	0.75	150	0.7	420	2.5
6.	Маркетинг коммуникация технологияларидан фойдаланиш		7	50	0.7	20.1	0.7	155	0.71	420	3
7.	Инновацион бошқарув усулларини қўллаш		7	50	0.6	20.3	0.7	145	0.65	430	3
8.	Транспорт хизматлари ассортименти сиёсатини қўллаш		8	50	0.8	20.2	0.8	160	0.74	450	4
9.	Сифат менежменти тизимини қўллаш		7	50	0.6	20.1	0.7	130	0.6	440	3
10.	Транспорт хизматлари брендини яратиш		7	50	0.4	20.2	0.6	150	0.75	430	4
	Ўртача қиймати		7	50	0.6	20.2	0.74	150	0,72	440	3

¹² Муаллиф ишланмаси

Автомобиль транспорти корхоналари техник-эксплуатацион кўрсаткичларининг ташиш ҳажмига таъсирини қуйидагича ифода орқали ўрганиш мумкин. Бунинг учун автомобиль транспорти корхонаси бўйича йиллик ташиладиган юк ҳажми аниқланади¹³:

$$Q = (T_n * V_m * \beta * q * \gamma_c * A_c * \alpha_v * D_k) / (l_{юк} + t_{пр} * V_m * \beta), \quad (2)$$

бу ерда: Q - йиллик ташиш ҳажми, т; T_n - автомобилларни ўртача кунлик иш вақти, соат; V_m - автомобилларнинг ўртача техник тезлиги, км/соат; β - ўртача масофадан фойдаланиш коэффициенти; q - автомобилларнинг ўртача юк кўтариш қобилияти, т; γ_c - ўртача юк кўтариш қобилиятидан фойдаланиш коэффициенти; A_c - ўртача рўйхатдаги автомобиллар сони; α_v - ўртача паркдан фойдаланиш коэффициенти; D_k - календарь кунлар миқдори; $l_{юк}$ - ўртача юк ташиш масофаси, км; $t_{пр}$ - бир қатновда ортиш-тушириш учун вақт сарфи.

3.1-ифода ёрдамида “Ўрта Осиё Транс” АЖ автокорхонасининг амалдаги техник-эксплуатацион кўрсаткичлари ҳамда экспертлар хулосасига кўра инновацион маркетинг усулларини қўллаш асосида техник-эксплуатацион кўрсаткичлари ўзгариши самарадорлиги ҳисобланди.

“Ўрта Осиё Транс” АЖнинг амалдаги ва лойиҳавий йиллик ташиш ҳажми:

$$Q_n = \frac{(8 * 50 * 0.5 * 20 * 0.7 * 150 * 0.7 * 365)}{(450 + 4 * 50 * 0.5)} = 195109,1 \text{ тнн} \quad (3)$$

$$Q_n = \frac{(T_n * V_T * \beta * q * \gamma_c * A_c * \alpha_v * D_k)}{(l_{юк} + t_{пр} * V_T * \beta)} \quad (4)$$

$$Q_n = \frac{(7 * 50 * 0.6 * 20.2 * 0.74 * 150 * 0.72 * 365)}{(440 + 3 * 50 * 0.6)} = 233476,5 \text{ тнн} \quad (5)$$

Транспорт хизматлари ҳажми нафақат қанча юк ёки йўловчи ташиш миқдори, балки уларни қандай масофага етказиб бериш билан белгиланади. Шунинг учун иқтисодий кўрсаткичлар (даромад, фойда, ташиш таннархи) транспорт иши кўрсаткичи орқали баҳоланди. Транспорт хизматлари кўрсатиш ҳажмининг ошиши ҳисобига олинандиган иқтисодий самара, қўшимча транспорт иши ҳажми ҳар бир тонна километр транспорт иши учун даромад ставкаси ва ташиш таннархининг фарқи ҳисобига олинандиган даромад билан аниқланади. Шунингдек, инновацион маркетинг самарадорлигини ошириш бўйича лойиҳавий тадбирларнинг натижаси қуйидаги иқтисодий самарада ифода этилади:

$$I_{самара} = (P_n - P_a) * (d - S_T) \quad (6)$$

$$I_{самара} = (102729660 - 87799095) * (160,6 - 116,3) = 659\,944\,860 \text{ сўм} \quad (7)$$

Натижаларга кўра инновацион маркетингни қўллаш тадбирлари орқали “Ўрта Осиё Транс” АЖ 660,0 млн. сўм иқтисодий самарага эришади.

Юқорида кўриб ўтилган техник эксплуатацион кўрсаткичларини яхшилаш мақсадида инновацион маркетингдаги 10 та тадбирининг лойиҳавий

¹³ Аксёнова З.И., Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятий автомобильного транспорта. – М.: Транспорт, 1990, -48 с

натижаси энг ками билан 17 % даромадни ошишига эга бўлиши ва барча техник кўрсаткичларнинг 3-4 %га яхшиланиши аниқланди.

Автомобиль транспорт корхоналарининг инновацион маркетинг ва иқтисодий самарадорлиги унинг техник эксплуатацион кўрсаткичларини яхшилаш ва ундан самарали фойдаланиш натижасида акс этади. Уни баҳолаш натижаси эса транспорт хизматларини тижоратлаштиришнинг мавжуд салоҳиятидан фойдаланиш даражасини белгилаб беради.

ХУЛОСА

1. Миллий иқтисодиётининг автомобиль транспорти тарифига ўта сезгирлиги, тармоқда яратилаётган қўшилган қиймат ўсишининг натурал транспорт хизматлари кўрсатиш ҳажми ўсишига нисбатан юқорилиги, мавжуд ҳаракат воситалари таркиби ва ташиш технологияларидан фойдаланиш унумдорлигининг пасайганлигидан далолат бериб, хизмат кўрсатиш баҳосининг ошиши эвазига иқтисодиётда яратилаётган маҳсулот ва хизматлар таннархида транспорт ташкил этувчиси юқори бўлиб қолишига сабаб бўлмоқда.

2. Автомобиль транспортининг тармоқлараро аҳамияти ҳам иқтисодиёт тармоқлари, ҳам соҳа корхоналари рақобатдошлигини таъминлай оладиган мижозларга йўналтирилган транспорт хизматлари кўрсатишнинг қайишқоқ мослашувчан тизимларини шакллантиришни талаб этади. Ҳаракатдаги воситалар паркини янгилаш, хизматлар сифатини яхшилаш ва ассортиментини кенгайтириш бўйича жиддий стратегияларни амалга ошириш инновацион маркетинг имкониятларини транспорт ишлаб чиқаришига бевосита қўллаш, унинг ташкилий-иқтисодий механизмларини янгича ёндашув асосида тадқиқ этишни тақозо этади.

3. Автомобиль транспортида инновацион маркетингнинг иқтисодий категория сифатида моҳияти, ўзига хос хусусиятлари изоҳлаб берилиб, соҳа корхоналари инновацион маркетинг фаолиятига таъсир этувчи омилларни тизимли таснифлашга ёндашувнинг илмий асослари ўрганилди, омиллар таъсирига кўра тўрт даражага гуруҳланди, ҳар бир даражада таъсири юқори йўл ва транспорт воситалари билан боғлиқ омилларга муаллифлик нуқтаи назари ишлаб чиқилди.

4. Мижозларга йўналтирилган хизмат кўрсатиш асосида автомобиль транспорти корхоналарининг рақобат устунлигини таъминлаш, бошқарув соҳасидаги стратегияларни амалга ошириш, инновацион фаолият ва замонавий маркетингни самарали ташкил этишга қаратилган инновацион маркетинг концепциясининг ташкил этувчи босқичлар ва уларнинг хусусияти ишлаб чиқилди.

5. Автомобиль транспорти тизими иш фаолияти натижалари ва соҳада инновацияларни жорий этишнинг замонавий муаммолари таҳлил қилиниб, инновацион транспорт хизматларини тижоратлаштириш борасида маркетинг тадқиқотларини ўтказиш, тадқиқот натижаларига кўра транспорт хизмати истеъмолчиларига мувофиқлигини баҳолаш ва сегментларга ажратиш ҳамда тижоратлаштиришдаги маркетинг тадбирларини амлағ оширувчи механизм ишлаб чиқилди.

6. Ушбу механизм асосида транспорт корхоналарида инновацион маркетинг тадбирларини ташкил этиш ва бошқариш бўйича қарорларни асослаш, транспорт хизматлари бозоридаги ўзгаришларга тезкор жавоб бериш, инновацион транспорт хизматини кўрсатиш жараёнини назорат қилиш ва уни экспресс баҳолаш имконини берувчи инновацион транспорт хизматларини истеъмолчиларга мувофиқлигини баҳолашнинг уч поғонали алгоритмик модели таклиф этилди.

7. Автомобиль транспорти тизимини ривожлантиришнинг жорий ва истиқболли стратегик режаларини ишлаб чиқишда инновацион маркетинг натижадорлигини баҳолаш бўйича услубий таъминот эҳтиёжларидан келиб чиқиб, уни тавсифловчи мезонлар ишлаб чиқилди ҳамда ҳар бир мезонга боғлиқ кўрсаткичлар гуруҳи тизимлаштирилди. Натижада тадқиқот мақсадидан келиб чиқиб, самарадорликни белгиловчи ва ўлчовчи кўрсаткичларни танлаб олиш ҳамда уларни баҳолаш жараёнига қўллаш имконияти кенгайтирилди.

8. Инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш, аввало, унинг салоҳиятини ошириш ва ривожлантириш масалаларини тизимли тадқиқ қилишни талаб этади. Мазкур ёндашув асосида автомобиль транспорти корхонаси инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш услубияти ишлаб чиқилиб, уни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари аниқлаб олинди. Шу асосда автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг салоҳиятини баҳолаш услубиятининг кўрсаткичлар тизими ва алгоритмик асоси такомиллаштирилди.

9. Автотранспорт корхоналарида инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг асосий йўналишлари янги ташиш технологиялари, транспорт воситаси, хизматларни инновацион силжитиш усулларидан фойдаланиш, инновацион баҳо сиёсатини юритиш, маркетинг коммуникация технологиялари ва инновацион бошқарув усулларини самарали қўллаш, транспорт хизматлари ассортиментини кенгайтириш, сифат менежменти тизимини қўллаш, брендни яратиш каби инновацион маркетинг тадбирларини ўз ичига олади.

10. Автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион маркетинг фаолияти самарадорлиги бевосита унинг техник-эксплуатацион кўрсаткичларини яхшилаш ва ундан самарали фойдаланиш натижаларида акс этади. Техник-эксплуатацион кўрсаткичларининг якуний транспорт ишига таъсири асосида инновацион маркетинг фаолияти самарадорлигини баҳолаш услубиёти ишлаб чиқилди. Ушбу услуб ёрдамида “Ўрта Осиё Транс” АЖда инновацион маркетинг тадбирларини қўллаш натижасида 660,0 млн. сўмлик йиллик иқтисодий самарага эришиш мумкинлиги ўз тасдиғини топди.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc 27.06.2017.1.16.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

КАХХОРОВ АВАЗ ЖАМОЛОВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АВТОМОБИЛЬНОЙ
ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЕ УЗБЕКИСТАНА**

08.00.11 – «Маркетинг»

**АВТОРЕФЕРАТ ДОКТОРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ (PhD)
ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Ташкент - 2018

Тема докторской диссертации (PhD) по экономическим наукам зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан за 30.09.2014/В2014.5.1337

Диссертация выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском и английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.sies.uz) и в информационно-образовательном портале «Ziynet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель: **Фаттахов Адихамдjon Азизович**
доктор экономических наук, профессор

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

Зохидов Азамат Азамович
кандидат экономических наук, доцент

Ведущая организация:

Защита диссертации состоится «__» _____ 2018 года в __:__ ч. на заседании Научного совета DSc 27.06.2017.I.16.01 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100003, г. Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49. Тел.: (99871) 239-28-72; факс: (99871) 239-43-51; e-mail: [tdiu@tdiu.uz](mailto:tdu@tdiu.uz)

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (регистрационный №__). Адрес: 100003, г. Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49. Тел.: (99871) 239-28-72).

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2018 года.
(протокол реестра №__ от «__» _____ 2018 года).

Б.Ю.Ходиев
Председатель Научного совета
по присуждению ученых степеней
д.э.н., профессор

А.С.Самадов
Ученый секретарь Научного совета
по присуждению ученых степеней
к.э.н., доцент

Н. М. Махкамова
Председатель научного семинара при Научном
совете по присуждению ученых степеней
д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Транспортная система – важнейшая инфраструктурная отрасль мировой экономики, развитие которой стало приоритетной экономической политикой каждой страны. Развитие транспортной системы определяется глобализацией международных торгово-экономических отношений во всем мире, высокой конкурентоспособностью на внутреннем и внешнем рынках, предпринимательским и туристическим потенциалом. По данным Всемирного банка, за последние годы объем транспортных услуг в мире составил 4,2 трлн. долл. США, доля автомобильного транспорта в этом секторе достигла 2,1 трлн. долл. США и выросла до 10% мирового ВВП¹, в то время, когда на международном рынке транспортных услуг наблюдается бескомпромиссная конкуренция по организации инновационной маркетинговой деятельности для удовлетворения потребностей потребителей и охвата ею новыми территориями, что является важнейшей задачей каждой развивающейся и развитой страны.

Особое внимание в последнее десятилетие уделялось организации и развитию рынка транспортных услуг страны и его инфраструктуры. Автомобильный транспорт – ведущая отрасль транспортной системы Республики Узбекистан, на долю которой приходится 93 % общего объема грузоперевозок, 98% – пассажирских перевозок, 10%– валового внутреннего продукта, 15% – производственных фондов и 4 % – от общего числа занятых². Однако низкая рентабельность автомобильной транспортной системы, ее ненадлежащее влияние на здоровье населения и экологию, высокая доля транспортных издержек в реальном секторе экономики, а также неравномерный доступ регионов к дорожным сетям и объектам инфраструктуры не могут удовлетворить потребности населения и требования отраслей экономики к транспортным услугам. Вот почему необходимо совершенствовать эффективность инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе для обеспечения эффективных и ориентированных на потребителя транспортных услуг. В Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах определены такие приоритетные задачи, как «ускоренное развитие сферы услуг, а также коренное улучшение транспортного обслуживания населения, улучшения грузовых и пассажирских перевозок, повышение их безопасности, прежде всего, развитие региональных автомобильных дорог»³. Эффективное выполнение этих задач требует совершенствования инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе республики.

¹ www/worldbank.org

² На основе данных Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан

³ Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» Приложение 1 «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах». www.lex.uz.

Улучшение транспортной и дорожной инфраструктуры в соответствии с требованиями мирового стандарта, систематическая организация деятельности по обслуживанию автомобильным транспортом, внедрение способов повышения эффективности инновационной маркетинговой деятельности, сочетающей отношения между клиентами и транспортными предприятиями требуют проведения научных изысканий, обеспечивающих экономическое развитие страны. В этой связи осуществление исследований по совершенствованию инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе Узбекистана – важная и актуальная задача сегодняшнего дня.

Данное диссертационное исследование в определенной мере служит выполнению целей заключенных в Указе Президента Республики Узбекистан УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», Постановлений Президента Республики Узбекистан ПП-1446 от 6 марта 2015 года «Об ускорении развития инфраструктуры, транспортного и коммуникационного строительства в 2011-2015 годах» и ПП-3422 от 2 декабря 2017 года «О мерах по совершенствованию транспортной инфраструктуры и диверсификации внешнеторговых маршрутов перевозки грузов на 2018-2022 годы» и других нормативно-правовых актах.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данная диссертация выполнена в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий Республики Узбекистан I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Существует ряд научных исследований по развитию инновационной деятельности на рынке автомобильных транспортных услуг и изучению особенностей маркетинга, среди которых особое место занимают научные труды таких зарубежных ученых, как А.И.Ансофф, В.Кингстон, Д.Бенсон, П.Друкер, Д.Вукадинович, Ж.Бендекович, М. Бодмер, Ф. Котлер, Й. Шумпетер и др.⁴

Вопросы организации инновационной маркетинговой деятельности в странах СНГ рассмотрены в работах А.Б.Секерина, В.Романова, А.Б.Титова, Т.Шерстобитовой и других ученых, сфера автомобильного транспорта – в исследованиях З.И.Аксеновой, В.П.Бычкова, А.Бачурина, Н.К. Горшенина, Ю.Х.Гукетлева, И. Демьяновича, В.И.Табакова, И.А.Морозовой, Л.Б.Миротина,

⁴ Kingston W. The Political Economy of Innovation. The Hague/ W.Kingston. 1984.-122 p.; Бенсон Д., Уайтхед Дж. Транспортировка и доставка грузов / Пер. с англ.–М.: Транспорт, 1990.-279 с.; Друкер П.Ф. Бизнес и инновации Пер. с англ./ П.Ф. Друкер - М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. - С. 69; Drucker P.F. Technology Management and Society / P.F. Drucker.-L.,1970. P. 69; Vukadinovic, D. (2014). Svojstva međunarodnog tržišta cestovnoga teretnog prijevoza (Characteristics of the International Road Freight Transport Market). *Suvremeni promet*, Vol. 34, No. 1-2, pg. 62-69, ISSN: 0351-1898; Bendekovic, J[adranka] Simonic, T. Importance of Marketing Strategy for Achievement of Competitive Advantage of Croatian Road Transporters, Chapter 21 in DAAAM International Scientific Book 2014. pg. 257-266, Katalinic B. (Ed.), Published by DAAAM International, ISSN 1726-9687, Vienna, Austria ;Bodmer, M., Martins J. (2001). All allied to fight public transport' s perceived decline: relationship marketing in Brazil, in: Anais de 1st International Conference on Public Transport Marketing. Barcelona, Espanha, P 1-12 ; Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебное пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2010. – 656 с.

в которых разработаны научные и практические рекомендации по организации и управлению автомобильной транспортной системой, развитию транспортных и логистических услуг⁵.

Отечественными учеными-маркетологами А.Ш.Бекмуродовым, М.Р.Болтабоевым, Р.З. Юлдашевым, М.С.Косимовой, Ш.Ж. Эргашходжаевой и Б.Д.Сафаровым освещены вопросы инновационной маркетинговой деятельности в условиях либерализации и развития экономики, научные труды специалистов сферы автомобильного транспорта М.А.Икрамова, Г.А. Саматова, С.Салимова, Я.К.Карриевой, М.Ирисбековой, М.Н.Равшанова, Т.У.Кодирова посвящены организации маркетинговой деятельности в системе автомобильного транспорта, а также управлению и инновационному развитию отрасли⁶.

К сожалению, в научных работах вышеупомянутых ученых и экспертов недостаточно полно освещены такие вопросы, как совершенствование научно-методических основ оценки эффективности и развития инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе. Как мы полагаем, сложившаяся ситуация требует глубокого теоретического и методического обоснования совершенствования инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе в соответствии с развитием отраслей экономики.

Связь темы диссертации с планами научно-исследовательских работ учреждения высшего образования, где выполнена диссертация. Тема диссертации осуществлена в рамках практического проекта Ташкентского государственного экономического университета А-2-38 на тему “Развитие международной логистики в регионе Центральной Азии” (01.01.2017-31.12.2019 году).

Цель исследования. Целью исследования стала разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе и повышению ее эффективности.

⁵ Аксёнова З.И., Анализ производственно-хозяйственной деятельности автомобильно транспортных предприятий. – М.: Транспорт, 1990.-48 с.; Бычков В.П. Экономика предприятий автомобильного транспорта. – М.: Инфра, 2010; Демьянович И. В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг // Проблемы современной экономики. 2011. №1. С 342-346.; Горшенин В.И. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности: учеб. пособие. В.И. Горшенин, Н.В. Михеев, И.А. Дробышев, С.В. Соловьев, А.В. Алехин, А.Г. Абросимов - Мичуринск: изд-во Мичуринский госагроуниверситет, 2009. С. 6-7; Гукетлев Ю.Х. Формирование систем регулирования региональных транспортных комплексов. Автореф. дисс. докт. экон. наук. – М.: МАДИ, 2009. – 41 с.; Табаков Н. К стратегии развития транспорта//Транспорт Российской Федерации, 2006. № 4, С 6.; Л. Б. Миротина. Транспортная логистика. - М.: Транспорт, 1996.; Морозова И.А. Маркетинговое обеспечение развития инфраструктуры рынка транспортных услуг. Автореф. дисс. докт. экон. наук. - Волгоград: ГОУ ВПО ВГУ, 2008.-46 с.; Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: учебник.- М.:ИНФРА-М, 2012. с. 3.; Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями.—СПб.: Питер, 2001.; Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник. — М.: Бизнес-школа Интел-Синтез, 2000.; Шерстобитова Т.И. Маркетинг инноваций: учебное пособие. - Пенза: ПГУ, 2009. -126 с.

⁶ Икрамов И., Абдурахмонов А., Назаров М. Автотранспорт иқтисоди ва бошқаруви. Ўқув кўлланма. –Т.: ТАЙИ, 2003. 34-45 б.; Саматов Г.А. Инновационное развитие автомобильного транспорта. – Т.: Ўзбекистон Миллий энциклопедияси Давлат илмий нашриёти,2011.–256с.;СалимовС.А., Автомобиль транспорти хизматлари бозорида фаолият кўрсатувчи транспорт воситаларининг таҳлили // ТАЙИ хабарномаси. 2011 й. № 3-4, Б-148.; Равшанов М.Н. Йўл-транспорт мажмуаси иқтисодий салоҳияти: муаммо ва ечимлар.–Т.:МЭ, 2012.-209 б.

Поставленная цель исследования предопределила необходимость решения следующих **задач**:

раскрытие сущности и содержания инновационного маркетинга как экономической деятельности;

изучение научно-методических основ инновационного маркетинга в автомобильной транспортной системе;

анализ развития рынка автомобильных транспортных услуг и оценка его места в экономическом росте;

анализ и оценка состояния организации инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе Узбекистана;

разработка общего механизма коммерциализации инновационных услуг в автомобильной транспортной системе;

совершенствование методики оценки потенциала инновационного маркетинга в автомобильной транспортной системе;

определение критериев, характеризующих эффективность инновационной маркетинговой деятельности в автомобильном транспорте и создание методического обеспечения ее оценки;

повышение экономической эффективности на основе совершенствования маркетинговой деятельности автомобильной транспортной системы.

Объект исследования. Объектом исследования стали рынок и хозяйства автомобильных транспортных услуг в Узбекистане.

Предмет исследования. Предметом исследования явились отношения, связанные с инновационной маркетинговой деятельностью на рынке автомобильных транспортных услуг и ее совершенствованием.

Методы исследования. В диссертации применены методы системного подхода, статистического наблюдения, анкетных опросов, полевых и кабинетных исследований, экспертной оценки, сопоставления, статистической группировки, выборочного наблюдения и корреляционно-регрессионного анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

усовершенствован экономический механизм коммерциализации инновационных транспортных услуг, основанных на применении новых транспортных средств, транспортных технологий и сервисных услуг в автомобильной транспортной системе;

усовершенствованы основа алгоритма и система показателей методики оценки инновационного маркетингового потенциала предприятий автомобильного транспорта;

разработана группа экономических, социальных, финансовых, маркетинговых, управленческих, технических, эксплуатационных, экологических, эргономических функций и функций безопасности, характеризующих эффективность инновационной маркетинговой деятельности в автомобильном транспорте;

предложена методика определения эффективности инновационной маркетинговой деятельности предприятий автотранспорта посредством изменения технических и эксплуатационных параметров.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

разработана матрица, определяющая позицию продвижения продукции на основе инновационных и традиционных маркетинговых инструментов;

предложен алгоритм коммерциализации инновационных транспортных услуг, обеспечивающий оперативную реакцию на изменения рынка транспортных услуг, контроль и экспресс-оценку процесса предоставления услуг;

разработана и использована в деятельности АО «Урта Осиё Транс» методика оценки эффективности применения инновационного маркетинга при предоставлении услуг автомобильного транспорта.

Достоверность результатов исследования. Достоверность результатов исследования определяется целесообразностью использованных методов и подходов, извлеченностью теоретических сведений из официальных источников, практической апробацией научно-методических рекомендаций и реализацией на практике разработанных моделей, а также утверждением достигнутых результатов со стороны государства.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования заключается в том, что они могут быть использованы при разработке стратегии укрепления экономического потенциала и инновационного маркетинга в создании конкурентных преимуществ, предприятий автомобильного транспорта, эффективном и целевом использовании ресурсов, налаживании программной и организационной деятельности ответственных органов. Посредством широкого применения предложенных методических инструментов может быть оказано содействие формированию информационной базы и маркетинговых программ, межотраслевых стратегий инновационного развития транспортной сферы.

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что основные идеи и материалы настоящей диссертационной работы могут быть использованы при разработке перспективных маркетинговых программ на транспортных предприятиях, проведении научных исследований, повышении регионального и национального транспортного потенциала деятельности автомобильного транспорта, а также при обучении, повышении квалификации и переподготовке кадров транспортной системы.

Внедрение результатов исследования. На основе научных результатов по совершенствованию маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе:

предложения по совершенствованию экономического механизма коммерциализации инновационных транспортных услуг, основанных на применении новых транспортных средств, транспортных технологий и сервисных услуг в автомобильной транспортной системе, внедрены в деятельность АО «Урта Осиё Транс» при Министерстве внешней торговли РУз (справка АО «Урта Осиё Транс» 07/10-27 от 30 июля 2017 года). На основе применения данного экономического механизма коммерциализации инновационных транспортных услуг появится возможность изучения состояния рынка транспортных услуг и определения основных направлений организации

инновационного маркетинга, а также, оценки инновационных транспортных услуг, научного обоснования их соответствия потребителям, сегментирования и коммерциализации созданных инновационных транспортных услуг;

предложения по алгоритмической основе и системе показателей методики оценки инновационного маркетингового потенциала предприятий автомобильного транспорта внедрены в деятельность АО «Урта Осиё Транс» при Министерстве внешней торговли РУз (справка АО «Урта Осиё Транс» 07/10-27 от 30 июля 2017 года). В результате его внедрения было установлено, что в АО «Урта Осиё Транс» одной лишь инновационной маркетинговой деятельности недостаточно, после чего была налажена эффективная инновационная маркетинговая деятельность. Кроме того, данное научное новшество в значительной мере будет способствовать организации управления маркетингом на современном уровне, а также и определению стратегии развития транспортных услуг на 2017-2021 годы;

предложения по группе экономических, социальных, финансовых, маркетинговых, управленческих, технических, эксплуатационных, экологических, эргономических функций и функций безопасности, характеризующих эффективность инновационной маркетинговой деятельности в автомобильном транспорте, внедрены в деятельность АО «Урта Осиё Транс» при Министерстве внешней торговли РУз (справка АО «Урта Осиё Транс» 07/10-27 от 30 июля 2017 года). Внедрение в практику группы показателей, характеризующих эффективность инновационной маркетинговой деятельности в автомобильном транспорте, создало возможность непосредственного использования методики определения эффективности инновационной маркетинговой деятельности, и на основе особенностей критериев эффективности развития предприятий, послужило принятию соответствующих решений;

методика определения эффективности инновационной маркетинговой деятельности предприятий автотранспорта, путем изменения технических и эксплуатационных параметров внедрена в деятельность АО «Урта Осиё Транс» при Министерстве внешней торговли РУз (справка АО «Урта Осиё Транс» 07/10-27 от 30 июля 2017 года). Опираясь на эти научные инновации, за счет использования инновационного маркетинга в АО «Урта Осиё Транс» технико-эксплуатационные показатели были улучшены на 3-4 %, валовой доход, благодаря его эффективному использованию увеличился на 17 %, а также дополнительно было получено 660,0 млн. сум прибыли.

Апробация результатов исследования. Основные научные и практические результаты диссертации прошли апробацию и представлены в виде докладов на 10 республиканских и 5 международных научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. По теме диссертации всего было опубликовано 25 научных работ, в том числе 10 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан, в частности, 8 статей - в национальных и 2 статьи – в зарубежных

журналах, а также прозвучали 5 тезисов на международных и 10 – на республиканских научно-практических конференциях.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляют 155 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и необходимость проведенного исследования, определены цели, задачи, объект и предмет изучения, показано его соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий в республике, изложены научная новизна и практические результаты диссертационного исследования, раскрыты научная и практическая значимость полученных результатов, внедрение в практику результатов исследования, а также даны сведения по опубликованным работам и структуре диссертации.

В первой главе диссертационной работы **«Научные и теоретические основы инновационной деятельности в автомобильной транспортной системе»** рассмотрены сущность и содержание инновационной маркетинговой экономической деятельности в условиях рыночной экономики, особенности и значимость организации инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе, разработана инновационная маркетинговая концепция в автомобильной транспортной системе, классифицированы факторы, влияющие на организацию инновационной маркетинговой деятельности, а также изложены собственные научные подходы.

Так, в результате теоретических исследований автора в диссертации был разработан ряд методологических подходов. На сегодняшний день инновационный маркетинг – это новое направление в маркетинговой деятельности, осуществляющее совершенствование продуктов и услуг, внедрение производственных технологий и подготовку этой инновационной идеи в коммерческих целях. Основная цель инновационного маркетинга – эта разработка стратегии введения инноваций на рынок и обеспечение занятия новой продукцией прочного места на рынке, в отличие от традиционного маркетинга, в основе инструментов инновационного маркетинга лежит исследование рынка, наблюдение, анализ конъюнктуры, формирование спроса и разработка рыночных сегментов по поведению потребителей.

В сфере услуг понятие «инновационный маркетинг» означает комплекс деятельности человека, направленный на получение прибыли посредством удовлетворения потребности в инновациях в результате обмена. Эта деятельность включает в себя такие задачи, как определение потребностей на инновации, создание новых инновационных услуг, выход на рынок, жизненный цикл услуг, применение на практике, увеличение интереса клиентов к покупке инновационных услуг, выявление спроса на инновации и перспективы их создания.

На основе анализа изложенных в диссертации определений и характеристик зарубежных и отечественных ученых об инновационном

маркетинге уставлено, что в значительной мере они подходили к этому с точки зрения маркетинговой деятельности, связанной с продвижением инновационных продуктов на рынок. Когда речь идет о маркетинге как экономической деятельности, новые инструменты и методы, используемые в нем, также являются инновационными. Исходя из теоретических соображений, по мнению автора, инновационный маркетинг – деятельность, направленная на коммерциализацию с использованием инновационных технологий и поиска новых идей, разработки продукции и совершенствования существующей продукции.

Применение и внедрение необходимых современных инструментов инновационного маркетинга обеспечивает конкурентное преимущество автотранспортных предприятий и помогает им достижению успеха на рынке. В связи с этим указаны способы внедрения инновационных маркетинговых технологий, которые позволяют предприятиям автомобильного транспорта эффективно адаптироваться к условиям сильной конкуренции. Также научно обоснованы основные компоненты концепции инновационного маркетинга, направленной на транспортную деятельность. Инновационная маркетинговая деятельность в сфере автомобильного транспорта – это комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на инновационную деятельность, которая максимально удовлетворяет потребности потребителей в транспортных услугах и коммерциализации транспортных и логистических услуг с помощью инновационных способов.

Разработка инновационных продуктов или идей предприятиями автомобильного транспорта определяется, в первую очередь, не вопросами и возможностями совершенствования процессов обслуживания, а тем, какие именно аспекты новых транспортных услуг более важны для потребителей, связанные с результатами изучения их пожеланий. Для успешной коммерциализации инновационных транспортных услуг предложен процесс поэтапного осуществления маркетинговых мероприятий (рис. 1).

Необходимость применения инновационного маркетинга на рынке автомобильных услуг является основой разработки плана перспективного развития и исследования реализации инновационной маркетинговой концепции, раскрытия ее особенностей, установления долгосрочной инновационной деятельности отрасли, инвестиционной политики, разработки стратегии качественного обслуживания потребителей и их удовлетворения. В свою очередь разработка методических основ инновационного маркетинга предполагает изучение и систематическую классификацию факторов, влияющих на инновационную и инновационную маркетинговую деятельность.

Инновационные маркетинговые факторы в автомобильной транспортной системе – это комплекс событий, являющихся единовременной и постоянной причиной маркетинговой деятельности, связанной с продвижением услуг автомобильного транспорта. В диссертации факторы, влияющие на инновационную маркетинговую деятельность автотранспортных предприятий, систематизированы на четыре уровня и на каждом уровне, исходя из их естественного обнаружения, осуществлена классификация на факторы мега,

макро, мезо и микро уровня, а также на естественно обнаруживаемые факторы на каждом уровне.



Рис. 1. Маркетинговые мероприятия по коммерциализации инновационных услуг в автомобильном транспорте⁷.

Основная цель иерархической систематизации факторов, влияющих на инновационную маркетинговую деятельность автомобильно-транспортных предприятий, – это ее использование в качестве методической основы для подходов к организации инновационной маркетинговой деятельности и эффективной оценки факторов в общественном транспорте и на сетевых рынках.

По мнению автора, основой для дальнейшего совершенствования инновационной деятельности в этой области является производство высококачественной и конкурентоспособной продукции в отраслях экономики путем организации инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе и удовлетворение потребностей людей в транспортных услугах на соответствующем уровне.

Во второй главе диссертации «**Анализ состояния развития рынка автомобильно-транспортных услуг и перспективы применения в нем инновационного маркетинга**» определены состояние развития рынка автомобильно-транспортных услуг, существующие проблемы использования

⁷ Разработка автора

инновационного маркетинга и коммерциализации инновационных транспортных услуг.

Транспортная система – важное ключевое направление развития инновационной экономики Узбекистана, которое способствует повышению уровня социально-экономического развития страны.

Как мы полагаем увеличение доли развития транспортных услуг в ВВП на 1% приведет к его увеличению в Республике дополнительно на 0,9 %, или примерно, на 1%. Доказательство этого мнения наглядно проиллюстрировано на графике корреляционной связи, приведенной ниже (рис. 2).

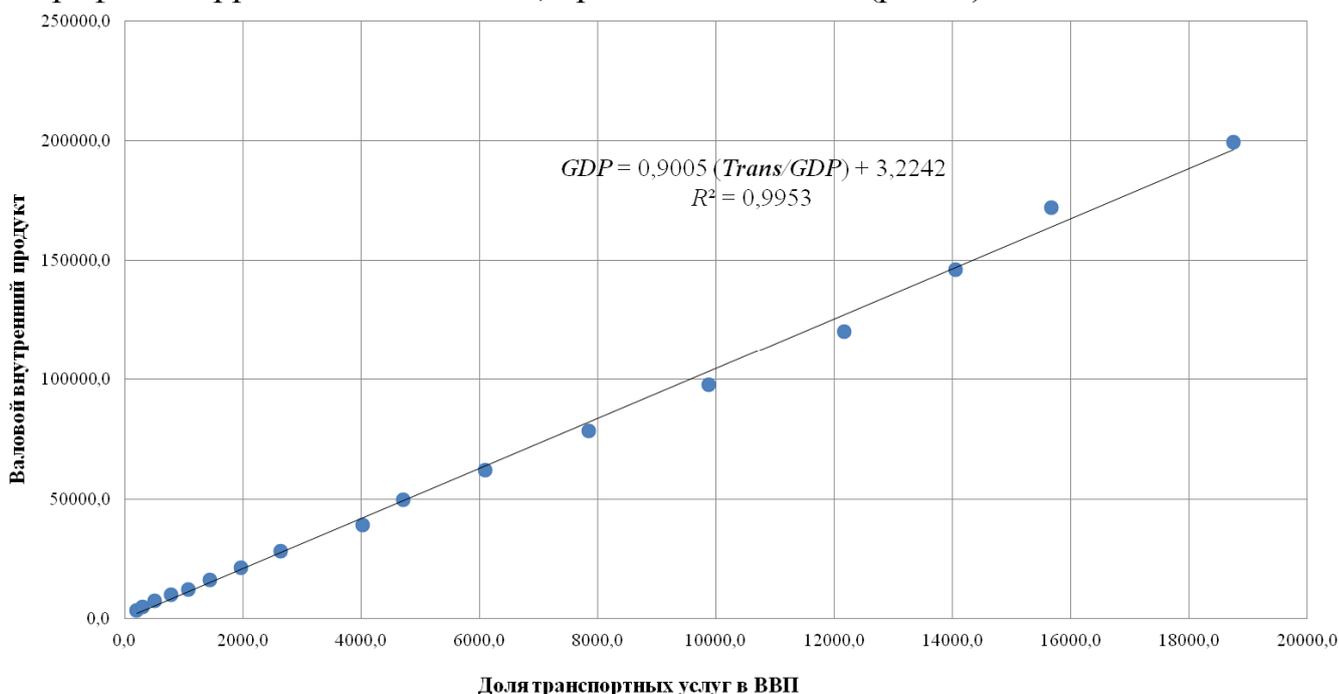


Рис. 2. График корреляционной связи между ВВП Узбекистана и транспортными услугами в его составе⁸

Исходя из этого, при $GDP = 0.9005 (Trans/GDP) + 3.2242$ будет $R^2=0,995$, $n=17$ и $F=3169.32$. Поэтому, в условиях стабильности национальной экономики и международной глобализации, транспортные услуги утверждены в качестве постоянно стимулирующего средства.

Темпы роста объемов работ транспортной системы в натуральных показателях за годы независимости несколько отставали от темпов роста ее доли в валовом внутреннем продукте. Отсюда становится очевидным, что недостаточная обеспеченность предприятий отрасли современными средствами передвижения и низкая эффективность их использования негативно сказываются не только на конкурентоспособности отрасли, но и приводят к увеличению стоимости и себестоимости услуг, а также к высокому уровню транспорта в себестоимости создаваемых в экономике продукции и услуг.

В 2016 году 92 % от общего объема грузоперевозок и 98,5 % перевозки пассажиров были осуществлены автотранспортом. Доля транспорта в объеме

⁸ Разработка автора

валового внутреннего продукта составила около 10 %, 65-70 % приходится на автомобильный транспорт.

По сравнению с 2001 годом, количество действующих автотранспортных компаний в Республике Узбекистан в 2017 году достигла 88 %. В результате проводимых в последние годы реформ в поддержку и развития малого бизнеса и частного предпринимательства, доля частных предприятий автотранспорта в стране увеличилась с 90,0 % до 96,5 %. Количество предприятий, представляющих автотранспортные услуги в 2017 году, составило 7780, из которых 79 % - малые предприятия и микрофирмы.

Частные перевозчики со все более увеличивающейся долей на рынке автотранспортных услуг, быстро приспосабливаются к рынку транспортных услуг, 85-90 % их автомобилей составляют малотоннажные и магистральные грузовики, а также большое количество микроавтобусов и магистральных автобусов иностранного производства с большими удобствами для пассажиров, несмотря на значительные сроки их эксплуатации. Более 92 % общего объема грузов приходилось на грузоперевозки автотранспортом, значимость которого увеличилась в результате развития международных экономических отношений.

Рост объема инновационных продуктов, производимых во всех отраслях экономики страны, представляет собой широкий спектр возможностей для их применения. Если проанализировать производство инновационных продуктов в разрезе отраслей экономики, то за последнее десятилетие, инновации в сфере промышленности составили 85-90 % от их общего объема. Позитивный сдвиг произошел и в доле инноваций в сфере транспорта и связи. Так, лишь в 2016 году 75 предприятий по перевозке и хранению товаров принимали участие в создании инноваций на сумму 12960,6 млн. долл. США. Из них 28 предприятий автотранспортных услуг создали инновационную продукцию на сумму 16819,0 млн. сум, 1 предприятие на железнодорожных грузовых перевозках - 717,6, 10 предприятий по услугам такси - 5252,2, 1 предприятие воздушного транспорта - 90448,6, 8 предприятий городской и пригородной перевозки пассажиров - 1720,7 млн. сум, остальная часть приходится на долю услуг по перевозке и хранению.

В целом следует отметить особую роль маркетинга в создании инноваций и их коммерциализации. За последнее десятилетие в области маркетинга были осуществлены значительные работы. Если проанализировать структуру инновационных разработок в республике, то можно увидеть, что уровень маркетинговых инноваций недостаточен в сравнении с технологическими и организационными инновациями, а также, если рассматривать инновационные разработки маркетинга в отношении количества предприятий, то мы не можем здесь дать положительной оценки. В частности, если в 2010 году только одно предприятие внедрило 32 маркетинговые инновации, то к 2016 году 20 предприятий достигли маркетинговых инноваций в количестве 51. Отсюда ясно, что этот показатель выше, чем в 2010 году, по сравнению с количеством компаний и организаций, внедряющих инновации в 2016 году. Однако создаваемые маркетинговые инновации внедрены только в области коммуникационных и информационных услуг, фармацевтике, торговле и

строительстве, услуг по перевозке и хранению. В транспортных услугах в 2015 году НАК «Узбекистон хаво йуллари», а в 2016 году и коммерческими банками были созданы маркетинговые инновации по приобретению авиабилетов.

Несмотря на то, что с первых дней независимости осуществляются работы по созданию и совершенствованию национальной транспортной системы, процесс внедрения маркетинговых инноваций происходит нелегко. До сегодняшнего дня грузоперевозки и пассажирские перевозки автомобильным транспортом являются основным звеном транспортной системы и ограничиваются внедрением только одной маркетинговой инновации. Ныне существуют более 7 тыс. хозяйствующих субъектов, занимающихся автотранспортными услугами и, если посмотреть на внедренную в них единственную маркетинговую инновацию, то можно прийти к выводу, что в этой сфере маркетинг не внедрен. Причина этого кроется в том, что для специалистов маркетинга и управления в сфере бизнеса отсутствуют достаточные условия и стимулы, а также нет ни одного исследовательского учреждения, создающего инновации в транспортной сфере.

Внедрение современных информационных технологий в процесс организации и проведения инновационной деятельности в автомобильной транспортной системе Узбекистана, регулирование нормативно-правовой базы поддержки развития инновационной деятельности, налоговых и таможенных вопросов, формирование рынка интеллектуала и трансфера технологий, льготное кредитование и финансирование для стимулирования транспортной системы в последние годы приводят к необходимости использования инновационных маркетинговых технологий для реализации тех или иных механизмов.

Создание инновационных разработок в транспортной инфраструктуре и других секторах нашей экономики, широкое внедрение наиболее передовых технологий может привести к увеличению конкурентоспособной и востребованной продукции не только на внутреннем, но и на внешнем рынках, что также служит социальному развитию экономики страны.

На основе вышеуказанных проблем были определены важнейшие направления совершенствования системы коммерциализации инновационных услуг в автомобильном транспорте. Кроме того, основная проблема коммерциализации инновационных транспортных услуг - национальные операторы, отсутствие у них достаточного методического обеспечения. В этой связи предлагается трехуровневый алгоритм оценки соответствия потребителям и целевой коммерциализации инновационных продуктов и услуг в автомобильной транспортной системе (рис. 3).

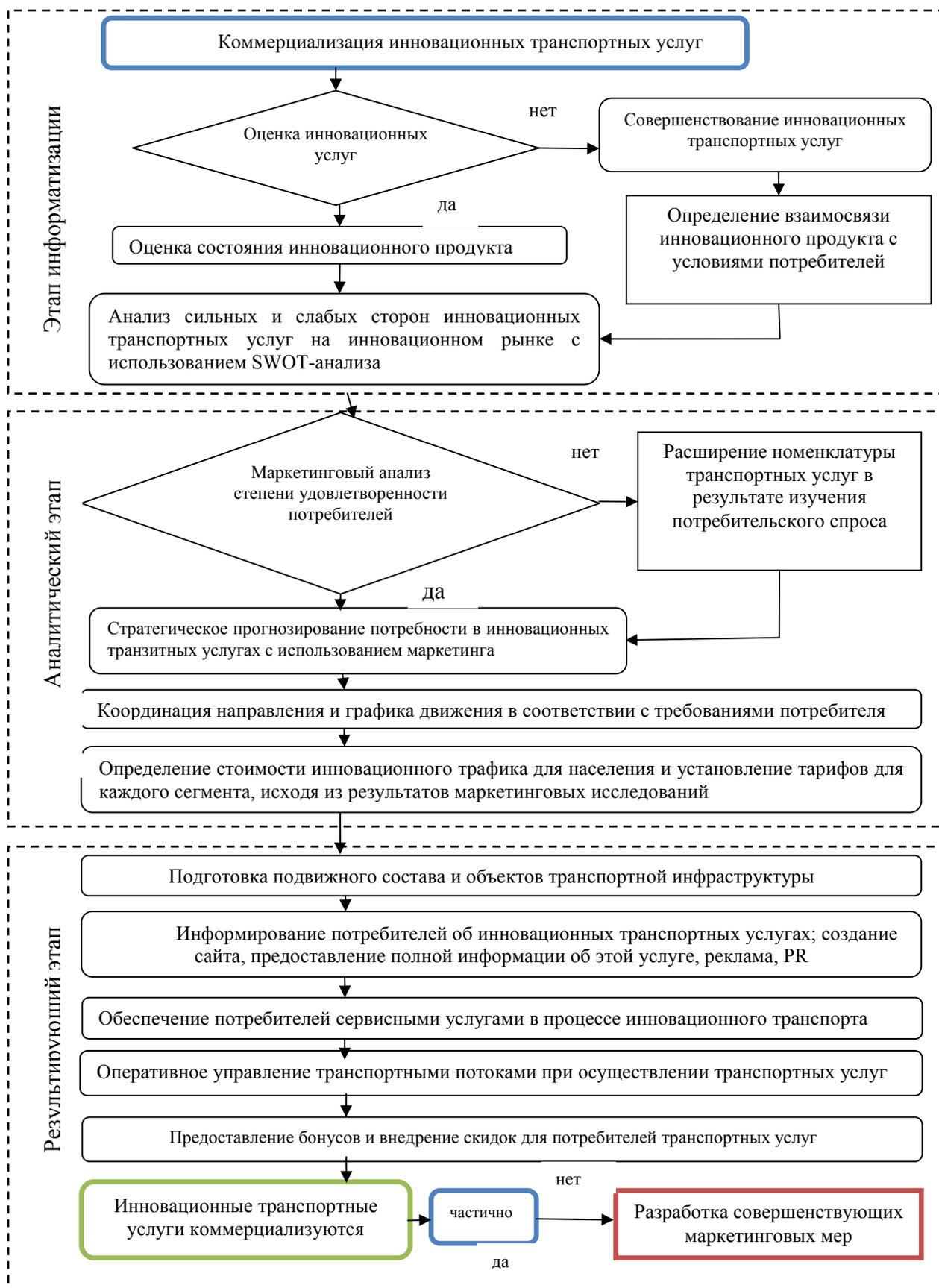


Рис. 3. Алгоритм коммерциализации инновационных транспортных услуг⁹

Эффективная коммерциализация транспортных услуг, в первую очередь, связана с самими транспортными предприятиями и, в то же время, с дорожной

⁹ Разработка автора

инфраструктурой и потребителями, с инновационным развитием других отраслей экономики. Основываясь на анализе сложности вопросов развития коммерциализации и внедрении инноваций в сферу транспортных услуг республики, мы можем привести следующие тому причины:

из-за невысокой конкурентоспособности предприятий, занимающихся международными транспортными услугами, значительную часть перевозки экспортных и импортных грузов в нашей стране осуществляют транспортные компании Ирана, Турции, России и Казахстана. Причиной низкой конкурентоспособности национальных транспортных операторов являются высокая стоимость их транспортных средств и технологий перевозки;

высокие цены на горюче-смазочные материалы;

у большинства транспортных средств истек срок эксплуатации, и они не соответствуют требованиям Евро-3, Евро-4 и Евро-5;

при осуществлении клиентоориентированных транспортно-логистических услуг не используются новые методы управления и не применяются инновационные маркетинговые технологии.

Создание и коммерциализация инновационных услуг в автомобильном транспорте связаны в первую очередь, с уделяемым вниманием на развитие инновационной деятельности в нашей республике и их внедрением, что, в конечном итоге, будет отражено в научных разработках во всех сферах. Особое значение имеет опыт развитых стран в эффективном управлении инновационными процессами и использовании инновационного маркетинга в коммерциализации инновационных продуктов. Для решения проблем коммерциализации инновационных транспортных услуг в автомобильной транспортной системе крайне важно, прежде всего, создавать и совершенствовать инновационную маркетинговую деятельность в этой отрасли, повышать качество услуг на рынке общественного транспорта и улучшать конкурентную среду.

В третьей главе диссертации **«Пути совершенствования инновационной маркетинговой деятельности в автомобильном транспорте»** разработаны концепция развития и методика оценки инновационного маркетингового потенциала предприятий автотранспорта, а также систематизированы критерии и показатели, характеризующие эффективность инновационного маркетинга, создано методическое обеспечение оценки эффективности инновационного маркетингового потенциала в автомобильных транспортных услугах и, в результате оценки, подготовлены рекомендации по повышению экономической эффективности.

При организации инновационной маркетинговой деятельности в автомобильной транспортной системе, транспортные предприятия, прежде всего должны иметь технологию инновационных перевозок, осуществлять программу, состоящую из создания инновационных продуктов или услуг в процессе обслуживания и продвижения с помощью инновационных методов.

Несомненно, что без исследования инновационного маркетингового потенциала в автомобильной транспортной системе невозможно определить возможности коммерциализации транспортных услуг. Поэтому особое

значение имеют исследование и оценка инновационного маркетингового потенциала в автотранспортных услугах, а также изучение формирующих его факторов и проблем развития. Общий обзор механизма оценки и развития маркетингового потенциала предприятий автомобильного транспорта приведен на рис. 5.

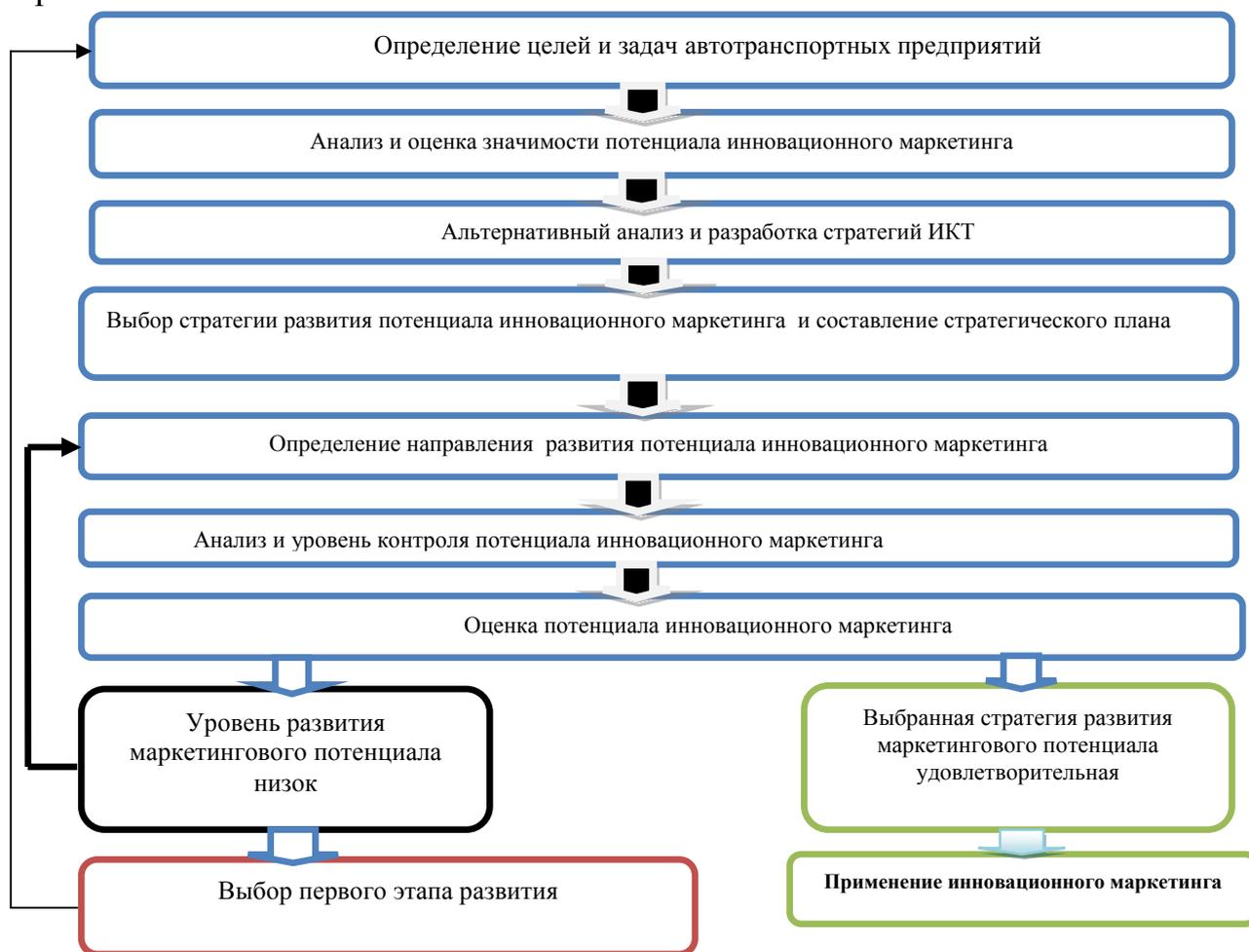


Рис. 4. Механизм оценки и развития потенциала инновационного маркетинга автотранспортных предприятий¹⁰

Предложено оценить инновационный маркетинговый потенциал автотранспортных предприятий по следующей формуле:

$$P = f1 (P1, P2, P3, P4, P5) \quad (1)$$

где: $P1$ – инновационный потенциал АТП; $P2$ - потенциал материальных ресурсов АТП; $P3$ - потенциал человеческих ресурсов АТП; $P4$ - потенциал информационных ресурсов АТП; $P5$ – потенциал маркетинговых инструментов АТП.

С авторской точки зрения, наряду с оценкой маркетингового инновационного потенциала транспортных предприятий, посредством этой формулы можно привести к положительному результату все экономические показатели и достичь синергетической эффективности.

¹⁰ Разработка автора

К сожалению, на сегодняшний день невозможно в автомобильной транспортной системе организация и управление маркетинговой деятельностью, а также в недостаточной мере обеспечены методической базой исследование и оценка ее эффективности. В частности, невозможно достичь желаемого результата без использования определенной методики для оценки эффективности инновационной маркетинговой деятельности на рынке услуг автомобильного транспорта. В диссертации выбраны особые критерии оценки инновационного маркетингового потенциала в автомобильной транспортной системе, которые послужили основой для формирования современного методического обеспечения оценки эффективности инновационного маркетинга в автомобильной транспортной системе. Критерии, характеризующие эффективность инновационной маркетинговой деятельности на рынке услуг автомобильного транспорта, будут выбраны и систематизированы исходя из их особенностей (табл. 1).

Таблица 1

Система критериев и показателей, характеризующая эффективность инновационной маркетинговой деятельности в автомобильном транспорте¹¹

№	Критерии	Показатели критериев
1	Технико-эксплуатационный	Выражает технические, технологические и экономические особенности автотранспортного предприятия, характеризует надлежащий выбор транспортных средств и их эффективное использование.
2	Экономический	Выражает объем транспортных и логистических услуг, оказываемых автотранспортным предприятием с рациональным применением существующих основных и оборотных фондов, а также дает экономический эффект от их использования.
3	Социальный	Характеризует предоставление высококачественных и доступных транспортных услуг населению, комфортность транспортных средств и уровень необходимости выполняемых работ, отвечающих потребностям общества.
4	Финансовый	Выражает способность автотранспортного предприятия финансировать свою деятельность, а также характеризует обеспеченность финансовыми ресурсами, необходимыми для его деятельности, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия.
5	Маркетинг и управление	Характеризует эффективность управленческих решений в деятельности транспортных услуг и маркетинговой деятельности, связанных с удовлетворением потребностей населения в транспортных услугах с помощью инновационных средств.
6	Экологический	Выражает экологическую чистоту в процессе транспортного обслуживания, оказывает незначительное воздействие на окружающую среду и здоровье человека.
7	Эргономический	Выражает соответствие санитарно-гигиеническим требованиям в процессе транспортного обслуживания, а также содержит антропометрические, физиологические и психологические требования.
		Выражает безопасность движения пассажиров и транспортных

¹¹ Разработка автора

8	Безопасность	средств, при транспортном обслуживании, а также экологическую и транспортную безопасность.
---	--------------	--

Методика оценки эффективности предоставляет возможность принятия целого ряда решений по инновационному развитию предприятий автомобильного транспорта, комплексному исследованию рынка транспортных услуг и идентификации инновационной деятельности, разработке мер повышения маркетингового потенциала и инновационной деятельности транспортных предприятий, а также по перспективным стратегиям региональной или национальной транспортной системы. Выбранные критерии позволяют объективно определять разработку инновационных транспортных услуг или предоставлять основные транспортные услуги на рынке транспортных услуг, что отражает наиболее важные критерии оценки инновационной деятельности в автотранспортном обслуживании и приводят все показатели к системе эффективной оценки.

Для оценки эффективности инновационного маркетинга в качестве объекта исследования была выбрана деятельность АО «Урта Осие Транс», осуществляющая международные автомобильные транспортные услуги. Опрос проводился с помощью экспертов, состоящих из 12 респондентов из числа активных членов, руководителя предприятия, заместителя, а также ученых, осуществляющих научные исследования, связанные с услугами автомобильного транспорта. По мнению экспертов, вопросы по организации инновационного маркетинга тесно связаны с показателями технической эксплуатации предприятия, а также подчеркивается, что исследование может обеспечить высокие результаты. Были определены средние баллы экспертов, представленные для процесса оценки (табл. 2).

О влиянии технических и эксплуатационных характеристик автотранспортных компаний на объем трафика можно узнать из приведенного ниже выражения. Для этого определяется объем грузоперевозки автотранспортного предприятия за год¹²:

$$Q = (T_n * V_m * \beta * q * \gamma_c * A_c * \alpha_v * D_k) / (l_{\text{юк}} + t_{\text{пр}} * V_m * \beta) \quad (2)$$

где: Q – годовой объем перевозок, т; T_n – среднее ежедневное рабочее время автомобилей, час.; V_m – средняя техническая скорость автомобилей, км/ч; β – коэффициент использования среднего расстояния; q – средняя грузоподъемность автомобилей, т; γ_c – коэффициент использования средней грузоподъемности автомобилей; A_c – среднее количество автомобилей в списке; α_v – средний коэффициент использования автотранспортного парка; D_k – количество календарных дней; $l_{\text{гр}}$ – среднее расстояние грузоперевозки, км; $t_{\text{пр}}$ – расход времени погрузки-разгрузки за один рейс.

¹² Аксёнова З.И., Анализ производственно-хозяйственной деятельности автомобильно транспортных предприятий. – М.: Транспорт, 1990. – 48 с.

Таблица 2

**Результаты по вопросам анкетирования оценки эффективности инновационного маркетинга
автотранспортных предприятий²⁶**

№	Вопросы	Показатели	T_n	V_T	β	q	γ_c	A_c	α_B	$l_{юк}$	t_{np}
		ед.изм.	ч	км/ч	-	т	-	шт	-	км	ч
		факт. разм.	8	50	0.5	20	0.7	150	0.7	450	4
Изменения технических и эксплуатационных показателей в результате осуществленных мероприятий (проектный размер)											
1	Организация инновационной маркетинговой деятельности на предприятии		7	50	0.7	20.4	0.7	150	0.76	450	3
2	Использование новых технологий перевозки		6	50	0.5	20.1	0.8	140	0.73	470	2
3	Привлечение новых транспортных средств		6	50	0.6	20.0	0.9	165	0.82	460	3
4	Использование методов инновационного продвижения услуг		7	50	0.6	20.2	0.75	155	0.74	430	2.5
5	Инновационная ценовая политика		8	50	0.5	20.4	0.75	150	0.7	420	2.5
6	Применение технологий маркетинговых коммуникаций		7	50	0.7	20.1	0.7	155	0.71	420	3
7	Применение методов инновационного управления		7	50	0.6	20.3	0.7	145	0.65	430	3
8	Применение ассортиментной политики транспортных услуг		8	50	0.8	20.2	0.8	160	0.74	450	4
9	Внедрение системы менеджмента качества		7	50	0.6	20.1	0.7	130	0.6	440	3
10	Создание бренда транспортных услуг		7	50	0.4	20.2	0.6	150	0.75	430	4
	Средняя себестоимость		7	50	0.6	20.2	0.74	150	0,72	440	3

²⁶ Разработка автора.

С помощью выражения 2 была рассчитана эффективность изменения технических и эксплуатационных показателей на основе применения инновационных методов маркетинга в соответствии с экспертными заключениями и текущими техническими и эксплуатационными показателями АО «Урта Осиё Транс».

Фактический и проектный годовой объем перевозок АО «Урта Осиё Транс» составил:

$$Q_a = \frac{(8 * 50 * 0.5 * 20 * 0.7 * 150 * 0.7 * 365)}{(450 + 4 * 50 * 0.5)} = 195109,1 \text{ тн} \quad (3)$$

$$Q_{\text{п}} = \frac{(T_{\text{н}} * V_{\text{т}} * \beta * q * \gamma * A_{\text{с}} * \alpha_{\text{в}} * D_{\text{к}})}{(l_{\text{юк}} + t_{\text{пр}} * V_{\text{т}} * \beta *)} \quad (4)$$

$$Q_{\text{п}} = \frac{(7 * 50 * 0.6 * 20.2 * 0.74 * 150 * 0.72 * 365)}{(440 + 3 * 50 * 0.6)} = 233476,5 \text{ тн} \quad (5)$$

Объем транспортных услуг определяется не только количеством грузовых или пассажирских перевозок, но, также, их расстоянием, поэтому мы оцениваем показатели экономической эффективности (доходы, прибыль, транспортные расходы и т. д.) в месте с показателями работы транспорта. Экономический эффект от увеличения объема транспортных услуг определяется доходом от разницы ставки дохода транспортировки на каждую тонну километр дополнительного объема транспортных работ и себестоимости перевозки. Кроме того, результаты проектной деятельности по повышению эффективности инновационного маркетинга можно выразить следующим образом:

$$I_{\text{эффект}} = (P_{\text{п}} - P_{\text{а}}) * (d - S_{\text{т}}) \quad (6)$$

$$I_{\text{эффект}} = (102729660 - 87799095) * (160,6 - 116,3) = 659\,944\,860 \text{ сум} \quad (7)$$

Согласно результатам, благодаря применению инновационного маркетинга, АО «Урта Осиё Транс» получило экономический результат на сумму 660,0 млн. сум.

Определено, что в целях улучшения вышеупомянутых показателей технической эксплуатации, результат проекта, охватывающего десять инновационных маркетинговых компаний, имеет рост дохода не менее, чем 17%, что повышает технические показатели на 3-4 %.

Экономическая эффективность и инновационный маркетинг автотранспортных предприятий будит отображены в результате более эффективного использования и улучшения показателей технической эксплуатации, а результат же его оценки определит уровень использования существующего потенциала коммерциализации транспортных услуг.

Заклучение

1. Особая чувствительность национальной экономики к тарифам автомобильного транспорта свидетельствует об относительно высоком росте создаваемой в отрасли добавленной стоимости в сравнении с увеличением объема услуг натурального (естественного) транспорта, снижение

эффективности использования транспортных технологий и существующих средств передвижения, приводят к тому, что доля транспортной составляющей в себестоимости создаваемых продукции и услуг остается высокой в результате роста цен на услуги.

2. Межотраслевая значимость автомобильного транспорта требует гибких систем для предоставления ориентированных на клиента транспортных услуг, которые могут обеспечивать как конкурентоспособность отраслей экономики, так и конкурентоспособность предприятий отрасли. Реализация серьезных стратегий по модернизации парка подвижного состава, улучшению качества и расширению ассортимента услуг требует непосредственного применения инновационных маркетинговых возможностей в транспортном производстве, исследования его организационных и экономических механизмов на основе новых подходов.

3. Раскрыты сущность, характер и особенности инновационного маркетинга как экономической категории в автомобильном транспорте, изучены научные основы подхода к систематической классификации факторов, влияющих на инновационную маркетинговую деятельность предприятий отрасли, в соответствии с их влиянием, факторы сгруппированы на четыре уровня также разработан авторский взгляд на факторы, связанные с транспортными средствами и дорогами с их высоким влиянием на каждом уровне.

4. Разработаны этапы и особенности концепции инновационного маркетинга, направленные на обеспечение конкурентного преимущества автотранспортных предприятий на основе клиентоориентированного обслуживания, реализацию стратегий в сфере управления на эффективную организацию инновационной деятельности и современного маркетинга.

5. Проанализированы результаты работы автомобильной транспортной системы и современные проблемы внедрения инноваций в этой области, а также разработан механизм проведения маркетинговых исследований по коммерциализации инновационных транспортных услуг, сегментации и оценке соответствия потребителям транспортных услуг по результатам исследования и реализации маркетинговых мероприятий в области коммерциализации.

6. На основе этого механизма предложена трехуровневая алгоритмическая модель обоснования решений об организации и управлении инновационной маркетинговой деятельностью на транспортных предприятиях, оперативного реагирования на изменения на рынке транспортных услуг, оценки соответствия инновационных транспортных услуг, позволяющих контролировать процесс предоставления инновационных транспортных услуг и его экспресс-оценку.

7. Исходя из необходимости методического обеспечения оценки эффективности инновационного маркетинга в разработке текущих и перспективных стратегических планов развития автомобильной транспортной системы, были разработаны характеризующие ее критерии, а также систематизирована группа показателей для каждого критерия. В результате, исходя из целей исследования, была расширена возможность выбора

показателей определения и измерения эффективности и их применения к процессу оценки.

8. Повышение эффективности инновационной маркетинговой деятельности требует, прежде всего, систематического исследования вопросов повышения его потенциала и развития. На основе этого подхода разработана методика оценки инновационного маркетингового потенциала предприятия автомобильного транспорта и определены основные направления его развития. В связи с этим усовершенствованы алгоритмическая основа и система показателей методики оценки инновационного маркетингового потенциала предприятий автомобильного транспорта.

9. Основными направлениями организации инновационной маркетинговой деятельности на автотранспортных предприятиях являются такие инновационные маркетинговые мероприятия, как применение новых технологий транспорта, транспортных средств, методов инновационного продвижения услуг, политика инновационного ценообразования, эффективное использование технологий маркетинговых коммуникаций и инновационных методов управления, расширение ассортимента транспортных услуг, применение системы менеджмента качества и создание бренда.

10. Эффективность инновационной маркетинговой деятельности предприятий автотранспорта отображается в результатах улучшения технико-эксплуатационных показателей и их эффективного использования. Разработана методика оценки эффективности инновационной маркетинговой деятельности на основе влияния технико-эксплуатационных показателей на конечную работу транспорта. С помощью этого метода подтверждено, что в результате использования инновационных маркетинговых мер в АО «Урта Осие Транс» можно добиться годового экономического эффекта на сумму 660,0 млн. сум.

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING OF THE SCIENTIFIC
DEGREES DSc.27.06.2017.I.16.01 AT THE TASHKENT STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

QAXXOROV AVAZ JAMOLOVICH

**IMPROVING THE INNOVATION MARKETING ACTIVITY
AT THE AUTOMOBILE TRANSPORT SYSTEM OF
UZBEKISTAN**

08.00.11 – Marketing

**ABSTRACT OF THE DISSERTATION OF THE DOCTOR OF
PHILOSOPHY (PhD) IN ECONOMIC SCIENCES**

TASHKENT –2018

The theme of doctoral dissertation (PhD) was registered under number 30.09.2014/B2014.5.1337 at the Supreme Attestation Commission at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.

Doctoral dissertation has been prepared at Tashkent State University of Economics

The abstract of dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian and resume in English) on the website www.tdiu.uz and on the website of «Ziyonet» information and educational portal www.ziyonet.uz.

Scientific supervisor:

Fattakhov Adikhamjon Azizovich
Doctor of Economic Sciences, Professor

Official opponents:

Yuldashev Ravshan Zokirovich
Doctor of Economic Sciences, Professor

Zokhidov Azamat Azamovich
Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor

Leading organization:

**Tashkent Institute of Design, Construction
and Maintenance of Automobile Roads**

The defense of the dissertation will take place on _____ “__”, 2018 at __ at the meeting of Scientific council No. DSc.27.06.2017.I.16.01. at Tashkent state university of economics. Address: 100003, Tashkent city, Islam Karimov street, 49, e-mail: tdiu@tdiu.uz.

The doctoral dissertation can be reviewed at the Information resource center of Tashkent state university of economics (registered under number __). Address: 100003, Tashkent city, Islam Karimov street, 49. Tel.: (99871) 239-28-72, fax: (99871) 239-43-51, e-mail: tdiu@tdiu.uz.

The abstract of dissertation sent out on “__” _____ 2018.

(mailing report No _____ on “__” _____ 2018).

B. Khodiev
Chairman of the scientific council for awarding
scientific degrees, Doctor of Economic Sciences, Professor

A.Samadov
Scientific secretary of the scientific council for awarding
scientific degrees, Candidate of Economic Sciences

M. Makhkamova
Chairman of the scientific Seminar under the scientific council for
awarding scientific degrees, Doctor of Economic Sciences, Professor

RESUME (abstract of the thesis of the Doctor of Philosophy)

The aim of the research work is to develop proposals and recommendations aimed at improving the innovation marketing system at the automobile transport system and enhancing its efficiency.

The object of the research is the automobile transport system market and its economic activity.

The scientific novelty of the research work comprised of following:

The economic mechanism of commercialization of innovative transport services based on the “use of new vehicles, transportation technologies and services” has been improved in the automobile transport system;

The system of indicators of methodology of innovation marketing potential of automobile transport enterprises enlarged and its algorithmic basis has been improved;

The group of economic, social, financial, marketing, management, technical, operational, environmental, ergonomic and security features illustrating the efficiency of innovation marketing activities in automobile transport has been elaborated;

Methodology for determining the efficiency of innovation marketing activities of automobile transport enterprises by emending the technical and operational parameter has been proposed.

Implementation of research results.

On the basis of the achieved scientific results on improvement of innovation marketing activity in the automobile transport system:

proposals on the improvement of the economic mechanism of commercialization of innovation transport services based on the use of new vehicles, transportation technologies and services in the automobile transport system have been introduced into the activity of Joint Stock Company “Central Asia Trans” under the Ministry of Foreign Affairs (Reference № 07/10-27 of JSC “Central Asia Trans” as of July 30, 2017). The application of the proposed economic mechanism of commercialization of this innovation transport services, made possible to study the situation of transport services market and to identify the main directions of innovation marketing, as well as innovative evaluation of transport services, scientific justification of consumers’ worthiness, segmentation and commercialization of transport services.

proposals on the improvement of indicators and algorithmic basis of methodology of innovation marketing capabilities in automobile transport enterprises have been implemented in the activity of JSC “Central Asian Trans” under the Ministry of Foreign Affairs (Reference № 07/10-27 of JSC “Central Asia Trans” as of July 30, 2017). The implementation process of this innovation in the JSC “Central Asian Trans” company revealed that innovation marketing activities are not at the appropriate level and innovation marketing activities have been successfully settled. In addition, this scientific innovation will enable in the future to organize marketing management at a required level and to identify the development strategy for transport services for 2017-2021 years;

The developed proposals on the group of economic, social, financial, marketing, management, technical, operational, ecological, ergonomic and security criteria which illustrate the efficiency of innovative marketing activities in automobile transport have been introduced in the activity of JSC “Central Asian Trans” under the Ministry of Foreign Affairs (Reference № 07/10-27 of JSC “Central Asia Trans” as of July 30, 2017). This enabled to make decisions on the direct use of the technique for introducing innovation marketing strategies as well a set of indicators characterizing the effectiveness of innovation marketing activities in the automobile industry take into account the characteristics of efficiency and enterprise development;

the method of determining the efficiency of innovation marketing activity of automobile transport implemented by means of changes in the technical and operational parameters has been introduced in the activity of JSC “Central Asian Trans” under the Ministry of Foreign Affairs (Reference № 07/10-27 of JSC “Central Asia Trans” as of July 30, 2017). Based on this scientific innovation, the use of innovation marketing in the “Central Asia Trans” company improved the technical performance by 3-4%, and their gross profit increased by -17%. Moreover, additional profit in the amount of 660,0 million UZS have been attained.

The volume and structure of the dissertation. The dissertation consists of introduction, three chapters, 9 paragraphs, conclusion, references and annexes. The total volume of the dissertation comprises 145 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Қаххоров А.Ж. Инновацион маркетинг замонавий корхоналарни ривожлантириш омили сифатида. // Иқтисодиёт ва таълим. –Т., 2014 йил 4-сон, 19-21 б.(08.00.00; №11).
2. Қаххоров А.Ж. Корхона фаолиятида инновацион маркетинг самарадорлигини ошириш йўллари. //Биржа эксперт–Т.,2014 йил 12-сон, 27-28 б. (08.00.00; №3).
3. Қаххоров А.Ж. Инновацион маркетингнинг иқтисодий фаолият сифатидаги мазмун-моҳиятига илмий шарҳ. // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар.–Т., 2015 йил 5-сон, 12 бет.(08.00.00; №10).
4. Қаххоров А.Ж. Автомобиль транспорти корхоналарининг инновацион салоҳияти ва уни баҳолаш. // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. – Т., 2016 йил 3-сон. 30-34 б. (08.00.00; №10).
5. Қаххоров А.Ж. Автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг салоҳиятини тадқиқ қилиш ва баҳолаш. //–Т., 2017 йил 2-сон. 26-30 б. (08.00.00; №11).
6. Kakhkharov A.J. Systematization of criteria clarifying effectiveness of innovative marketing practices in the system of road transport// International Scientific Journal Theoretical & Applied Science Year: 2017 Issue: 06 Volume: 50 Published: 24.06.2017 Impact Factor: ICV =6.630 Philadelphia, USA.
7. Kakhkharov A.J. “Uzbek Model” of development famous for the name of Islam Abduganiyevich Karimov currently appreciated by the world community. International Scientific Journal Theoretical & Applied Science Year: 2017 Issue: 12 Volume: 55 Published: 25.12.2017 Philadelphia, USA.
8. Қаххоров А.Ж. Systematic classification of affecting factors to innovation marketing activity of automobile transport companies. VIII Международное конференция по научному развитию в Евразии, которая состоялась в Австрии, г. Вена 20 мая 2016 года с. 56-64.
9. Қаххоров А.Ж. Ўзбекистонда автомобиль транспорти хизматини ривожлантириш истиқболлари. Глобал иқтисодиётни барқарор ривожлантириш ва аҳоли даромадларини кўпайтириш йўллари (Халқаро илмий-амалий анжуман материаллари) – Фарғона политехника инсититути, 2013; 113-115 б.
10. Қаххоров А.Ж. Замонавий корхоналар фаолиятида инновацияларни татбиқ этиш жараёнига таъсир этувчи омиллар. “XI аср интеллектуал авлод асри” мавзусидаги конференция (Республика илмий-амалий анжуман материаллари).–Т 2016; 107-109.
11. Қаххоров А.Ж. Ўзбекистон автомобиль транспорти тизимида инновацион маркетинг фаолиятининг ривожланиш ҳолати таҳлили. Ўзбекистоннинг экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш йўллари. Республика илмий-амалий анжумани илмий мақолалар тўплами (2017 йил 24 ноябрь).–Т.: ТДИУ, 2017й. 241-244 б.

II бўлим (II часть; II part)

12. Қаххоров А.Ж., Қодиров Т.У. Автомобиль транспорти хизматлари кўрсатиш рақобатдошлигини таъминлашнинг маркетинг концепцияси // Биржа эксперт. –Т., 2014 йил 8-сон. 57-59 б. (08.00.00; №3).

13. Қаххоров А.Ж., Фаттахов А.А., Ўзбекистон – Хитой Халқ Республикаларининг транспорт соҳасидаги ҳамкорлик муносабатларини мустаҳкамлаш масалалари.//Ўзбекистон Республикаси ва Хитой Халқ Республикаси ўртасида иқтисодий ҳамкорликни ривожлантириш истиқболлари, мақолалар тўплами Хитой, Шанхай, –2016 йил. 82-89-б.

14. Қаххоров А.Ж. Фаттахов А.А., Автомобиль транспорти хизматлари кўрсатиш бозорида инновацион маркетингни қўллаш аҳамияти. // Иқтисодиёт ва таълим. –Т., 2015 йил 4-сон, 52-57 б. (08.00.00; №11).

15. Қаххоров А.Ж., Бегматов Ш.А., Инновацион маркетингни жорий этишнинг илмий услубий муаммолари. // Иқтисодиёт ва таълим.– Т., 2016 йил 5-сон, 11 бет. (08.00.00; №11).

16. Қаххоров А.Ж. Ўрта сифимдаги автобусларнинг бозор улушини ошириш муаммолари. //Транспорт ва коммуникация соҳасининг ривожланиш тенденциялари. (Республика илмий-амалий анжуман материаллари).–ТАЙИ 2008; 228-230 б.

17. Қаххоров А.Ж. Автомобиль транспорти хизмати рақобатдошлигига таъсир этувчи омиллар.//Ўзбекистоннинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг амалий натижалари, асосий тенденциялар ва ривожланиш истиқболлари. (Республика илмий-амалий анжумани материаллари).–ТАЙИ 2008; 256-258 б.

18. Қаххоров А.Ж. Автомобиль транспорти рекламасини ташкил қилиш хусусиятлари. Миллий брендларни шакллантириш асосида Ўзбекистон иқтисодиётини инновацион ривожлантириш. (Республика илмий-амалий анжуман материаллари) – ТДИУ, 2015 й. 97-99 б.

19. Қаххоров А.Ж. Особенности формирования инфраструктуры инновационной деятельности агропромышленного комплекса республики Узбекистан. Международная научно-практическая Интернет – конференция на тему «Современное экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты рационального природопользования». 29 февраля 2016 года - Астраханская область, Россия 323-329 с.

20. Қаххоров А.Ж., Маннопова Ш.Э. О внедрении инновационного маркетинга в деятельность предприятий. XXX Международные плехановские чтения. тезисы докладов - Москва-2017. 233-236 с.

21. Қаххоров А.Ж., Азизов А.А. Инновацион маркетинг фаолиятини ташкил этиш муаммолари. Ўзбекистоннинг экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш йўллари. Республика илмий-амалий анжумани илмий мақолалар ва тезислар тўплами (2017 йил 24 ноябрь).– Т.: ТДИУ, 2017 й., –349-351 б.