

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJALAR BERUVCHI DSc.03/30.12.2020.I.16.02 RAQAMLI
ILMIY KENGASH**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

G‘IYOSIDINOV BOBURBEK BAXTIYOR O‘G‘LI

**JAMOAT TRANSPORTINING JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA
MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati
mundarijasi**

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

**Contents of dissertation abstract of the doctor of philosophy (PhD) on
economics sciences**

G'iyosidinov Boburbek Baxtiyor o'g'li

Jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan
foydalanishni takomillashtirish..... 3

Гиёсидинов Бобурбек Бахтиёр угли

Совершенствование использования маркетинговых инструментов в
повышении привлекательности общественного транспорта 23

Giyosidinov Boburbek Bakhtiyor ugli

Improving the use of marketing tools in increasing the attractiveness of
public transport 44

E'lon qilingan ishlar ro'yxati

Список опубликованных работ

List of published works 50

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJALAR BERUVCHI DSc.03/30.12.2020.I.16.02 RAQAMLI
ILMIY KENGASH**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

G‘IYOSIDINOV BOBURBEK BAXTIYOR O‘G‘LI

**JAMOAT TRANSPORTINING JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA
MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida B2023.4.PhD/Iqt3573 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Ilmiy kengash veb-sahifasida (www.tsue.uz) va «ZiyoNet» axborot-ta'lim portalida (www.ziynet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar: **Ikramov Murat Akramovich**
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Rasmiy opponentlar: **Qorriyeva Yoqutxon Karimovna**
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Berdiyev Temur Azamatovich
iqtisodiyot fanlari falsafa doktori (PhD), dotsent

Yetakchi tashkilot: **Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti**

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc.03/30.12.2020.I.16.02. raqamli ilmiy kengashning 2024 yil «14» may soat 14⁰⁰ da majlisida bo'lib o'tadi. Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi 49. Tel.: (+99871) 239-28-66; faks: (+99871) 239-01-49; e-mail: info@tsue.uz

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining kutubxonasida tanishish mumkin (1438 raqami bilan ro'yxatga olingan). Manzil: Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi 49. Tel.: (+99871) 239-28-66; faks: (+99871) 239-01-49; e-mail: info@tsue.uz

Dissertatsiya avtoreferati 2024 yil «1» 05 da tarqatildi.
(2024 yil «30» 04 da 16 -raqamli restr bayonnomasi).



G.K. Abduraxmanova

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash
raisi, i.f.d., professor

O.Dj.Djurabayev

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash
ilmiy kotibi, i.f.d., (DSc), dotsent

R.X.Karlibayeva

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash
qoshidagi ilmiy seminar raisi, i.f.d.,
professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD)dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahondagi mamlakatlarning rivojlanganlik va raqobatbardoshlik darajasi ko'p jihatdan aholi turmush farovonligini ta'minlash holatlarini ham qamrab olib, bu borada aholining jamoat transportlaridan foydalanish qulayligi va imkoniyatlarining ahamiyati ortib bormoqda. Mamlakatning, ayniqsa, shahar miqyosida, jamoat transportini rivojlantirish nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va ekologik muammolarni hal qilishga xizmat qiladi. "Dunyoda jamoat transportida rasman 7,3 mln.kishi faoliyat yuritayotgan bo'lsa, ammo norasmiy ravishda transport xizmatlari bilan yana shu miqdorning 30-40 % aholi bandligini ko'rsatib o'tish mumkin"¹. Bu esa jahonda jamoat transportining jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan samarali foydalanishning dolzarbligini namoyon etadi.

Jahon amaliyotida jamoat transportidan samarali foydalanish, nafaqat aholining transport xizmatlariga ehtiyojini qondirish, balki yirik megapolislarda xavfsizlik, shahardagi tirbandliklarni kamaytirish, iqtisodiy resurslarni tejash, atrof-muhitga zarar yetkazmaslik, xizmat sifatini oshirish borasida marketing vositalarini qo'llash bo'yicha tadqiqotlarga alohida e'tibor qaratilmoqda. Jamoat transportidan foydalanishda to'lov tizimini takomillashtirish, aholiga qulayliklar yaratish, raqamli marketing tizimini joriy etish, transportning jozibadorligini oshirish, tashuv xizmatidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, xizmatlar haqidagi ma'lumotlarni iste'molchilarga yetkazishda marketing xizmatlaridan foydalanish bo'yicha olib borilayotgan tadqiqotlar bu boradagi ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlari hisoblanadi.

O'zbekistonda urbanizatsiya jarayonining jadallashuvi, megapolis shaharlarning ko'payishi, shu jumladan, Toshkent shahridagi transport tig'izligi, atrof-muhitni saqlash ehtiyoji, aholi sonining o'sishi natijasida jamoat transportiga bo'lgan talab va ehtiyoj yil sayin ortib bormoqda. 2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "Inson qadrini yuksaltirish va erkin fuqarolik jamiyatini yanada rivojlantirish orqali xalqparvar davlat barpo etish" yo'nalishi belgilangan va shu bilan birga strategiyaning 36-maqсадida "Toshkent shahri va hududlarda jamoat transporti tizimini takomillashtirish va uning infratuzilmasini rivojlantirish" vazifasi belgilab berilgan². Mazkur vazifani samarali amalga oshirishda jamoat transporti jozibadorligini ta'minlash tamoyillarini aniqlash, kontent orqali veb-saytni linkbeyting on-line marketing vositasi bilan ommalashtirish va differensiallashuv strategiyasidan foydalanish, jamoat transportining xizmat ko'rsatish sifatini baholash metodikasini takomillashtirish, jamoat transportining jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanish, shaharda jamoat transportining ustuvorligini ta'minlash masalalarining ilmiy yechimini topishga yo'naltirilgan tadqiqot ishlari dolzarb ahamiyat kasb etadi.

¹ ILO (2020). ILO Sectorial Brief on Covid-19 and Urban Passenger Transport Services.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmoni, PF-60, 28.01.2022.

Dissertatsiya tadqiqoti O‘zbekiston Respublikasi Prezidentning 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni, 2023 yil 16 fevraldagi PQ-59-son “Jamoat transporti tizimini isloh qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2022 yil 2 fevraldagi PQ-111-son “Toshkent shahar jamoat transporti tizimini yanada rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, 2022 yil 30 dekabrda PQ-465-son “2023-2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2022 yil 22 yanvardagi PQ-98-son “2022-2024 yillarda O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2021 yil 16 oktabrdagi PQ-5260-son “Toshkent metropoliteni faoliyatining samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorlari hamda shu sohaga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda mazkur muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga bog‘liqligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. «Demokratik va huquqiy jamiyatni ma‘naviy-axloqiy hamda madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish» ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganligi darajasi. Xorijlik olimlarning ko‘plab tadqiqotlarida transport xizmatlari bozorida marketing vositalaridan foydalanish ilmiy xulosalar shakllantirilgan. Xususan, F.Kotler, K.L.Keller, Dj.Igan, N.K.Malxotra, Dj.Barnett, S.Moriarti, E.Dixtl, X.Xershgen, K.Lavlok, J.Landrevi, J.Levi, D.Lindon, J.J.Lamben³ va boshqa xorijlik olimlarning ilmiy ishlarida o‘rganilgan.

MDH mamlakatlari olimlaridan yo‘lovchi tashish xizmatlari bozorini rivojlantirishning marketing konsepsiyalari va strategiyalaridan foydalanish masalalari V.G.Galaburda, N.V.Karelin, A.Yu.Klinskova, S.M.Korenkova, D.A.Marinov, D.X.Nesterenko, A.R.Raxmatulina, S.D.Fayzulloeva, A.I.Sibulskiy, N.V.Yakunina⁴ va boshqalarning tadqiqotlarida keng bayon etilgan.

³ Котлер Ф., Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф.Котлер 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. -464 с., Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент., 14-изд. – СПб.: Питер, 2014. -800с., Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений: Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Дж.Иган; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2008. -375 с.; Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. – М.: Вильямс, 2002-960 с., Барнетт Дж., Морриарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. 1-е издание, 2001 год // по материалам сайта <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a44.htm>, Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. – М.: Высшая школа. ИНФРА-М, 1996. – 215с., Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. – М.: СПб, Киев: Вильямс, 2005 -997с., Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментации рынка. – СПб.: Питер, 2001 -240с. Ландреви Ж., Леви Ж., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга / Пер. с франц.: В 2т. –Т.2. – М.: МЦФЭР, 2006 -512 с., Чевертон П. Теория и практика современного маркетинга: полный набор стратегий, воситаов и техник / Пер с англ. В.Н.Егорова. – М.: ФАИР-Пресс, 2002. -603 с.; Stephen V. The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850-2000. – London and New York; Spon Press, 1998. -269с.; Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. – СПб.: Наука, 2006. -589с.

⁴ Галабурда В.Г., Бубнова Г.В., Иванова Е.А. Транспортный маркетинг; под ред. В.Г.Галабурды. – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. -452с., Карелин Н.В. Формирование комплекса маркетинга городских пассажирских перевозок на основе инновационного подхода; Дисс.к.н., Оренбург 2020, Клинскова А.Ю. Разработка организационно-методических основ управления маркетингом в транспортно-экспедитерской компании. Дисс. к.н. – Москва , 2005., Коренькова С.М. Управление маркетинговой деятельностью в системе пассажирского транспорта общего пользования в

O‘zbekistonlik iqtisodchi olimlardan A.Sh.Bekmurodov, M.R.Boltabayev, M.A.Ikramov, M.N.Irisbekova, M.B.Kalonov, N.M.Nabiyeva, Sh.J.Ergashxodjayeva va boshqalarning tadqiqot ishlari xizmatlar bozorini rivojlantirish strategiyasi va innovatsion usullardan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslarini yaratishga qaratilgan⁵. Shuningdek, transport tizimini rivojlantirishning marketing muammolari B.I.Abdullayev, T.A.Berdiyurov, M.M.Ziyayeva, A.A.Nazarov, Z.N.Raxmatov, S.A.Salimov, G.A.Samatov, K.U.O‘ljaboyev, S.A.Yuldasheva, A.J.Qaxxorov, Ya.K.Karriyeva tomonidan bajarilgan ilmiy ishlarda o‘z aksini topgan⁶.

Respublika olimlari tomonidan amalga oshirilgan ilmiy tadqiqotlarga qaramay, shahar jamoat transporti faoliyatini tashkil etish, uning jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan samarali foydalanish, yo‘lovchilarni tashish xizmatining rivojlanish xususiyatlarini hisobga olish bilan bog‘liq masalalar tizimli ravishda tadqiq etilmagan. Aynan shu holat mazkur dissertatsiya ishi mavzusini tanlash, uning maqsad va vazifalarini belgilashda asos sifatida xizmat qiladi.

Dissertatsiya mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta‘lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejasi bilan bog‘liqligi. Dissertatsiya ishi Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq ilmiy loyiha doirasida amalga oshirilgan.

муниципальном образовании. Дисс. к.н. – Орел, 2007, Мартынов Д.А. Регулирование качества обслуживания населения автобусным транспортом в регионе. Дисс. к.н. – Москва, 2013, Нестеренко Д.Х. Методика повышения привлекательности городских пассажирских автомобильных перевозок на основе управления структурой транспортных потоков. Дисс. к.н. – Оренбург, 2021, Рахматулина А.Р. Методические положения повышения качества услуг городского общественного транспорта. Дисс. к.н. – Самара, 2014, Файзуллоева С.Дж. Развитие системы организации управления услугами городского пассажирского автомобильного транспорта. Дисс. к.н. – Душанбе, 2019, Цыбульский А.И. Регулирование деятельности городского пассажирского транспорта как социально-экономической системы. Дисс. к.н. – Москва, 2002., Якунина Н.В. Методология повышения качества перевозок пассажиров общественным транспортом. Дисс. д.н. – Оренбург, 2013.

⁵ Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S. va Ergashxodjayeva Sh.J. Strategik marketing. O‘quv qo‘llanma. – T.: TDIU, 2010-y. -178b.; Boltabayev M.R. To‘qimachilik sanoatida marketing strategiyasi. Monografiya. – T.: “Fan” nashryoti, 2004.-224-b. 47-b.; Ikramov M.A., Pardaev M.O., Abduhalilova L.T. Marketing tadqiqotlarida statistik tahlil. Darslik. – T., 2022.; Irisbekova M.N. Marketing tamoyillari asosida transport xizmatlari bozorini optimallashtirish. DSc dissertatsiyasi, TAYI, 2017.; Kalonov M.B. Avtomobil transporti korxonalarida xarajatlar hisobini takomillashtirish. DSc dissertatsiyasi, TAYI, 2018 y.; Nabiyeva N.M. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini rivojlantirishning marketing strategiyasini ishlab chiqish. –PhD diss. avtoref., TDIU, 2021 y.; Ergashxodjayeva Sh.Dj. Marketing tadqiqotlari. //Архив научных исследований, 2020. – №. 13.-129-130-b.

⁶ Abdullayev B.I. Shahar avtobus yo‘nalishlarida transport xizmati sifat ko‘rsatkichlarini takomillashtirish. –PhD dissertatsiyasi, TAYLQEI, 2019.; Berdiyurov T.A. Jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanishni takomillashtirish. –PhD dissertatsiyasi, TDIU, 2021.; Ziyayeva M.M. Xizmatlar bozorini rivojlantirishning marketing strategiyasi. DSc dissertatsiyasi, TDIU, 2018.; Nazarov A.A. Logistik tizimlarda yo‘lovchilar oqimiga transport xizmati ko‘rsatish jarayonlarini baholash va bashorat qilish. DSc dissertatsiyasi, TDTU, 2020. Raxmatov Z.N. Temir yo‘l yo‘lovchi tashish sohasida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanish usullarini takomillashtirish. Monografiya, TDTU, 2022.; Salimov S.A. Marketingni boshqarish. Darslik. – Toshkent, 2010.; Samatov G.A. Региональный пассажирский автотранспорт: организация эффективность и перспективы развития. – Tashkent: Fan, 1989.-136 s. Uljabaev K.U., Yarashova V.K. Uzoq muddatli istiqbolda O‘zbekiston transportining strategik rivojlanishning ustuvorliklari va yo‘nalishlari. Транспорт Шёлкового Пути, №1–2, 2019.; Yuldasheva S.A., G‘iyosidinov B.B.. Marketing And Information Support In Public Sector. European Journal of Molecular & Clinical Medicine Volume 08, Issue 01, 2021; Qaxxorov A.J. Iste‘mol tovarlari bozorida marketing tadqiqotlari. – PhD dissertatsiya avtoreferati, TDIU, 2018y.; Ya.K.Qorriyeva O‘zbekistonni jaxon bozoriga chiqishi uchun xalqaro yo‘laklardan samarali foydalanishning logistik transport muammolari. Iqt.fan.dok. diss. avtoref. – Toshkent, 2004.

Tadqiqotning maqsadi jamoat transportining jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

jamoat transporti tushunchasining mohiyati va ahamiyatini yoritib berish;
yo'lovchilarni tashuvini tashkil etishda marketing vositalaridan foydalanishning ilmiy-uslubiy asoslarini tadqiq etish;
shaharning ijtimoiy va iqtisodiy muammolarini hal etishdagi jamoat transportining o'rnini tahlil qilish va uning jozibadorligi nimadan iborat ekanligini o'rganish;

jamoat transportining xususiyatlarini e'tiborga olgan holda yo'lovchi tashish xizmatlarini segmentlash prinsiplarini tadqiq etish;

rivojlangan mamlakatlarda jamoat transporti faoliyati, uning ustuvorligini ta'minlash orqali jozibadorligini oshirish va bu jarayonlardagi marketing vositalaridan foydalanish tajribasini tahlil qilish;

“Toshshahartransxizmat” AJning marketing konsepsiyasini takomillashtirish va uni amalga oshirish algoritmini ishlab chiqish;

“Toshshahartransxizmat” AJ marketing salohiyatini baholash uslubiyotini takomillashtirish;

Toshkent shahrida jamoat transporti samaradorligini oshirishda interfaol marketing kommunikatsiyalarini takomillashtirish.

Tadqiqotning obyekti “Toshshahartransxizmat” AJning yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish faoliyati hisoblanadi.

Tadqiqotning predmeti jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirish jarayonida yuzaga keluvchi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot jarayonida ilmiy abstraksiya, mantiqiy va taqqoslama tahlil, ekspert baholash, statistik guruhlash, korrelyatsion-regression tahlil, kuzatuv, so'rov va tadrijiy usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

shahar atrofidagi aholi punktlaridan oraliq bekatlarsiz bevosita shahar markaziga qatnovchi jamoat transportlari uchun tezyurar yo'laklar ajratish, shaharga kirish joylarida yirik zamonaviy xavfsiz, qulay, raqamlashtirilgan smartparkinglarni joriy etish orqali yo'llardagi tirbandlikni bartaraf etish taklifi asoslangan;

aholi uchun jamoat transporti xizmatidan foydalanganlik uchun to'lov kartalari funksiyalarini kengaytirish, yo'lovchilarga to'lov kartalaridan foydalanish uchun rag'batlantiruvchi “yo'l haqidagi qaytimlar” taqdim etish hamda bevosita jamoat transportida yurgan masofa uchun haq to'lash tizimini yo'lga qo'yish orqali jamoat transportining jozibadorligini oshirish taklifi asoslangan;

Toshkent shahridagi jamoat transporti tomonidan aholiga yo'lovchi tashish xizmatlari ko'rsatish madaniyati va sifatini ta'minlashda jamoat transportiga ehtiyojning 2030 yilga qadar o'sish prognozi ishlab chiqilgan;

shahar jamoat transportini rivojlantirish strategiyasini baholovchi ko'rsatkichlar (aholi soni, oila a'zolarining o'rtacha soni, daromad, xarajat, ish haqi, savdo hajmi, kishi boshiga to'g'ri keladigan avtomobillar soni, jamoat transportiga taqdim

etiluvchi dotatsiya va h.k.) asosida Toshkent shahrida 2030 yilgacha jamoat transporti xizmatini takomillashtirish bo'yicha prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

jamoat transportining jozibadorligini oshirishda yo'lovchilarning xizmat sifatiga qarashlari nuqtai nazaridan qulaylik, axborot bilan ta'minlanganlik, o'rnatilgan tartib-qoidalarga rioya qilish, ishonchlilik, hammaboplik va xamyonboplik tamoyillari takomillashtirilgan;

jamoat transportining jozibadorligini oshirishda kontent orqali veb-saytni linkbeyting on-layn marketing vositasi bilan ommalashtirish va differensiallashuv strategiyasidan foydalanish taklifi asoslangan;

jamoat transportining xizmat ko'rsatish sifatini baholash metodikasi bosib o'tilgan yo'l, yo'lovchi tashuvini belgilangan muddatda amalga oshirish, harakatlanish tezligini jadallashtirish va ekologik ko'rsatkichlarni e'tiborga olish asosida takomillashtirilgan;

mijozga yo'naltirilgan konsepsiyasiga mos marketing vositalaridan foydalanish talablari ishlab chiqilgan;

shahar transport xizmatlari bozoridagi iste'molchilar xatti-harakati va xohishlarini o'zgarishiga tezkor munosabat bildirish, marketing vositalaridan unumli foydalanish asosida jamoat transportining jozibadorligini oshirish algoritmi taklif etilgan;

yo'lovchilarning geografik joylashuvi, qulayligi, ekologik talablarga javob beruvchi transport vositalari va yo'nalishlarini marketing vositalari yordamida tanlash modeli taklif etilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ularni taniqli iqtisodchi olimlarning marketing vositalaridan foydalanish orqali xizmat ko'rsatish madaniyati va sifatini oshirish borasidagi ilmiy-nazariy fikrlarni qiyosiy va tanqidiy tahlil qilish, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi, "Toshshahartransxizmat" AJning statistik va buxgalteriya hisobotlari, muallifning marketing tadqiqotlari hamda boshqa rasman e'lon qilingan amaliy ma'lumotlar tahliliga asoslanganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot ishining ilmiy ahamiyati unda ilgari surilgan nazariy-uslubiy tavsifdagi xulosa va takliflardan jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan samarali foydalanish siyosatini ishlab chiqish, xizmat ko'rsatuvchi korxonalarining marketing dasturlarini ishlab chiqish, iste'molchilar bilan raqamli aloqalar o'rnatish tizimini yaratishga bag'ishlangan ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati unda ilgari surilgan amaliy tavsifdagi xulosa va takliflardan jamoat transporti korxonalarida istiqbolli marketing kommunikatsiya dasturlarini ishlab chiqish, ularga ustuvorlik berish hisobidan iste'molchilarning xizmatdan qoniqish darajasini oshirish, ekologiya talablariga javob berish hamda aholiga xizmat qilish samaradorligini oshirishda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Jamoat transportining jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

shahar atrofidagi aholi punktlaridan oraliq bekatlarsiz bevosita shahar markaziga qatnovchi jamoat transporti uchun tezyurar yo'laklar ajratish, shaharga kirish joylarida yirik zamonaviy xavfsiz, qulay, raqamlashtirilgan smartparkinglarni joriy etish orqali yo'llardagi tirbandlikni bartaraf etish taklifi "Toshshahartransxizmat" AJning faoliyatiga joriy etilgan (O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024 yil 16 fevraldagi 4/1239-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida tashilgan yo'lovchilar sonini 5,4 foizga oshirish imkoni yaratilgan;

aholi uchun jamoat transporti xizmatidan foydalanganlik uchun to'lov kartalari funksiyalarini kengaytirish, yo'lovchilarga to'lov kartalaridan foydalanganlik uchun rag'batlantiruvchi "yo'l haqidagi qaytimlar" taqdim etish hamda bevosita jamoat transportida yurgan masofa uchun haq to'lash tizimini yo'lga qo'yish orqali jamoat transporti jozibadorligini oshirish taklifi "Toshshahartransxizmat" AJ faoliyatiga joriy etilgan (O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024 yil 16 fevraldagi 4/1239-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida marketing salohiyati asosida yo'lovchi aylanmasini 3,8 foizga oshirish imkoni yaratilgan;

Toshkent shahridagi jamoat transporti tomonidan aholiga yo'lovchi tashish xizmatlari ko'rsatish madaniyati va sifatini ta'minlashda jamoat transportiga ehtiyojning 2030 yilga qadar ishlab chiqilgan o'sish prognozi "Toshshahartransxizmat" AJ faoliyatiga joriy etilgan (O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024 yil 16 fevraldagi 4/1239-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida jamoat transportiga ehtiyojning uzoq muddatli istiqboldagi o'zgarish parametrlari aniqlanib, ularning shahar jamoat transporti faoliyatini rivojlantirish imkoniyatlariga muvofiqligini ta'minlash imkoni yaratilgan;

shahar jamoat transportini rivojlantirish strategiyasini baholovchi ko'rsatkichlar (aholi soni, oila a'zolarining o'rtacha soni, daromad, xarajat, ish haqi, savdo hajmi, kishi boshiga to'g'ri keluvchi avtomobillar soni, jamoat transportiga taqdim etiluvchi dotatsiya) asosida Toshkent shahrida 2030 yilgacha ishlab chiqilgan jamoat transporti xizmatini takomillashtirish bo'yicha prognoz ko'rsatkichlari "Toshshahartransxizmat" AJ faoliyatiga joriy etilgan (O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024 yil 16 fevraldagi 4/1239-son ma'lumotnomasi). Buning natijasida Toshkent shahar transport boshqarmasining 2030 yilga qadar marketing dasturlari va yo'lovchilar oqimi prognozlarini ishlab chiqish imkoni yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari, 2 ta xalqaro va 2 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinishi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 15 ta ilmiy ish, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 11 ta maqola, jumladan, 5 tasi respublika va 6 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Dissertatsiyaning hajmi va tuzilishi. Dissertatsiya tarkibi kirish, 3 ta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 149 betni tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsadi va asosiy vazifalari, obykti va predmeti shakllantirilgan, tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga bog'liqligi ko'rsatilgan, tadqiqotning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon qilingan, olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati yoritib berilgan, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy etilishi, aprobatsiyasi, nashr etilgan ishlar va dissertatsiya tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Jamoat transportining jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanishning nazariy va uslubiy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobida jamoat transportining shahar infratuzilmasi tarkibidagi ahamiyati, jamoat transportini takomillashtirish prinsiplari hamda marketing vositalaridan foydalanish bosqichlari tadqiq qilingan.

Aholining transport xizmati bilan ta'minlash, shaharlardagi jamoat transporti tizimida marketing faoliyatini takomillashtirish, uning asosida xizmat ko'rsatish hajmi, sifati va madaniyatini oshirish hozirgi kundagi asosiy muammolardan biri hisoblanadi. Ayniqsa iqtisodiyotning globallasuvi, “Yashil iqtisodiyot” talablari oshishi, dunyoda bo'lib o'tayotgan turli xil inqirozlar ham ushbu muammoning hal etilishiga sabab bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 16 fevralda qabul qilingan “Jamoat transporti tizimini isloh qilish chora-tadbirlari to'g'risida”gi qarorida so'ngi yillarda aholiga avtotransport xizmati ko'rsatishni yaxshilash, jamoat transporti yo'nalishlari tarmog'ini kengaytirish va harakat tarkibini zamonaviy, ekologik toza avtobuslar bilan yangilash bo'yicha keng ko'lamlı ishlar olib borilayotgani ta'kidlandi⁷.

Jamoat transporti o'ziga hos afzalliklariga ega bo'lib, ular tirbandlikning oldini olish; atrof-muhitga aks ta'sir ko'rsatmaslik; mablag'ni tejash; insonning jismoniy harakatini yaxshilash; tabiiy va yoqilg'i resurslar kamayishining oldini olish; xavfsizlikni ta'minlash va boshqa ijobiy natijalarga olib kelishi mumkin.

Shuningdek jamoat transportining ham bir qator joy uchun kurash, zaruratga ko'ra, shahar hududida poyga qilish; jamoat transportining noqulay yo'nalishlari mavjudligi; jamoat transporti tezligi xususiy turidan pastligi; manzilga jamoat transporti bormasligi yoki transport turlari almashuviga ehtiyoj; gigiyenik talablarga javob bermasligi va boshqa shunga o'xshash kamchiliklari mavjud.

Jamoat transportining jozibadorligi, muallifning fikricha, boshqa transport vositalaridan raqobat ustunligi, yo'lovchilar ehtiyojini to'liqroq qondirish borasida o'ziga jalb etish va bir manzildan ikkinchisiga yetkazib borishni tezkor, qulay hamda sifatli amalga oshirilish holatiga aytiladi.

⁷ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 16-fevraldagi “Jamoat transporti tizimini isloh qilish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-59-sonli qarori.

Jamoat transporti faoliyatini tashkil etuvchi boshqaruv organlari, o'z navbatida, jamoat transportidan foydalanish afzalligini ko'rsatishi, ulardan samarali tashkil etuvchi yo'nalishlar tashkil etish, jadvallarni tashkil etish, jamoat transportining to'xtash joylarida yo'lovchilarga qulaylik yaratish, yengil avtomobillarning harakatlanishini chegaralash, avtobuslar alohida yo'laklarini tashkil etish, "park and ride" (avtomobil to'xtash joyigacha yetib borish va jamoat transportiga o'tish) tizimini rivojlantirishdan iborat.

Jamoat transporti tizimidagi marketing faoliyati boshqaruvining asosiy maqsadi tashuv sifatini ko'tarish va shu asosda hajmlarni oshirishdan iborat.

Bu maqsaddan kelib chiqqan holda jamoat transportidagi marketing faoliyatining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

1. Transport xizmatidan foydalanuvchilar ehtiyojini o'rganish.
2. Transport xizmatining sifati va madaniyatini oshirish.
3. Jamoat transportining infratuzilmasini rivojlantirish.
4. Iste'molchilarning xohish-istaklarini e'tiborga olgan holda ularning xatti-harakatlarini boshqarish.
5. Jamoat transport xizmatlarini aholiga yetkazish va undan foydalanishni rag'batlantirish.
6. Jamoat transporti mavqeyini (imijini) oshirish.
7. Jamoat bilan kommunikatsiyalarni tashkil etish.
8. "Yashil iqtisodiyot" talablarini amalga oshirish.

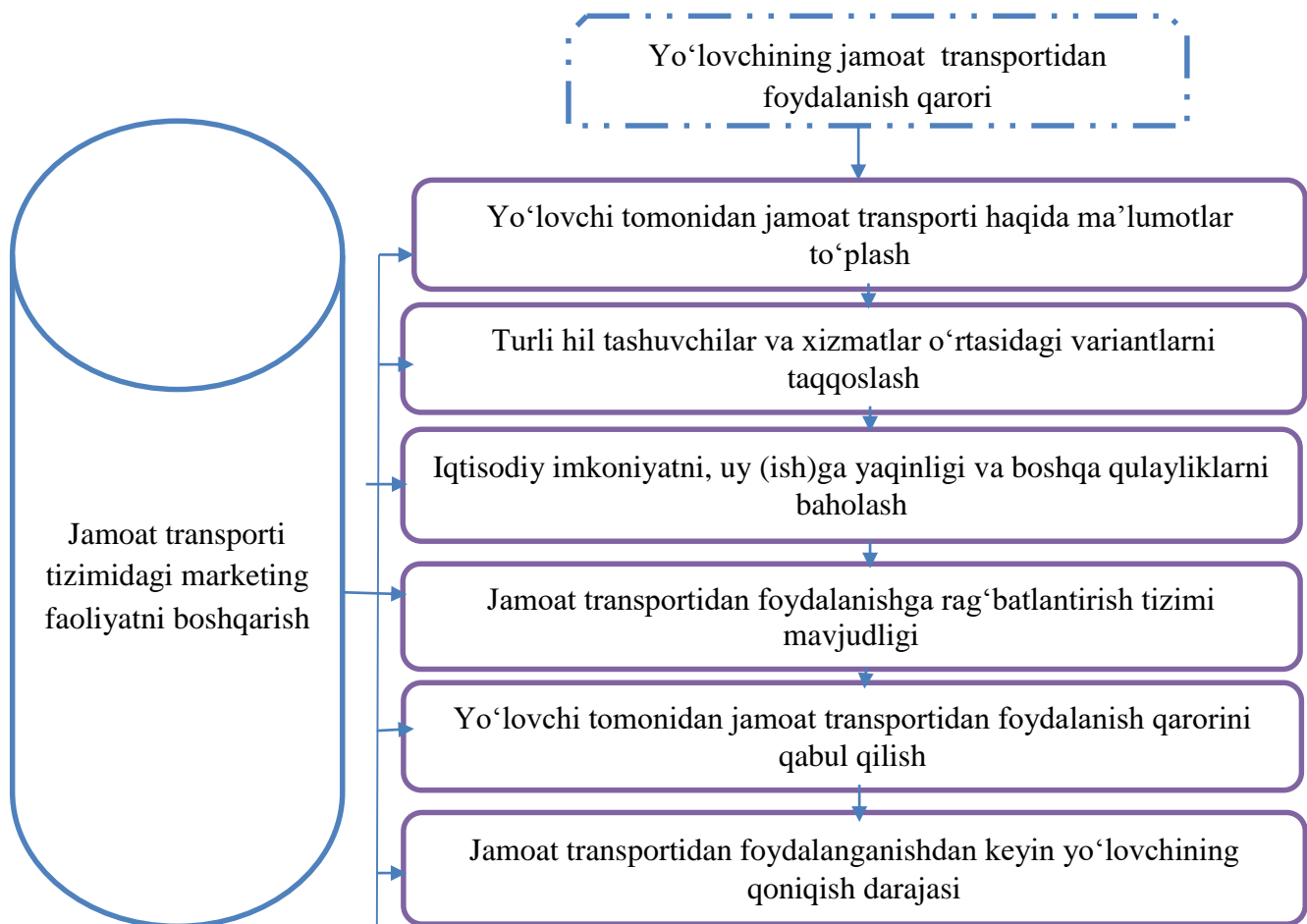
Bu vazifalarni samarali bajarish uchun jamoat transportining marketing faoliyati boshqaruvining asosiy talablari, ya'ni prinsiplarini takomillashtirish zarur.

Jamoat transportini samarali tashkil etishdagi asosiy prinsiplar toifasiga, ya'ni mavjud talablar qatorida xavfsizlik; tashuvni amalga oshirish; o'rnatilgan tartib-qoidalariga rioya qilish; axborot bilan ta'minlash, ishonchlilik; hammabop va hamyonboplik prinsiplarini qo'llash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Jamoat transportida marketing faoliyati boshqaruvida teskari aloqa prinsipi asosiy prinsiplardan biri hisoblanadi. Uning sababi marketologlar qo'llovchi bir tomonlama aloqa (reklama, imtiyozli takliflar, ma'lumotnomalar, prays-varaqalar, tovar va xizmat to'g'risida bosma materiallar, kafolat talonlari), iste'molchilarga kerakli ma'lumotlarni yetkazish hamda ularning bo'lajak xatti-harakatini shakllantirish uchun ikki tomonlama kommunikatsiya bilan almashtirish ehtiyojidan kelib chiqadi.

Yo'lovchining jamoat transportida harakatlanishni tanlash qaroriga jamoat transportining marketing faoliyatini boshqarish kuchli ta'sir ko'rsatadi (1-rasm).

Tadqiqotlar natijasida jamoat transportidagi kengaytirilgan marketing vositalarining xizmat yoki mahsulot, narx, joy, siljitish harakatlanish, insonlar, jismoniy muhit, transport xizmatini amalga oshirish jarayoni va unda qo'llanilayotgan usullar xususiyatlar aniqlanib, umumlashtirilgan.



1- rasm. Yo'lovchining jamoat transportidan foydalanishiga marketing faoliyatining ta'siri⁸

Dissertatsiyaning “**Jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanish holati tahlili**” deb nomlangan ikkinchi bobida xorijiy davlatlar tajribasi va yirik konsalting kompaniyasi McKinzeyning 25 ta shaharlarda o'tkazgan tadqiqotlari hamda “Toshshahartransxizmat” AJning marketing faoliyati o'rganilib, jamoat transportining jozibadorligini oshirish bo'yicha amaliy tavsiyalar berilgan.

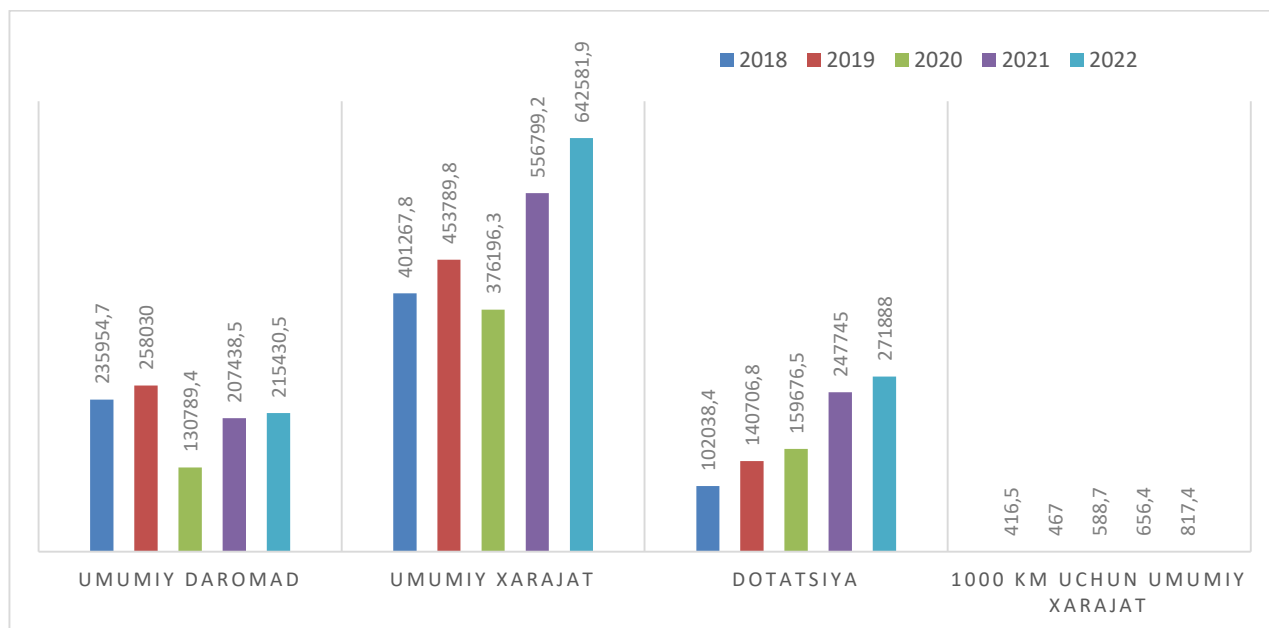
Shahar aholisi soni oshishi, jamoat transportiga ham ehtiyoj ortishiga olib kelmoqda. 1-jadvalda Toshkent shahrining doimiy aholisi soni to'g'risidagi ma'lumotlar jamlangan. Jadvalga ko'ra, 2023 yilda Toshkent shahri aholisining o'sish darajasi 2011 yilga nisbatan 659,9 ming kishiga (2956,4-2296,5) ortgan, yoki 1,29 marta oshganini ko'rish mumkin. 2022 yilga nisbatan esa o'sish sur'ati 103,3 foizni tashkil etgan. Agar shaharga mehmonlar tashrifi oshayotganligi e'tiborga olinsa, Toshkent shahrida jamoat transportiga ehtiyoj yanada oshayotganligini kuzatish mumkin.

⁸ Muallif ishlanmasi.

**Toshkent shahrining doimiy aholisi soni to‘g‘risida ma’lumot
2023 yil 1 yanvar holatiga, ming kishi⁹**

Ko‘rsatkichlar nomi	Yillar												
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jami, ming kishi	2 296,5	2 309,3	2 340,9	2 352,9	2 371,3	2 393,2	2 424,1	2 464,9	2 509,9	2 571,7	2 694,4	2 862,4	2 956,4
Yillik ko‘payishi, ming kishi	62,2	12,8	31,6	12,0	18,4	21,9	30,9	40,8	45,0	61,8	122,7	168,0	94,0
O‘sish sur‘ati	102,8	100,6	101,4	100,5	100,8	100,9	101,3	101,7	101,8	102,5	104,8	106,2	103,3

Havoni ifloslantiruvchi asosiy antropogen omillar ro‘yxatida avtomobil transporti birinchi o‘rinni egallashi hamda umumiy zararining 40 foizi Yer yuzida harakatlanayotgan avtomobillar hissasiga to‘g‘ri kelishi, qolgan zararining 20 foizi energetika sanoati, 14 foizi korxonalar va tashkilot ishlab chiqarishi, 26 foizi qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi, maishiy kommunal xo‘jaligi va boshqa sohalar sababli yuzaga kelayotganini kuzatish mumkin. Bitta avtomobil bir kunda 10-12 litr benzin yonilg‘isini sarflaganda, atmosfera havosiga 25 kilogrammcha zararli kimyoviy birikmalar chiqarib, yil davomida harakatlangan avtomobil esa 4 tonnadan ortiq kislorodni yo‘qotishga hissa qo‘shadi¹⁰.



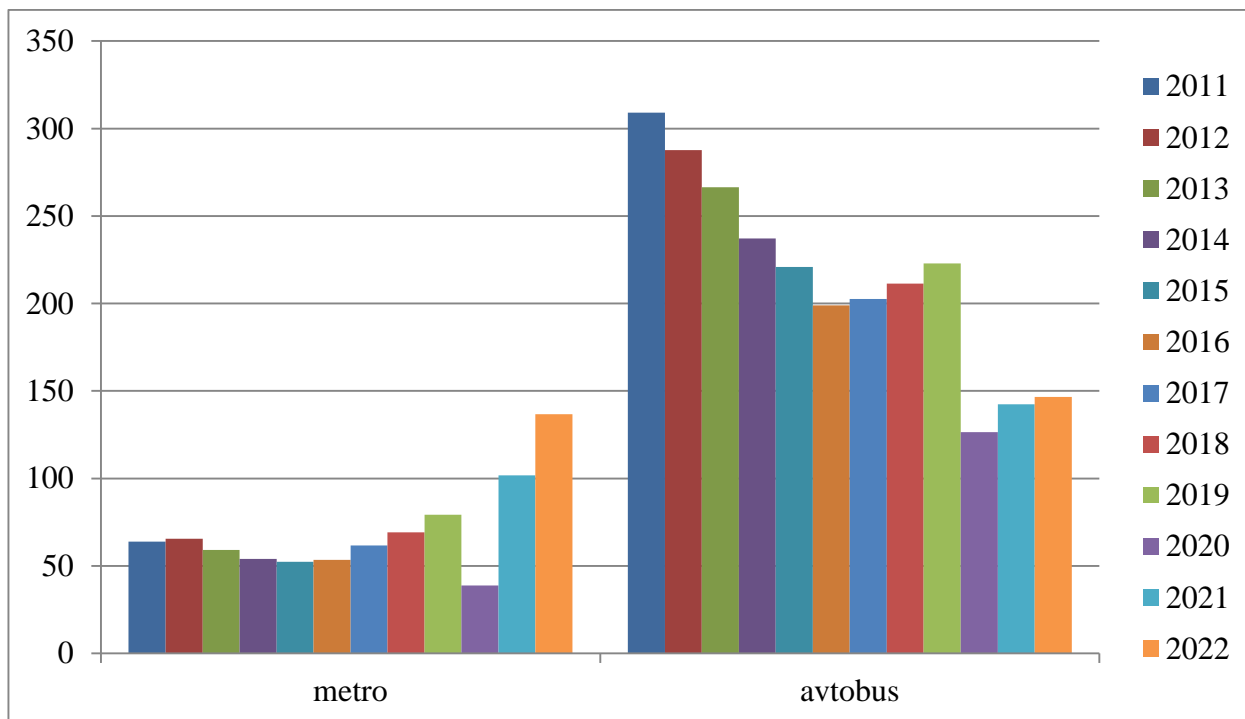
2-rasm. “Toshshahartransxizmat” AJ faoliyati moliyaviy ko‘rsatkichlari (mln.so‘m)¹¹

⁹ www.stat.uz

¹⁰ Mimgboyeva D.O. Atrof-muhitning ifloslanishida avtomobil va undan chiqadigan og‘ir metallarning ta‘siri hamda ekologik holatining o‘zgarishiga olib keluvchi sabablar. Ilm-fan va ta‘limda innovatsion yondashuvlar, muammolar, takliflar va yechimlar xalqaro ilmiy-amaliy anjumani. 2022 y.

¹¹ Muallif ishlanmasi.

Korxonaning moliyaviy ko'rsatkichlarida 2018 yil 2022 yilga nisbatan mos ravishda umumiy daromad 8,7 foizga kamaygan, umumiy xarajat esa 160,1 foizga, shahar hokimyatidan olinadigan dotatsiya miqdori 266 foizga, 1000 km uchun umumiy xarajat miqdori esa 196 foizga ortayotganligini ko'rish mumkin (2-rasm).



3-rasm. Tashkent shahrida metro va avtobusda tashilgan yo'lovchilar (mln. yo'lovchi)¹²

3-rasmda 2011 yildan 2022 yilga nisbatan yo'lovchi tashish ko'rsatkichi avtobus transportida 47 foizga kamayib borganligi, metrodan foydalanuvchilar esa 216 foizga ortayotganini kuzatish mumkin. Pandemiya davrida yo'lovchilar soni keskin kamayib ketgan, lekin keyingi yillarda foydalanuvchilar sonining o'sish sur'ati mavjud. 2011 yilga nisbatan hozirgi kunga kelib, shaxsiy avtomobillar soni ortishi ham jamoat transportidan foydalanish ko'rsatkichiga ta'sir ko'rsatmoqda.

Toshkent shahrida xizmat qiluvchi sakkizta avtobus saroyi mavjud bo'lib, ularda sifatli xizmatni amalga oshirish uchun texnik va tashkiliy ko'rsatkichlarini jamlashga harakat qilindi. Hozirgi kunda Toshkent shahri bo'yicha ja'mi 1550 ta elektrobus, 600 ta 950 ta metan gazda ishlovchi avtobus transportlaridan foydalaniladi. Hozirgi kunda jami 148 ta avtobus yo'nalishlari mavjud bo'lib, ularning kunlik o'rtacha yurish masofasi 265,2 kmni, o'rtacha tezligi esa 22,5 km/sni tashkil etadi¹³. Toshkent metrosining umumiy uzunligi 59,5 kmdan ortiq bo'lib 43 ta stansiya faoliyat yuritib, unda o'rtacha kunlik yo'lovchi tashish hajmi 450-480 ming nafarni tashkil qiladi¹⁴.

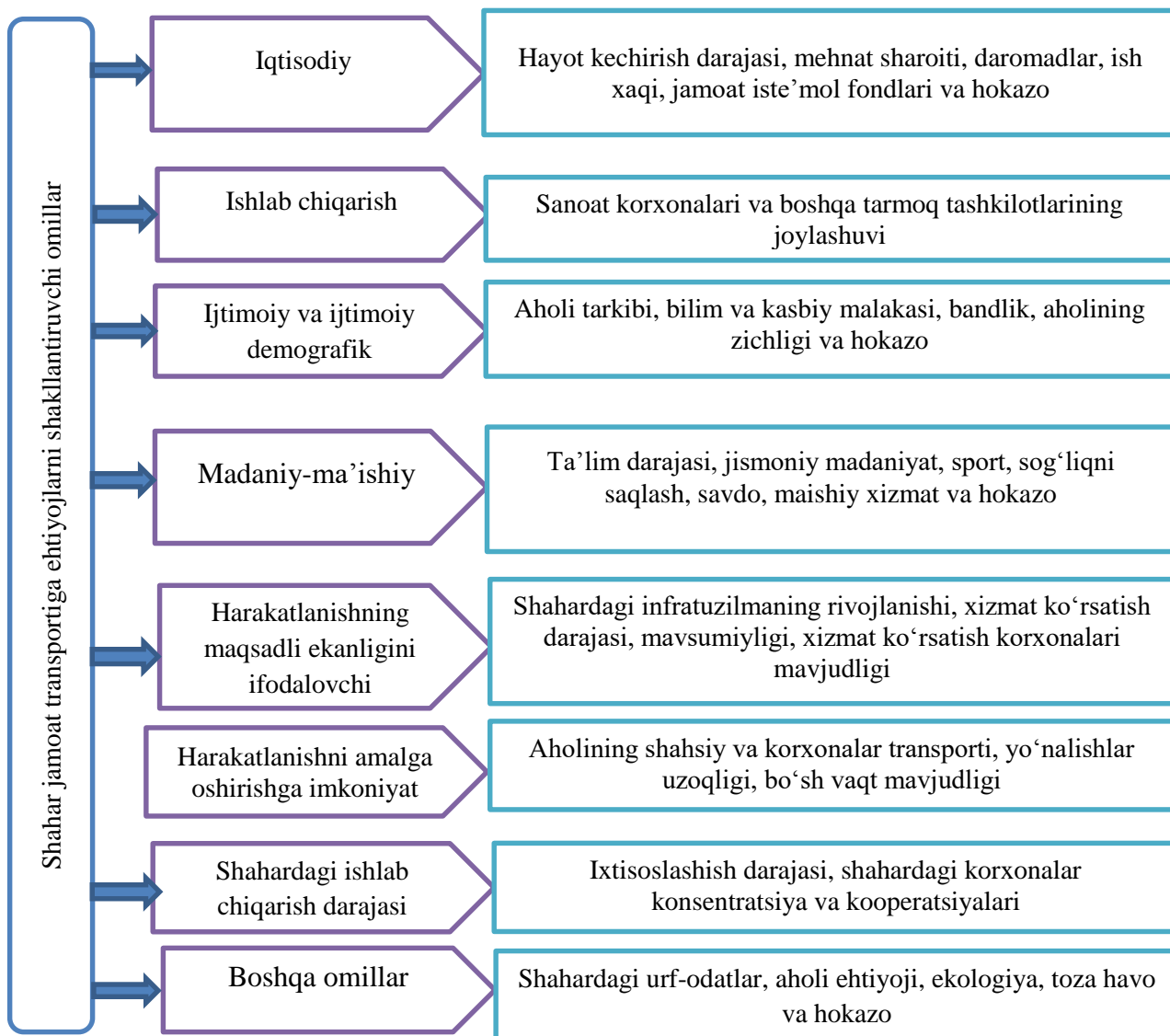
¹² Muallif ishlanmasi

¹³ www.tashbus.uz

¹⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 2 fevraldagi "Toshkent shahar jamoat transporti tizimini yanada rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-111-sonli qarori.

Toshkent metropoliteni eng xavfsiz, ekologik toza va tezkor vosita hisoblanadi. Albatta, u respublikamizda nafaqat tez va qulay xizmat ko'rsatish, balki yo'l-transport hodisalari qurbonlarini ham kamaytirishga sabab bo'ladi. Masalan, 2021 yilda respublikamiz miqyosida 10001 ta yo'l-transport hodisasi rasman qayd etilgan, 2426 kishi halok bo'lgan, 9230 kishi turli darajadagi tan jarohanlari olgan¹⁵.

4-rasmda muallif tomonidan jamoat transportiga ehtiyojlarni hisobga olgan holda xizmat sifati va madaniyatini oshirishga e'tibor qaratilgan. Rasmda jamoat transportiga ehtiyojni shakllantirishda iqtisodiy, tashkiliy, ijtimoiy va boshqa omillarni tizimlashtirishga harakat qilingan.



4-rasm. Aholining jamoat transportiga ehtiyojini shakllantiruvchi omillar¹⁶

Jamoat transportiga aholi ehtiyojini o'rganishda, ulardan samarali foydalanish, eng asosiysi aholining tobora ortib borilayotgan ehtiyojini qondirishdagi ta'sir etuvchi omillarni aniqlashda muallif tomonidan marketing tadqiqotlarining barcha

¹⁵ www.yhxbb.uz

¹⁶ Muallif ishlanmasi.

vositalari, ya'ni kuzatuv, so'rov va eksperiment (tadrijiy) imkoniyatlaridan foydalanildi. Jumladan, Toshkent shahri aholisi, jamoat transporti mutaxassislari o'rtasida intervyu va so'rovnoma o'tkazildi.

So'rovnomada jami 11 ta savoldan iborat bo'lib, jamoat transportidan foydalanuvchilar o'rtasida oxirgi uch yil mobaynida 1000 dan ortiq respondentlar fikrlarini jamlash hamda ular asosida ekspert baholash imkoniyatidan foydalanildi. Aniqlanishicha, aholining aksariyati (69 %) jamoat transportidan foydalanish afzalligi uning qulayligi va arzonligi bilan baholanadi. Shu bilan birga, aholining ko'p qismi "Toshkent shahar jamoat transporti avtobus haydovchilari haqida fikringiz?" degan savolga taxminan yarmi (46, 8%), "Ko'p haydovchilar madaniyatsiz" yoki "Haydovchi avtobusni qo'pol boshqaradi" degan javob berishgan.

Ekspertlar fikrlarini o'rganish ularni muvofiqlashtirish hamda ulardan samaraliroq foydalanish borasida Kendalning W Konkordatsiya koeffitsiyentidan foydalandik. Ushbu koeffitsiyent quyidagi formula asosida topiladi:

$$W=S/[1/12 \cdot n^2(m^3-m)-n\sum T]^{17} \quad (1)$$

Hisob-kitoblar natijasida $W=0,54$ tashkil qildi. Demak, ekspertlar fikrini keltirish va Kendall W koeffitsiyenti yordamida muvofiqlashtirish inkor etilmaydi. Natijaga ko'ra, taklif etilgan ekspertlar o'rtasida ta'sir etuvchi omillarni tanlashda birlik mavjud (2-jadval).

2-jadval

Ishlab chiqarilayotgan modelning asosiy parametrlari¹⁸

Belgining ifodalanishi	Nomlanishi	O'lchov birligi
U	Jamoat transport xizmatining umumiy hajmi	mln. yo'lovchi
X ₁	Aholining miqdori	mln.kishi
X ₂	Individual avtomobillar bilan ta'minlanganlik	1000 kishiga to'g'ri kelayotgan miqdor
X ₃	Kishi boshiga daromad	ming so'm
X ₄	Oila o'rtacha hajmi	kishi
X ₅	O'rtacha ish haqi realligi	%
X ₆	Kishi boshiga yalpi ichki mahsulotning to'g'ri kelishi	ming so'm
X ₇	Chakana savdo hajmi	mln. so'm
X ₈	Jamoat transportiga sarflanayotgan xarajatlar (oila kishi boshiga)	ming so'm
X ₉	Shahar byudjetdan jamoat transportiga ajratilayotgan mablag'	mln. so'm

Olingan ko'rsatkichlar ularning haqqoniyligi va ishonchliligini ko'rsatib, ishlab chiqilgan model Toshkent shahar aholisining jamoat transportiga ehtiyojini hisoblashga yordam beradi.

¹⁷ Коренькова С.М. Управление маркетинговой деятельностью в системе пассажирского транспорта общего пользования в муниципальном образовании. Дисс. к.н. – Орел, 2017.

¹⁸ Muallif ishlanmasi.

Dissertatsiyaning “**Jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirish va samaradorligini oshirish**” deb nomlangan uchinchi bobida jamoat transporti jozibadorligi oshirishga ta’sir ko’rsatuvchi omillar, marketing konsepsiyasi, interfaol marketing kommunikatsiyalari bo’yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Jamoat transporti jozibadorligini oshirishda marketingning xizmat yoki mahsulot, narx, joy, harakatlanish, rag’batlantirish, insonlar, jismoniy muhit vositalari alohida e’tibor qaratib o’tildi.

Toshkent shahrida jamoat transportining samarali faoliyati yuritilishida hamda atrof-muhitni kamroq ifloslantiruvchi avtomobillar (elektromobil, metanda yuruvchi, gibrid va boshqalar) va toza havo hududlarini tashkil etish hamda ularni ommalashtirish bo’yicha 3-jadvalda shahar jamoat transportining rivojlanish strategiyasini baholovchi ko’rsatkichlar keltirilgan.

3-jadval

Shahar jamoat transportining rivojlanish strategiyasini baholovchi ko’rsatkichlar¹⁹

Ko’rsatkichlar	2022 yilga holat	2030 yilga maqsad
Transportning barqaror turlari foizi (jamoat transporti, piyoda yurish, velosiped)	21 %	53 %
Ommaviy tashuvning tezyurar vositalar bilan yo‘laklar miqdori	1 %	20 %
Ommaviy tezyurar yo‘laklar soni	4	11
Jamoat transporti turargohlari atrofida (500 m masofa) yashayotgan aholi miqdori	12 %	25 %
Avtomagistral yo‘llaridagi transport ulushi	10 %	25 %
Avtomobillardan jamoat transportiga almashtirish ulushi	1 %	20 %
Tashqi muhitga zarar chiqindilar chiqarish ming tonna	4,8	1,3
Transport hodisalarida halok bo‘lgan insonlar miqdorini kamaytirish	136 nafar	0
Piyoda yo‘lovchilarning halok bo‘lganlar miqdorini pasaytirish	32,5 %	0

Toshkent shahrida jamoat transportiga sharoit yaratishda quyidagi holatlar e’tiborga olinishi kerak:

barcha transport yo‘lak va turlaridan unumli foydalanuvchi tizimni ishlab chiqish;

jamoat transportini tubdan tashkil etish, unda osma va yer osti metro bilan birga avtobus va tramvaylar harakatidan samarali foydalanish;

transport vositalarini yangilash va ularni boshqarishda zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalanish;

piyoda va velosipedda harakatlanuvchilar uchun keng imkoniyatlar yaratish.

Bundan tashqari, Toshkent shahridagi jamoat transportini oqilona tashkil etishda quyidagi to’rt maqsadga ham e’tibor qaratish lozim:

¹⁹ Muallif ishlanmasi.

barcha aholi qatlami, ayniqsa, yoshi ulug‘, nogiron va yoshlarga, qimmat bo‘lmagan hammabop jamoat transport tizimini shakllantirish;

transport infratuzilmasiga sarflanayotgan xarajatlar (davlat byudjeti, shahar byudjeti, avtokorxonalar mablag‘i), sarf va naf o‘rtasidagi munosabatlar tahlili asosida amalga oshirilishi lozim bo‘lib, jamoat transportiga ehtiyoj huddi shu asosda shakllanishi lozim;

shahar yeridan foydalanish transport ta’siri asosida baholanishi, har bir qilinayotgan loyiha o‘zaro manfaatlardan kelib chiqishi lozim;

muvofiglashtiruvchi va avtomatlashtirilgan avtoturargohlarni tashkil qilish. Yirik do‘kon, bozor va boshqa xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar avtoturargohsiz faoliyat yuritishi man etilishi lozim. Turar joy vaqtlarini chegaralash hamda avtoturar joylar miqdorini va ularning qulayligini ta’minlash kerak.

Muallifning fikricha, jamoat transportini samarali tashkil etish strategiyasi hamda uzoq muddatli vazifalar yechimini topish, Toshkent shahrida jamoat transporti samarali faoliyat yuritishida quyidagi prinsiplarga tayanish lozim:

1. Shahar jamoat transporti bilan ko‘rsatilayotgan xizmatlar saviyasi va sifatini oshirish.

2. Velosiped va aholining piyoda yurish joylarini ommalashtirish.

3. Avtomobillar turargoh joylarini boshqarish va optimallashtirish.

4. Transport oqimini boshqarish (GPS, Internet va boshqa axborot-kommunikatsiyalari hamda raqamlashtirish vositalaridan foydalanish).

5. Transport oqimi va shahar qurilishini integratsiyalash.

6. Shahar yo‘llarini modernizatsiya va qayta kengaytirish sharoitida jamoat transportiga ustuvorlik belgilash.

Anomal issiq yoki sovuq davrida shahar aholisining aksariyati metro xizmatidan foydalanishga harakat qiladi, ushbu holatni joriy yilda kuzatish imkoniyati mavjud bo‘ldi. Demak, jamoat transportining daromadi, aholiga nisbatan taklif etilgan xizmatlarning xilma-xilligi, iste’molchilar ehtiyojiga mosligi, uning jozibadorligini ta’minlashda marketing vositalaridan kengroq foydalanishni taqozo etadi.

Yuqorida aytib o‘tilganidek, shaharda jamoat transportidan foydalanishdan asosiy maqsad xizmat ko‘rsatish sifati va madaniyatini oshirishdan tashqari, uning jozibadorligini yuksaltirishdan iborat. Yo‘lovchilarda jamoat transportidan foydalanish nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va tashkiliy naf keltirishi ko‘rsata olinsagina, asosiy maqsadga erishish mumkin. Shu sababdan, jamoat transportidan foydalanish ham aholi, ham avtotransport korxonalarini, ham davlatga manfaat keltirishi, ayniqsa, atrof-muhitning ifloslanish darajasini kamaytirish vazifasini bajarish imkoniyatini yaratadi.

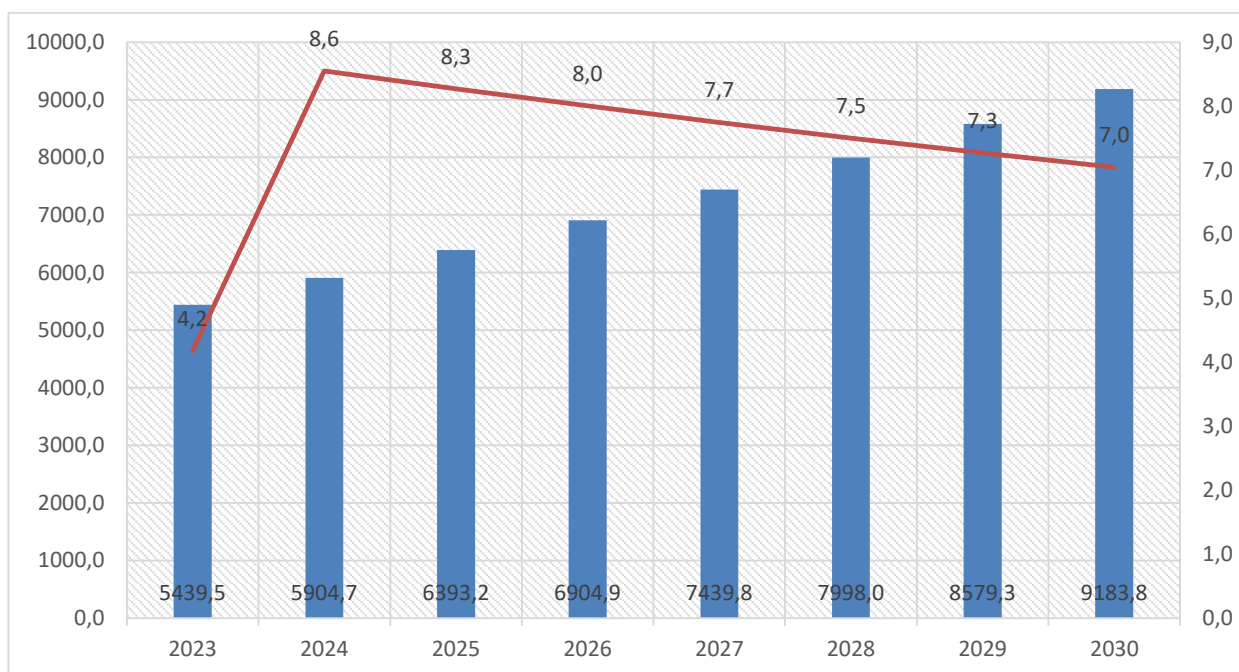
An’anaviy OAVda iste’molchilar asosan passiv bo‘lib, Internetdan foydalanuvchilar esa faolligi bilan ajralib turadilar. Marketing tadqiqotlariga ko‘ra, 30 % respondentlar reklamani Internet vositalari asosida eslab qoladilar.

Linkbeyting internet marketing vositasidan “Toshshahartransxizmat” AJ marketing faoliyatida foydalanish orqali jamoat transportining sifatli xizmat taklifini kengroq ommaga taklif qilish imkoniyati yaratiladi. Bunday Internet-marketing

vositasi foydalanuvchilar o'zleri baham ko'rishni istagan ommaga sayt havolarini olish imkonini beradi.

Hisoblangan prognoz ko'rsatkichlari Toshkent shahrida yaratilgan yalpi hududiy mahsulotning real qiymati 2030 yilga borib, 63625,1 milliard so'mga yetishini ko'rsatmoqda. Bu 2022 yildagi qiymatga nisbatan 1,77 barobarga yuqori demak, boshqacha aytganda, keyingi besh yilda yalpi hududiy mahsulotning o'rtacha o'sish sur'ati 7,4 foizni tashkil qiladi. Yuqorida keltirilgan omillarning keyingi yillardagi o'zgarish tendensiyalarini aniqlagan holda Toshkent shahrida ko'rsatilgan transport xizmatlarinin o'sish sur'ati va prognoz qiymatmlari hisoblandi (5-rasm).

Yalpi hududiy mahsulotning prognoz qiymatlari hamda aniqlangan elastiklik koeffitsiyenti asosida amalga oshirilgan hisob-kitoblar keyingi yillarda Toshkent shahrida ko'rsatilgan transport xizmatlarining yalpi hududiy mahsulotga mos ravishda yuqori o'sish sur'atlariga ega bo'lishi kuzatiladi. O'sish sur'ati dastlab 2023 yilda biroz past bo'lishi kuzatilgan. Tabiiyki, bu tasodifiy tebranishlar bilan bog'liq. 2024 yilda o'sish sur'atini eng yuqori bo'lishi, ya'ni 8,6 foizni tashkil qilgani holda keyingi yillarda pasayish tendensiyasi kuzatilgan. Umumiy hisobda 2030 yilga borib shaharda ko'rsatilgan transport xizmatlarining real qiymati 9183,8 milliard so'mga yetadi va ushbu davrda o'rtacha o'sish sur'ati 7,3 foizni tashkil qiladi.



5-rasm. Toshkent shahrida ko'rsatilgan transport xizmatlari real qiymati va o'sish sur'atining prognoz ko'rsatkichlari²⁰

Toshkent shahrining jamoat transporti va uning aholiga ko'rsatayotgan xizmatlarining sifati hamda madaniyatini oshirishda prognoz ko'rsatkichlarini 2030 yilga qadar hisoblab chiqilgan (4-jadval).

²⁰ Muallif ishlanmasi

4-jadval

Toshkent shahrining jamoat transportiga ehtiyoji 2030-yilga qadar o'sish prognozi²¹

№	Ko'rsatkichlar	Yillar							O'rtacha yillik o'sish
		2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
1.	Boshqa jamoat transporti bilan umumiy ko'rsatilayotgan hajm, mln. yo'lovchi	751,83	764,72	777,60	790,48	803,37	816,25	829,13	9,5
2.	Metro	198,48	225,77	250,91	274,08	295,42	315,08	333,20	11,9
3	Avtobuslar	217,86	223,15	226,52	228,67	230,03	230,90	231,45	6,2

4-jadvalga ko'ra, 2023 yilga nisbatan 2030 yil Toshkent shahri bo'yicha aholiga jamoat transporti bilan ko'rsatilayotgan xizmat hajmi 9,5 %ga ko'payishi prognoz qilinmoqda.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, keyingi yillarda shaharda ko'rsatilgan transport xizmatlarining yuqori sur'atlarda o'sishi ta'minlanadi. Xususan, yo'lovchi tashishda o'sish sur'atining yuqori bo'lishi, bu yo'nalishdagi transport turlarining imkoniyatlarini kengaytirish, ularni zamon talablari asosida tashkil qilish, jamoat transportida marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirishni talab qiladi.

XULOSA

Ilmiy tadqiqotlar natijasida quyidagi xulosalar shakllantirildi hamda ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

1. Toshkent shahri aholisi sonining oshib borish darajasi 2011-2023 yillar oralig'ini solishtirganda o'rtacha ikki foizga yil sayin oshib borayotgani kuzatilmogda. Bu esa aholining transportga talab va ehtiyoji ta'biy ravishda ortishi, yo'llardagi tirbandliklar darajasi va YTXlar soni ortishi hamda atrof-muhitning ifloslanish darajasi va tabiiy resurslar sarfi yanada ortishiga olib keladi.

2. Jamoat transportida marketing vositalaridan foydalanish uchun maqsadli auditoriyani aniqlash va bu auditoriya vakillari salohiyatidan kelib chiqqan holda marketing vositalarini joriy etish maqsadga muvofiq. Shahar yo'lovchi tashish transportida marketing vositalaridan foydalanishning asosiy maqsadi aholi ehtiyojini aniqlash va tashuv sifatini ko'tarish orqali jamoat transporti jozibadorligini oshirish taklif qilingan.

3. Jamoat transporti hususiyatlaridan kelib chiqib, xizmatlarni samarali tashkil etishda xavfsizlik, o'z vaqtida (o'rnatilgan jadval asosida) va tezlik bilan tashuvni amalga oshirish, uyg'unlik, ya'ni o'rnatilgan tartib-qoidalarga rioya qilinishi, axborot bilan ta'minlanganlik va ishonchligi hamda hammaboplik prinsiplari taklif etilgan.

4. Yo'lovchi transport xizmati sifatida faqat tashish nazarda tutilgan, ya'ni shunday yalpi mahsulot ko'rsatkichlari yo'lovchilarni tashish hajmi, yo'lovchilar aylanmasi bilan o'lchangan. Bunday ko'rsatkichlar yo'lovchi transporti tashkilotlarining faoliyatini baholash sifatida an'anaviy ravishda foydalanilgan. Xizmatlarga mehnatning barcha turlari kiradi, ya'ni ishlab chiqarilayotgan alohida iste'mol qiymati, tabiat kuchi, fan, ta'lim, sog'liqni saqlash va boshqalar.

²¹ Muallif ishlanmasi

2011-2022 yillar bo'yicha statistik ma'lumotlarga ko'ra, yo'lovchi tashish ko'rsatkichlari tahlil qilinsa, pandemiya davrini hisobga olmaganda, har yili o'sish sur'atiga ega, bu esa jamoat transportida aholi ehtiyojini aniqlash va sifatli xizmatni taklif qilish konsepsiyasi rivojlanishiga turtki bo'ladi.

5. Rivojlangan mamlakatlarda jamoat transporti xizmatlarini tashkil etish mahalliy hokimiyatlar tomonidan amalga oshirilib kelinmoqda. Jamoat transportining asosiy raqobatchisi tariqasida shaxsiy avtomobillar tashkil etib, Germaniya, Fransiya, Italiya va boshqalarda ularning ulushi 75 foizni tashkil etadi. AQShda esa bu ko'rsatkich 90 foizdan oshiq.

“Jahon iqtisodiy forumi” saytida berilgan ma'lumotga ko'ra, dunyoning 60 ta yirik shaharlarining transport tizimi o'rganilgan. Bunda jamoat transporti mavjudligi, bekatlar, stansiyalar, shuningdek, shahar elektrtransporti uchun temiryo'l infratuzilmasi mezonlari hisobga olingan.

6. Ijtimoiy tizim asosida elektron so'rovnoma o'tkazilganda, jamoat transporti harakati va yo'nalishlarni belgilashda aholi ishtirokini kengaytirish lozimligi, transport miqdori oshgan sari xavfsizlik, ayniqsa, atrof-muhitga zarar yetkazish hajmi oshayotgani haqida fikrlar bildirilgan.

Shu sababdan muallif qo'llanilayotgan asosiy marketing konsepsiyasi aholining jamoat transportiga ehtiyojini nafaqat to'laroq va sifatli ravishda qondirish, balki jamoat transportidan foydalanish jozibadorligini oshirishga qaratilishi lozim. Albatta, ushbu vazifani amalga oshirishda yo'lovchilar bilan teskari aloqani o'rnatish muhim o'rin tutadi. Ya'ni marketing kommunikatsiyalarini (reklama, PR-kampaniyasi, imtiyozli yo'l chiptalari, prays-varaqalar, turli xil bosma flayerlar) nafaqat bir tomonlama, balki iste'molchilarning, bu holatda, jamoat transportidan foydalanuvchilar fikrlarini to'plash, ularning xohish-istaklaridan to'laroq foydalanish tizimini yaratish lozim.

7. Aksiyadorlik jamiyatining marketing salohiyatini rivojlantirishda jamoat transporti jozibadorligini oshirishga xizmat qiluvchi omillar tahlili va natijalari dissertatsiyada yoritib o'tilgan va faoliyat sifatini baholash uchun me'yorlashtirilgan ko'rsatkichlar tahlil qilingan.

8. Jamoat transporti samaradorligini oshirishda interfaol marketing kommunikatsiyalarini shakllantirish bo'yicha taklif va xulosalar berilgan. Jamoat transportida interfaol marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirishda blogger va mashhur insonlar orqali jamoat transportiga shaxsiy avtomobillarda harakatlanuvchilarni jalb qilish trendlarini ishlab chiqish, ATTO to'lov kartalari funksiyalarini oshirish va inson omilisiz ishlaydigan raqamli kiosklarni yaratish, yo'lovchilar bilan teskari aloqani doimiy ravishda ishlab turishi uchun zamonaviy dasturlar (3TM, sayt va boshqa dasturlarni) kamchiliklarsiz ishlashini ta'minlash, sog'lom turmush tarzini rivojlantirishda barcha bekatlarga himoyalangan velosipedlar turar joylari va alohida velosiped hamda piyodalar yo'laklarini yaratish, jamoat transportidan qo'shimcha daromad olish imkoniyatini yaratish bo'yicha barcha avtobuslarga va metrolarga reklama joylash imkoniyatini zamonaviylashtirish singari bir nechta taklif ishlab chiqilgan.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2020.I.16.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

ГИЕСИДИНОВ БОБУРБЕК БАХТИЁР ЎҒЛИ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ В ПОВЫШЕНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА**

08.00.11 – Маркетинг

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

Ташкент – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией за В2023.4.PhD/Iqt3573.

Диссертация выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-сайте Научного совета (www.tstu.uz) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель: **Икрамов Мурат Акрамович**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Кариева Ёкутхон Каримовна**
доктор экономических наук, профессор
Бердиёров Темур Азаматович
доктор философии по экономике, доцент

Ведущая организация: **Ташкентский государственный технический университет имени Ислама Каримова**

Защита диссертации состоится «___» _____ 2024 года в ___ на заседании научного совета DSc.03/30.12.2020.I.16.02 по присуждению ученой степени при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100066, г.Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49. Тел.: (+99871) 239 - 28 - 72; факс: (+99871) 239 -43 - 57; e-mail: info@tsue.uz

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Ташкентского государственного экономического университета (зарегистрировано №___). (Адрес: 100066, г.Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49. Тел.: (+99871) 239 - 28 - 72; факс: (+99871) 239 -43 - 57; e-mail: info@tsue.uz

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2024 года.
(протокол реестра № ___ от «___» _____ 2024 года).

Г.К. Абдурахманова

Председатель научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

О.Д. Джурабаев

Ученый секретарь научного совета по присуждению ученых степеней, DSc доцент

Р.Х.Карлибаева

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. Уровень развития и конкурентоспособности стран мира во многом зависит от условий обеспечения благосостояния населения, и в связи с этим возрастает значение удобства пользования и возможности общественного транспорта. Развитие общественного транспорта страны, особенно на городском уровне, служит решению не только экономических, но и социальных и экологических проблем. «При том, что в мире официально в общественном транспорте заняты 7,3 миллиона человек, нужно отметить, что 30-40 % этой численности занято неофициально в транспортных услугах»¹. Иначе говоря, общественный транспорт должен стать конкурентоспособным другим видам транспорта, что требует проведения более глубоких маркетинговых исследований. Это показывает актуальность эффективного использования маркетинговых инструментов в повышении привлекательности общественного транспорта в мире.

В мировой практике, особое внимание уделено исследованиям по эффективному использованию общественного транспорта, т.е. удовлетворению потребности населения в транспортных услугах, но и обеспечению безопасности в крупных мегаполисах, снижению интенсивности движения в городе, экономии ресурсов, снижению вреда окружающей среде и повышению качества обслуживания. Научные исследования по совершенствованию системы оплаты за пользование общественным транспортом, созданию удобства для населения, внедрению системы цифрового маркетинга, повышению привлекательности транспорта, расширению возможностей использования транспортных услуг, использованию маркетинговых сервисов для доставки информации об услугах потребителям являются одним из приоритетных направлений исследований в этой области.

В связи с ускорением процесса урбанизации в Узбекистане, увеличением городов-мегаполисов, в том числе с пробками на дорогах в Ташкенте, необходимостью защиты окружающей среды, с ростом численности населения спрос и потребность в общественном транспорте растут с каждым годом. В стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы поставлена задача «построение гуманного государства путем возвышения чести и достоинства человека и дальнейшего развития свободного гражданского общества», а также в 36-й задаче определено «совершенствование системы общественного транспорта и развития его инфраструктуры в городе Ташкенте и его регионах»². В эффективной реализации этой задачи определение принципов обеспечения привлекательности общественного транспорта, использование стратегии популяризации и дифференциации сайта с помощью линкбейтного

¹ MOT (2020). Секторальный обзор MOT по Covid-19 и услугам городского пассажирского транспорта.

² Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии развития нового Узбекистана на 2022-2026 годы», ПФ-60, 28.01.2022.

инструмента онлайн-маркетинга через контент, совершенствование методологии оценки качества услуг общественного транспорта, использование брендинга играют важную роль. Инструменты повышения привлекательности общественного транспорта в городе имеют актуальную значимость, проводятся исследовательские работы, направленные на поиск научного решения таких вопросов, как обеспечение приоритетности общественного транспорта.

Данное диссертационное исследование в определенной степени послужит реализации задач указанных в постановлениях и других нормативно правовых документах, таких как Указ Президента Республики Узбекистан №УП-60 «О стратегии развития нового Узбекистана на 2022-2026 годы» от 16 февраля от 2023 года, №УП-59 от 16 февраля 2023 года «О мерах по реформированию системы общественного транспорта», №ПП-111 «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию системы общественного транспорта города Ташкента», №УП-465 «О мерах по развитию социальной и производственной инфраструктуры республики Узбекистан в 2023-2025 годах» от 30 декабря 2022 года, №УП-98 «О мерах по развитию социальной и производственной инфраструктуры Республики Узбекистан в 2022-2024 годах» от 22 января 2022 года, №УП-5260 «О мерах по повышению эффективности деятельности Ташкентского метрополитена» от 16 октября 2021 года и задачам, указанным в других нормативно-правовых документах, связанных с этой сферой.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Данное научное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики I. «Духовно-нравственное и культурно-просветительское развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Во многих исследованиях зарубежных ученых сформированы научные выводы об использовании инструментов маркетинга на рынке транспортных услуг. В частности, изучены научные труды таких зарубежных ученых, как Ф.Котлер, К.Л.Келлер, Дж.Иган, Н.К.Малхотра, Дж.Барнетт, С.Мориарти, Э.Дихтл, Х.Хершген, К.Лавлок, Ж.Ландреви, Ж.Леви, Д.Линдон, Ж.Ж.Ламбен³ и других.

³ Котлер Ф., Управление маркетингом. Экспресс-курс / Ф. Котлер 2-е изд. -СПб.: Питер, 2006. -464 с., Котлер Ф., Келлер К.Л. Управление маркетингом., 14-изд. -СПб.: Питер, 2014. -800 с., Иган Дж. Маркетинговые взаимоотношения: Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Дж. Иган; пер. Английский - М.: ЮНИТИ, 2008. -375 с.; Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. -М.: Уильямс, 2002-960 стр., Барнетт Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. 1-е издание, 2001 // По материалам сайта <http://www.маркетинг.спб.ru> / читать / статья / 44. htm , Дихтль Э., Хершген Х. Практический маркетинг. - М.: Высшая школа. ИНФРА-М, 1996. – 215 с., Лавлок К. Стиль маркетинга: персонал, технологии, стратегия. -М. СПб, Киев: Уильямс, 2005 -997с., Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментации рынка. -СПб.: Питер, 2001 -240с. Ландреви Дж., Леви Дж., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга / Пер. с франц.: В 2т. -Т.2. -М. МЦФЭР, 2006 -512 с., Чевертон П. Теория и практика современного маркетинга: полный набор стратегий, инструментов и методик / Перс англ. В. _ Н. _ Егорова . – М .: ЯРМАРКА - Пресс , 2002. –603 с .; Стивен В. Маркетинг и продвижение городов 1850-2000 гг.

Вопросы использования маркетинговых концепций и стратегий развития рынка пассажирских транспортных услуг широко обсуждались в исследованиях ученых стран СНГ В.Г.Галабурды, Н.В.Карелина, А.Ю.Клинсковой, С.М.Коренковой, Д.А.Маринова, Д.Х.Нестеренко, А.Р.Рахматулина, С.Д.Файзуллоева, А.И.Цибульский, Н.В.Якунина и других⁴.

Труды отечественных экономистов А.Ш.Бекмуродова, М.Р.Болтабаева, М.А.Икрамова, М.Н.Ирисбекова, М.Б.Калонова, Н.М.Набиевой, Ш.Ж.Эргашходжаевой⁵ направлены на создание научно-теоретической основы стратегии развития рынка услуг и использования инновационных методов. Также маркетинговые проблемы развития транспортной системы нашли отражение в научных трудах Б.И.Абдуллаева, Т.А.Бердиёрова, М.М.Зияевой, А.А.Назарова, З.Н.Рахматова, С.А.Салимова, Г.А.Саматова, К.У.Ульжабоева, С.А.Юлдашевой, А.Ж.Каххорова, Я.К.Карриевой⁶. Несмотря на научные исследования, проводимые учеными нашей республики, вопросы, связанные с

– Лондон и Нью-Йорк; Спон Пресс, 1998. -269с.; Ламбен Дж. _ Дж. _ Стратегический маркетинг . – СПб.: Наука , 2006. -589 с .

⁴ Галабурда В.Г., Бубнова Г.В., Иванова Е.А. Транспортный маркетинг; под ред. В.Г.Галабурды. – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. -452с., Карелин Н.В. Формирование комплекса маркетинга городских пассажирских перевозок на основе инновационного подхода; Дисс.к.н., Оренбург 2020, Клинскова А.Ю. Разработка организационно-методических основ управления маркетингом в транспортно-экспедитерской компании. Дисс. к.н. – Москва , 2005., Коренькова С.М. Управление маркетинговой деятельностью в системе пассажирского транспорта общего пользования в муниципальном образовании. Дисс. к.н. – Орел, 2007, Мартынов Д.А. Регулирование качества обслуживания населения автобусным транспортом в регионе. Дисс. к.н. – Москва, 2013, Нестеренко Д.Х. Методика повышения привлекательности городских пассажирских автомобильных перевозок на основе управления структурой транспортных потоков. Дисс. к.н. – Оренбург, 2021, Рахматулина А.Р. Методические положения повышения качества услуг городского общественного транспорта. Дисс. к.н. – Самара, 2014, Файзуллоева С.Дж. Развитие системы организации управления услугами городского пассажирского автомобильного транспорта. Дисс. к.н. – Душанбе, 2019, Цибульский А.И. Регулирование деятельности городского пассажирского транспорта как социально-экономической системы. Дисс. к.н. – Москва, 2002., Якунина Н.В. Методология повышения качества перевозок пассажиров общественным транспортом. Дисс. д.н. – Оренбург, 2013.

⁵ Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S. va Ergashxodjayeva Sh.J. Strategik marketing. O‘quv qo‘llanma. – T.: TDIU, 2010-y. -178b.; Boltabayev M.R. To‘qimachilik sanoatida marketing strategiyasi. Monografiya. – T.: “Fan” nashryoti, 2004.-224-b. 47-b.; Ikramov M.A., Pardaev M.O., Abduhalilova L.T. Marketing tadqiqotlarida statistik tahlil. Darslik. – T., 2022.; Irisbekova M.N. Marketing tamoyillari asosida transport xizmatlari bozorini optimallashtirish. DSc dissertatsiyasi, TAYI, 2017.; Kalonov M.B. Avtomobil transporti korxonalarida xarajatlar hisobini takomillashtirish. DSc dissertatsiyasi, TAYI, 2018-y.; Nabiyeva N.M. Xizmat ko‘rsatish korxonalarini rivojlantirishning marketing strategiyasini ishlab chiqish. –PhD diss. avtoref., TDIU, 2021-y.; Ergashxodjayeva Sh.Dj. Marketing tadqiqotlari. //Архив научных исследований, 2020. – №. 13.-129-130-b.

⁶ Abdullayev B.I. Shahar avtobus yo‘nalishlarida transport xizmati sifat ko‘rsatkichlarini takomillashtirish. –PhD dissertatsiyasi, TAYLQEI, 2019.; Berdiyev T.A. Jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanishni takomillashtirish. –PhD dissertatsiyasi, TDIU, 2021.; Ziyayeva M.M. Xizmatlar bozorini rivojlantirishning marketing strategiyasi. DSc dissertatsiyasi, TDIU, 2018.; Nazarov A.A. Logistik tizimlarda yo‘lovchilar oqimiga transport xizmati ko‘rsatish jarayonlarini baholash va bashorat qilish. DSc dissertatsiyasi, TDTU, 2020. Raxmatov Z.N. Temir yo‘l yo‘lovchi tashish sohasida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanish usullarini takomillashtirish. Monografiya, TDTU, 2022.; Salimov S.A. Marketingni boshqarish. Darslik. – Toshkent, 2010.; Samatov G.A. Региональный пассажирский автотранспорт: организация эффективность и перспективы развития. – Tashkent: Fan, 1989.-136 s. Uljabaev K.U., Yarashova V.K. Uzoq muddatli istiqbolda O‘zbekiston transportining strategik rivojlanishning ustuvorliklari va yo‘nalishlari. Транспорт Шёлкового Пути, №1–2, 2019.; Yuldasheva S.A., G‘iyosidinov B.B.. Marketing And Information Support In Public Sector. European Journal of Molecular & Clinical Medicine Volume 08, Issue 01, 2021; Qaxxorov A.J. Iste‘mol tovarlari bozorida marketing tadqiqotlari. – PhD dissertatsiya avtoreferati, TDIU, 2018y.; Ya.K.Qorriyeva O‘zbekistonni jaxon bozoriga chiqishi uchun xalqaro yo‘laklardan samarali foydalanishning logistik transport muammolari. Iqt.fan.dok. diss. avtoref. – Toshkent, 2004.

организацией городского общественного транспорта, эффективным использованием маркетинговых инструментов для повышения его привлекательности, учетом особенностей развития пассажирского транспортного обслуживания не были рассмотрены в достаточной степени. Именно эта ситуация служит основой для выбора темы данной диссертации, определения ее целей и задач.

Связь темы исследования с планом научно-исследовательских работ высшего учебного заведения, где выполнена диссертация. Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ Ташкентского государственного экономического университета.

Целью исследования является разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию использования маркетинговых инструментов в повышении привлекательности общественного транспорта.

Задачи исследования:

раскрытие сущности и значения понятия привлекательности общественного транспорта;

исследование научно-методических основ использования инструментов маркетинга в организации пассажирских перевозок;

анализ роли общественного транспорта в решении экономических, социальных и экологических проблем города, обоснование его привлекательности;

исследование принципов сегментации пассажирских транспортных услуг с учетом особенностей общественного транспорта;

анализ деятельности общественного транспорта в развитых странах, путей обеспечения ее приоритетности и анализа опыта использования инструментов маркетинга в этих процессах;

совершенствование концепции маркетинга в АО «Тошшахартрансхизмат» и разработка алгоритма ее реализации;

совершенствование методики оценки маркетингового потенциала АО «Тошшахартрансхизмат»;

совершенствование интерактивных маркетинговых коммуникаций в повышении эффективности работы общественного транспорта города Ташкента.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность АО «Ташшахартрансхизмат».

Предметом исследования является социально-экономические отношения, возникающие в процессе совершенствования использования инструментов маркетинга в повышении привлекательности общественного транспорта города Ташкента.

Методы исследования. В процессе исследования использовались научная абстракция, логико-сравнительный анализ, экспертная оценка, статистическая группировка, корреляционно-регрессионный анализ, наблюдение, опросный и экспериментальный методы.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

обосновано предложение по сокращению заторов на дорогах посредством выделения скоростных дорожек для общественного транспорта, функционирующего до центра города без промежуточных остановок от населенных пунктов за пределами города; внедрение крупных, современных, безопасных, удобных, цифровизированных смартпаркингов на въездах в город;

обосновано предложение повышения привлекательности общественного транспорта путем предоставления кешбека и внедрение системы оплаты проезда в общественном транспорте за пройденный путь, расширение функций платежных карт для пользования услугами общественного транспорта населению;

разработан прогноз роста потребности в общественном транспорте до 2030 года в целях обеспечения культуры и качества пассажирского транспортного обслуживания населения общественным транспортом г. Ташкента;

разработаны прогнозные показатели по совершенствованию услуг общественного транспорта города Ташкента до 2030 года на основе показателей (численность населения, среднесемейная численность, доходы, расходы, заработная плата, объем продаж, количество автомобилей на человека, субсидии на общественный транспорт и т.д.) оценивающих стратегию развития городского общественного транспорта.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

совершенствованы принципы доступности, универсальности и повышения привлекательности общественного транспорта с точки зрения отношений пассажиров к качеству услуг;

обосновано предложение использования стратегии дифференциации и рекламирования веб-сайта на основе инструмента линкбейтинг онлайн маркетинга в повышении привлекательности общественного транспорта;

усовершенствована методика оценки качества услуг общественного транспорта с учетом пройденного маршрута, пассажироперевозок за указанный период, ускорения скорости движения и учета экологических показателей;

разработаны требования к использованию инструментов маркетинга, соответствующие концепции клиентоориентированности;

предложен алгоритм повышения привлекательности общественного транспорта, основанный на эффективном использовании инструментов маркетинга и оперативном реагировании на изменения в поведении и предпочтениях потребителей на рынке городских транспортных услуг;

предложена модель выбора транспортных средств и маршрутов, соответствующих географическому положению, комфорту и экологическим требованиям пассажиров с использованием инструментов маркетинга.

Достоверность результатов исследования основана на сравнительном и критическом анализе научно-теоретических мнений в экономической

литературе о повышении культуры и качества обслуживания посредством использования инструментов маркетинга, статистических и бухгалтерских отчетов Агентства по статистике при Президенте Республики Узбекистан, АО «Тошшахартрансхизмат», и другие официальные данные, определенные на основе анализа опубликованных отчетных данных, а также авторские маркетинговые исследования.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная ценность исследовательской работы основана на выводах и предложениях изложенного в ней теоретико-методического описания, посвященного разработке политики эффективного использования инструментов маркетинга в повышении привлекательности общественного транспорта, разработке маркетинговых программ предприятий сферы услуг, созданию системы цифровой коммуникации с потребителями, что их можно использовать при реализации научных исследований.

Практическая значимость исследования объясняется тем, что выводы и предложения изложенного в нем практического описания могут быть использованы для разработки перспективных программ маркетинговых коммуникаций на предприятиях общественного транспорта, повышению уровня удовлетворенности потребителей предоставляемым сервисом, приданию им приоритетности, удовлетворению требований экологии и повышению эффективности обслуживания населения.

Внедрение результатов исследования. На основе полученных научных результатов по совершенствованию использования маркетинговых инструментов в повышении привлекательности общественного транспорта:

предложение по сокращению заторов на дорогах посредством выделения скоростных дорожек для общественного транспорта, функционирующего до центра города без промежуточных остановок от населенных пунктов за пределами города внедрено в деятельность предприятия АО «Тошшахартрансхизмат»; внедрение крупных, современных, безопасных, удобных, цифровизированных смартпаркингов на въездах в город (справка №4/1239 Министерства транспорта Республики Узбекистан от 16 февраля 2024 года). В результате реализации этого научного предложения удалось увеличить численность перевезенных пассажиров на 5,4 %;

предложение по повышению привлекательности общественного транспорта путем предоставления кешбека и внедрение системы оплаты проезда в общественном транспорте за пройденный путь, расширение функций платежных карт для пользования услугами общественного транспорта населению внедрено в деятельность предприятия АО «Тошшахартрансхизмат» (справка №4/1239 Министерства транспорта Республики Узбекистан от 16 февраля 2024 года). В результате реализации этого научного предложения на практике удалось увеличить пассажирооборот на 3,8% исходя из маркетингового потенциала;

прогноз роста потребности в общественном транспорте до 2030 года в целях обеспечения культуры и качества пассажирского транспортного

обслуживания населения общественным транспортом города Ташкента использован в деятельности АО «Тошшахартрансхизмат» (справка №4/1239 Министерства транспорта Республики Узбекистан от 16 февраля 2024 года). В результате реализации данного научного предложения определены долгосрочные параметры потребности в общественном транспорте и обеспечена их совместимость с возможностями развития общественного транспорта города;

прогнозные показатели совершенствования услуг общественного транспорта города Ташкента до 2030 года на основе показателей (численность населения, среднесемейная численность, доходы, расходы, заработная плата, объем продаж, количество автомобилей на человека, субсидии на общественный транспорт и т.д.), оценивающих стратегию развития городского общественного транспорта внедрены в деятельность АО «Тошшахартрансхизмат» (справка №4/1239 Министерства транспорта Республики Узбекистан от 16 февраля 2024 года). В результате разработаны маркетинговые программы и прогнозы пассажиропотоков управления транспорта города Ташкента до 2030 года.

Апробация результатов исследования. Результаты данного исследования обсуждены и апробированы на 2 международных и 2 республиканских научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. Всего по теме диссертации опубликовано 15 научных работ, в том числе 11 научные статьи в республиканских и 5-в зарубежных научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан, а также 6 тезисов в сборниках республиканских и международных научно-практических конференций.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, 3 глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 149 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, формируются цель и основные задачи, объект и предмет исследования, указывается зависимость исследования от приоритетных направлений развития науки и технологии республики. Показана научная новизна и практические результаты исследования, определена научная и практическая значимость полученных результатов, дана информация о внедрении результатов исследования, апробации, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации под названием **«Теоретические и методические основы использования инструментов маркетинга для повышения привлекательности общественного транспорта»** рассматриваются значение общественного транспорта в городской

инфраструктуре, принципы совершенствования общественного транспорта и этапы использования инструментов маркетинга.

Обеспечение транспортного обслуживания населения, совершенствование маркетинговой деятельности в системе общественного транспорта городов, повышение на его основе объема, качества и культуры обслуживания считаются одной из главных проблем. Особенно глобализация экономики, рост требований «Зеленой экономики», а также различные кризисы, происходящие в мире, являются причинами решений этой проблемы.

В постановлении Президента Республики Узбекистан, принятом 16 февраля 2023 года, «О мерах по реформированию системы общественного транспорта», было отмечено, что в последние годы реализован масштабный план по улучшению предоставления автотранспортных услуг населению, расширению сети маршрутов общественного транспорта и обновлению структуры движения современными экологически чистыми автобусами⁷.

Общественный транспорт имеет свои преимущества: дает возможность избегать пробок; в меньшей степени негативно воздействует на окружающую среду; экономить деньги; улучшить физическую активность человека; предотвращать истощение природных и топливных ресурсов; обеспечить безопасность и другие положительные результаты.

Имеются и недостатки общественного транспорта: из-за отсутствия культуры водителей; не всегда безопасная перевозка пассажиров; наличие неудобных маршрутов общественного транспорта; скорость общественного транспорта ниже, чем у частного транспорта; отсутствие общественного транспорта до места назначения или необходимость смены вида транспорта; несоответствие гигиеническим требованиям и другие факторы.

Привлекательность общественного транспорта, на наш взгляд, заключается в его конкурентном преимуществе перед другими видами транспорта с точки зрения более полного удовлетворения потребностей пассажиров быстрого, удобного и качественного осуществления перевозки из одного пункта назначения в другой.

Органы управления, организующие деятельность общественного транспорта, в свою очередь должны отдавать предпочтение использованию общественного транспорта, организовывать эффективные маршруты, графики движения, создавать комфорт для пассажиров на остановках общественного транспорта, ограничивать движение легковых и грузовых автомобилей, создать отдельные полосы для движения общественного транспорта, развитие системы «park and ride» (добраться до стоянки и пересесть на общественный транспорт) и другие.

Основной целью использования маркетинговыми инструментами в системе общественного транспорта является повышение качества перевозок и на этой основе увеличение их объемов.

⁷ Постановление Президента Республики Узбекистан №УП-59 «О мерах по реформированию системы общественного транспорта» от 16 февраля 2023 года.

Исходя из этой цели, основными задачами совершенствования маркетинговой деятельности в общественном транспорте являются:

- изучение потребностей пользователей транспортных услуг;
- повышение качества и культуры транспортного обслуживания;
- развитие инфраструктуры общественного транспорта;
- управление поведением потребителей с учетом их пожеланий;
- предоставление населению услуг общественного транспорта и поощрение его использования;
- улучшение статуса (имиджа) общественного транспорта;
- организация коммуникаций с общественностью;
- реализация требований «Зеленой экономики» и т.д.

Для эффективного решения этих задач необходимо совершенствовать основные требования, а именно принципы управления маркетинговой деятельностью общественного транспорта.

К основным принципам эффективной организации общественного транспорта, на наш взгляд, следует отнести следующие принципы: безопасность; соблюдение установленных процедур; информационная обеспеченность, надежность; универсальность и доступность.

Принцип обратной связи является одним из основных принципов управления маркетинговой деятельностью в общественном транспорте. Причиной этого является использование маркетологами односторонней связи (реклама, льготные предложения, брошюры, прайс-листы, печатные материалы о товарах и услугах, гарантийные талоны), донесение необходимой информации до потребителей и использование двусторонней связи для формирования их будущего поведения.

Влияние управления маркетинговой деятельностью общественного транспорта на решение пассажира воспользоваться общественным транспортом высоко (рис.1).

В результате исследования автором выявлены и обобщены характеристики различных инструментов маркетинга общественного транспорта, таких как услуга или продукт, цена, место, движение, люди, физическая среда, процесс реализации транспортной услуги и методы, используемые в ней.

Во второй главе диссертации под названием **«Анализ использования маркетинговых инструментов в повышении привлекательности общественного транспорта»** на основе изучения опыта зарубежных стран и исследований, проведенных крупной консалтинговой компанией McKinsey в 25 городах, а также маркетинговой деятельности АО «Тошшахартранс-хизмат» даны практические рекомендации по повышению привлекательности общественного транспорта.



Рисунок 1. Влияние маркетинговой деятельности на использование пассажирами средствами общественного транспорта⁸

Рост численности населения города также увеличивает потребность в общественном транспорте. В таблице 1 обобщены сведения о численности постоянных жителей города Ташкента.

**Таблица 1
Информация о численности постоянных жителей города Ташкента по состоянию на 1 января 2023 года, тыс. человек⁹**

Показатель	Годы												
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Итого, тысяч. человек	2 296,5	2 309,3	2 340,9	2 352,9	2 371,3	2 393,2	2 424,1	2 464,9	2 509,9	2 571,7	2 694,4	2 862,4	2956,4
Ежегодный прирост, тысяч. человек	62,2	12,8	31,6	12,0	18,4	21,9	30,9	40,8	45,0	61,8	122,7	168,0	94,0
Темпы роста	102,8	100,6	101,4	100,5	100,8	100,9	101,3	101,7	101,8	102,5	104,8	106,2	103,3

⁸ Разработка автора.

⁹ www.stat.uz

Как видно из этой таблицы, в 2023 году прирост населения Ташкента увеличился на 659,9 тыс. человек (2956,4-2296,5) или в 1,29 раза по сравнению с 2011 годом. По сравнению с 2022 годом темп роста составил 103,3. Если принять во внимание увеличение количества гостей города, то можно увидеть, что потребность в общественном транспорте в Ташкенте растет.

В списке основных антропогенных факторов, загрязняющих воздух, автомобильный транспорт занимает первое место и 40 % общего ущерба приходится на автомобили, передвигающиеся по Земле, 20 % оставшегося ущерба наносит энергетика, 14 % по продукции предприятий и организаций, 26 % производство продукции сельского хозяйства, коммунально-бытовое хозяйство и другие производства. Когда один автомобиль потребляет за сутки 10-12 литров бензина, он выбрасывает в атмосферу 25 килограммов вредных химических соединений, а автомобиль, эксплуатируемый в течение года, способствует потере более 4 тонн кислорода¹⁰.

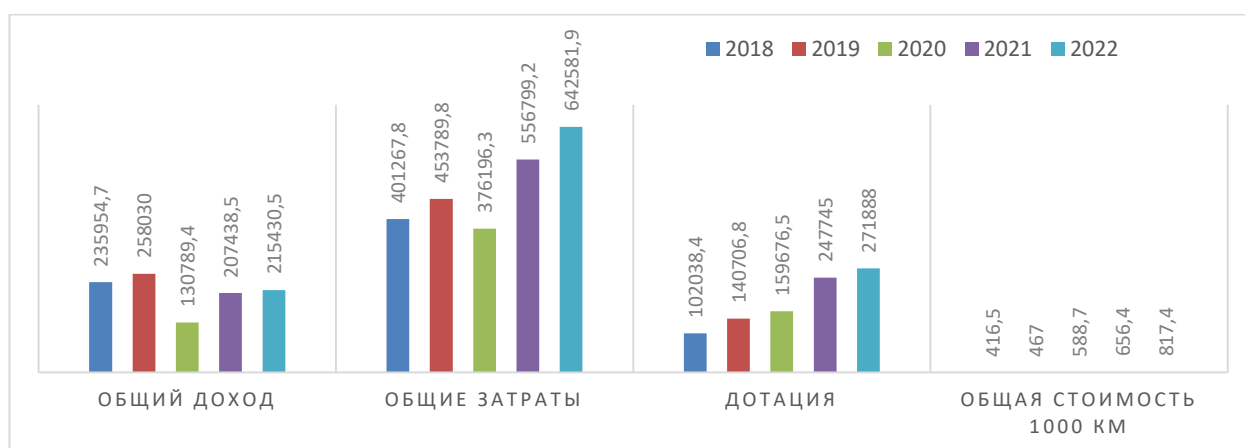


Рисунок 2. Финансовые показатели деятельности АО «Тошшахартрансхизмат» (млн. сум)¹¹

В результате анализа финансовых показателей АО «Тошшахартрансхизмат» можно увидеть, что общий доход увеличился в 8,7 %, общие затраты увеличены на 160,1 %, размер субсидии, полученные от хокимията города увеличены на 266 %, а общие затраты на 1000 км увеличились на 196 % (рис. 3).

На рисунке 3 можно увидеть, что с 2011 по 2022 год пассажиропоток в автобусном транспорте снизился на 47 %, а численность пользователей метро выросло на 216 %. Во время пандемии численность пассажиров резко сократилось, но в последующие годы наблюдается рост численности пользователей. Увеличение количества частных автомобилей по сравнению с 2011 годом также повлияло на использование общественным транспортом.

¹⁰ Мингбоева Д.О. Влияние автомобилей и выбрасываемых ими тяжелых металлов на загрязнение окружающей среды и причины изменения окружающей среды. /Международная научно-практическая конференция инновационных подходов, проблем, предложений и решений в науке и образовании. 2022 год

¹¹ Разработка автора.

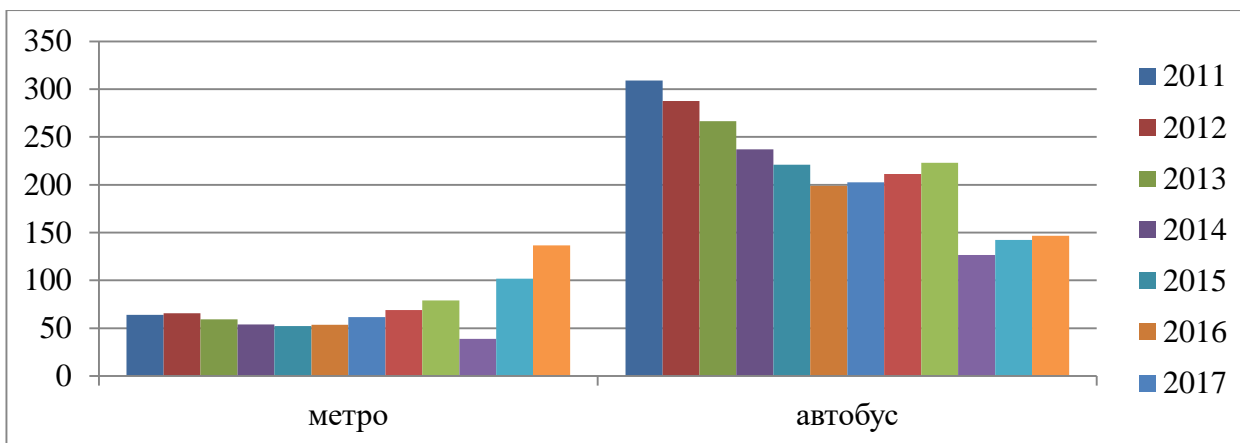


Рисунок 3. Пассажироперевозки с помощью метро и автобусами в городе Ташкенте (млн. пассажиров)¹²

В городе Ташкенте функционируют 8 автобусных парков, и автором изучены их технические и организационные показатели, отражающие качество сервиса. В настоящее время в Ташкенте эксплуатируется 1550 электробусов, 600 и 950 автобусов, работающих на газе метан. Есть 148 автобусных маршрутов, их среднесуточная протяженность составляет 265,2 км, средняя скорость – 22,5 км/ч¹³. Общая протяженность Ташкентского метрополитена составляет более 59,5 км, где действуют 43 станции, среднесуточный пассажиропоток составляет 450-480 тысяч человек¹⁴.

Метро является самым безопасным, экологически чистым и быстрым видом транспорта. Разумеется, этот вид транспорта обеспечивает не только быстрое и удобное обслуживание в нашей республике, но и снижение численность жертв дорожно-транспортных происшествий. Например, в 2021 году в нашей республике официально зафиксировано 10 001 дорожно-транспортных происшествий, погибло 2 426 человек, получили травмы различной степени тяжести 9 230 человек¹⁵.

Автор постарался использовать некоторые инструменты маркетинговых исследований, т.е. наблюдение, опрос и эксперименты (постепенные) для изучения потребностей населения в общественном транспорте, их эффективного использования, а главное, для определения влияния факторов в удовлетворении растущих потребностей населения. В частности, были проведены интервью и анкетирование среди жителей города Ташкента, специалистов общественного транспорта, в основном в онлайн режиме.

На рис. 4 учитывая потребности в пользовании общественным транспортом, мы особое внимание уделили на показателях повышения качества и культуры обслуживания. Автром осуществлена попытка систематизировать экономические, организационные, социальные и другие факторы, формирующие потребности в общественном транспорте.

¹² Разработка автора

¹³ www.tashbus.uz

¹⁴ Постановление Президента Республики Узбекистан PQ-111 от 2 февраля 2022 года «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию системы общественного транспорта города Ташкента»

¹⁵ www.yhxbb.ru



Рисунок 4. Факторы формирования потребности населения в использовании услуг общественного транспорта¹⁶

Анкета состоит из 11 вопросов, и мы воспользовались возможностью собрать мнения более 1000 респондентов среди пользователей и обеспечивающих деятельность общественного транспорта за последние 3 года, и на их основе, сделать экспертную оценку. Установлено, что большинство населения (69 %) считает преимуществом пользования общественным транспортом его удобство и дешевизну. В то же время большая часть населения на вопрос: «Что вы думаете о водителях общественного транспорта города Ташкента?» почти половина из них (46,8 %) ответили: «Многие водители грубят» или «Водитель неаккуратно управляет автобусом».

Автором использован коэффициент Кендалла W Concordance для изучения мнений экспертов, их координации и более эффективного использования. Этот коэффициент рассчитывается по следующей формуле:

¹⁶ Разработка автора

$$W=S/[1/12 \cdot n^2 (m^3 - m) - n \sum T]^{17(1)}$$

В результате расчетов $W=0,54$. Следовательно, нельзя исключать цитирование экспертного мнения и согласование использования W -коэффициента Кендалла. Результат показывает, что среди предложенных экспертов существует единство в выборе влияющих факторов (табл. 2).

Таблица 2
Основные параметры выпускаемой модели¹⁸

Представление знака	Именование	Единица измерения
У	Общий объем услуг общественного транспорта	млн. пассажиров
X ₁	Численность населения	млн. человек
X ₂	Количество индивидуальных автомобилей	сумма на 1000 человек
X ₃	Доход на душу населения	тысяч сумов
X ₄	Средний размер семьи	человек
X ₅	Реальность средней заработной платы	%
X ₆	Валовый внутренний продукт на душу населения	тысяч сумов
X ₇	Объем розничных продаж	млн. сум
X ₈	Расходы на общественный транспорт (на члена семьи)	тыс. сумов
X ₉	Средства, выделенные из городского бюджета на общественный транспорт	млн. сум

Полученные показатели показывают их точность и достоверность, а разработанная модель помогает рассчитать потребность жителей города Ташкента в общественном транспорте.

В третьей главе диссертации под названием **«Совершенствование и повышение эффективности использования маркетинговых инструментов повышения привлекательности общественного транспорта»** разработаны практические рекомендации по факторам, влияющим на повышение привлекательности общественного транспорта, концепции маркетинга и интерактивных маркетинговых коммуникаций. При повышении привлекательности общественного транспорта особое внимание уделялось средствам сбыта услуги или товара, цене, месту, передвижению, стимулам, людям, физической среде.

При создании условий для общественного транспорта в Ташкенте необходимо учитывать следующие условия:

разработка системы, эффективно использующей все направления и виды транспорта;

радикальная организация общественного транспорта, при которой эффективно используются автобусные движения наряду с подвесным и подземным метрополитеном;

¹⁷ Коренкова С.М. Управление маркетинговой деятельностью в системе пассажирского транспорта общего пользования в муниципальном образовании. Дисс. к.н. – Орел, 2017.

¹⁸ Разработка автора.

обновление транспортных средств и использование современных цифровых технологий в их управлении;

создание широких возможностей передвижения для пешеходов и велосипедистов.

В таблице 3 представлены показатели, оценивающие стратегию развития общественного транспорта города Ташкента, а также создания и популяризации автомобилей, меньше загрязняющих окружающую среду (электромобили, автомобили на метане, гибридные автомобили) и зон с чистым воздухом.

Таблица 3

Показатели оценки стратегии развития общественного транспорта города¹⁹

Показатели	Статус на 2022 г.	Цель 2030
Процент экологически чистых видов транспорта (общественный транспорт, ходьба пешком, езда на велосипеде)	21 %	53 %
Количество полос общественного транспорта с высокоскоростными транспортными средствами	1 %	20 %
Количество скоростных дорог общего пользования	4	11
Количество людей, проживающих вокруг остановок общественного транспорта (расстояние 500 м).	12 %	25 %
Доля автомобилей на автомагистралях	10 %	25 %
Процент перехода с индивидуальных автомобилей на общественный транспорт	1 %	20 %
Выделение тонн вредных отходов на окружающую среду (тыс. тонн)	4,8	1.3
Сокращение количества людей, погибших в дорожно-транспортных происшествиях	136 человек	0
Снижение смертности среди пешеходов	32,5 %	0

Кроме того, при рациональной организации общественного транспорта города Ташкента, следует обратить внимание на следующие четыре цели:

формирование недорогой универсальной системы общественного транспорта для всех слоев населения, особенно для пожилых людей, инвалидов и молодежи;

расходы на транспортную инфраструктуру (государственный бюджет, городской бюджет, средства автопредприятий и т.п.) должны осуществляться на основе анализа соотношения затрат и выгод, и на этой основе должна исследоваться потребность в общественном транспорте;

оценка использования городских земель должно осуществляться с учетом воздействия транспорта, каждый проект должен основываться на взаимных интересах;

¹⁹ Разработка автора.

организация согласованных и автоматизированных автопарковок. Крупным магазинам, рынкам и другим организациям сферы услуг должно быть запрещено работа без автопарковок. Необходимо ограничить продолжительность пребывания и обеспечить количество и комфортность парковочных мест.

По мнению автора, что в стратегии эффективной организации общественного транспорта и при поиске решения долгосрочных задач, в эффективной работе общественного транспорта города Ташкента необходимо опираться на следующие принципы:

повышение уровня и качества услуг, предоставляемых городским общественным транспортом;

продвижение велосипедных и пешеходных зон в населенных пунктах;

управление и оптимизация автопарковок;

управление транспортными потоками (использование GPS, интернета и других информационно-коммуникационных средств и средств оцифровки);

интеграция транспортных потоков и городского строительства;

определение приоритета общественного транспорта в контексте модернизации и расширения городских дорог.

Большинство жителей города стараются пользоваться метро в аномально жарких или холодных периодах, и такая ситуация наблюдалась в 2023 году. Достижение роста доходов общественного транспорта, разнообразия предлагаемых населению услуг, соответствия потребностям населения требуют более широкого использования инструментов маркетинга в работе по обеспечению его привлекательности.

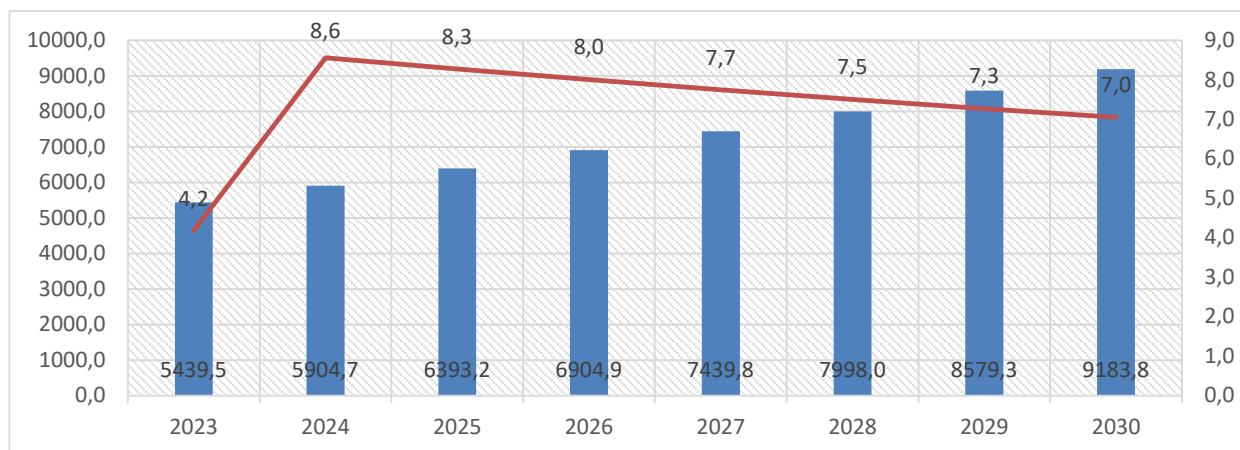
Как уже упоминалось выше, основной целью использования общественного транспорта в городе является повышение качества обслуживания и культуры, а также повышение его привлекательности. Главной цели можно достичь только тогда, когда можно показать пассажирам, что использование общественного транспорта приносит не только экономическую, но и социальную и организационную выгоду. По этой причине использование общественного транспорта приносит пользу как населению, автотранспортным предприятиям, так и государству и особенно создает возможность выполнить задачу по снижению уровня загрязнения окружающей среды.

Потребители традиционных СМИ в основном пассивны, тогда как пользователи интернета активны. Маркетинговые исследования автора показывают, что 30 % респондентов запоминают рекламу, основанную на интернет-инструментах.

Используя инструмент интернет-маркетинга Linkbaiting в маркетинговой деятельности АО «Тошшахартрансхизмат», можно предложить качественный сервис общественного транспорта более широкой аудитории. Этот инструмент интернет-маркетинга позволяет пользователям получать ссылки на общедоступные сайты, которыми они хотят поделиться.

Реальная стоимость создаваемого в городе Ташкенте валового регионального продукта к 2030 году достигнет 63625,1 миллиарда сумов. Это

в 1,77 раза превышает значение 2022 года, иными словами, средний темп роста валового регионального продукта в ближайшие пять лет составит 7,4 %. Темпы роста и прогнозные значения транспортных услуг, оказываемых в городе Ташкенте, рассчитаны путем определения тенденций изменения вышеперечисленных факторов в последующие годы (рис. 5).



Рисинок 5. Прогнозные показатели реальной стоимости и темпов роста транспортных услуг, оказываемых в городе Ташкенте²⁰

Расчеты, произведенные на основе прогнозных значений валового регионального продукта и рассчитанного коэффициента эластичности, показывают, что транспортные услуги, оказываемые в городе Ташкенте, в последующие годы будут иметь высокие темпы роста в соответствии с валовым региональным продуктом. Ожидается, что в 2023 году темпы роста немного снизятся. Естественно, это происходит из-за случайных колебаний. В 2024 году темп роста будет самым высоким – 8,6 %, а в последующие годы наблюдается тенденция к снижению. В целом к 2030 году реальная стоимость оказанных в городе транспортных услуг достигнет 9183,8 млрд. сумов, а средний темп роста за этот период составит 7,3 %.

Расчитаны прогнозные показатели повышения качества и культуры общественного транспорта города Ташкента и услуг, предоставляемых его жителям до 2030 года (таблица 4).

Таблица 4

Прогноз роста потребности города Ташкента в общественном транспорте до 2030 года²¹

№	Наименование показателей	Годы							Средне-годовой рост
		2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
1.	Общий объём перевозок, млн. пассажиров	751,83	764,72	777,60	790,48	803,37	816,25	829,13	9,5
2.	Метро	198,48	225,77	250,91	274,08	295,42	315,08	333,20	11,9
3.	Автобусы	217,86	223,15	226,52	228,67	230,03	230,90	231,45	6,2

²⁰ Разработка автора

²¹ Разработка автора

Как видно из таблицы, что в 2030 году по прогнозам по сравнению с 2023 годом объем услуг, оказываемых населению города Ташкента общественным транспортом, увеличится на 9,5 %.

По результатам исследования, транспортные услуги, оказываемые в городе, в ближайшие годы будут активно расти. В частности, необходимо увеличить темпы роста пассажирских перевозок, расширить возможности видов транспорта в этом направлении, организовать их с учетом требований времени, улучшить использование инструментов маркетинга в общественном транспорте.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенных научных исследований сформулированы следующие выводы и разработаны научные предложения и практические рекомендации.

1. Можно увидеть, что темпы роста населения города Ташкента ежегодно увеличиваются в среднем на 2 %. Это приводит к закономерному увеличению спроса и потребности населения в транспортных услугах, увеличению уровня пробок и количества аварий, а также увеличению уровня загрязнения окружающей среды и нерационального потребления природных ресурсов.

2. Для реализации использования инструментов маркетинга в общественном транспорте целесообразно определить целевую аудиторию и внедрить инструменты маркетинга, исходя из потенциала представителей этой аудитории. Предполагается, что основной целью использования инструментов маркетинга в городском пассажирском транспорте является повышение привлекательности общественного транспорта за счет определения потребностей населения и повышения качества перевозок.

3. Исходя из специфики общественного транспорта, в эффективной организации услуг предполагаются принципы безопасности, своевременности (по установленному графику) и скорости перевозок, комплаенса, то есть соблюдения установленных процедур, информационного обеспечения и надежности, универсальности.

4. В качестве услуги пассажирского транспорта рассматриваются только перевозки, то есть объем пассажирских перевозок измеряется пассажирооборотом. Такие показатели традиционно используются для оценки деятельности пассажирских транспортных организаций. К услугам относятся все виды труда, т.е. произведенная индивидуальная потребительская стоимость, природная энергия, наука, образование, здравоохранение и т.д. Если проанализировать показатели пассажирских перевозок по статистике за 2011-2023 годы, без учета периода пандемии, то они имеют темпы роста с каждым годом, что мотивирует развитие концепции определения потребностей населения и предложения качественного сервиса в общественном транспорте.

5. В развитых странах организацией общественного транспорта занимаются местные органы власти. Частные автомобили являются основным конкурентом общественного транспорта, их доля в Германии, Франции,

Италии и других странах составляет 75 %. В США этот показатель составляет более 90 %.

Об этом сообщается на сайте «Всемирного экономического форума». По информации, изучены транспортные системы 60 крупнейших городов мира. При этом учитываются такие критерии, как наличие общественного транспорта, остановок, станций, а также железнодорожной инфраструктуры для городского электротранспорта.

6. При проведении электронного опроса на базе социальной системы были высказаны мнения о необходимости расширения участия населения в определении движения и маршрутов общественного транспорта, так как увеличивается интенсивность движения транспорта, безопасность, особенно ущерб окружающей среды.

По этой причине наша основная прикладная маркетинговая концепция должна быть ориентирована не только на полное и качественное удовлетворение потребностей населения в общественном транспорте, но и на повышение привлекательности использования услуг общественного транспорта. Конечно, при реализации этой задачи важно наладить обратную связь с пассажирами. То есть, маркетинговые коммуникации (реклама, PR-кампания, льготные проездные билеты, прайс-листы, различные печатные листовки и т.п.) являются не только односторонними, но и создают систему сбора мнений потребителей, в нашем случае необходимо собрать мнения пользователей общественного транспорта и создать систему его использования согласно их пожеланиям.

7. В диссертации освещен анализ факторов, которые послужат повышению привлекательности общественного транспорта в развитии маркетингового потенциала акционерного общества, а также проанализированы стандартизированные показатели оценки качества и культуры обслуживания.

8. Даны предложения и выводы по формированию интерактивных маркетинговых коммуникаций для повышения эффективности работы общественного транспорта. В развитии интерактивных маркетинговых коммуникаций в общественном транспорте, разработка трендов по привлечению людей, едущих на личном автомобиле, через блогеров и известных людей, расширению функций платежных карт АТТО и созданию цифровых киосков, работающих без участия личностного фактора, для постоянного развития обратной связи с пассажирами (3ТМ, сайт и другие программы) разработан ряд предложений, таких как создание защищенных велопарковок и отдельных велосипедных и пешеходных дорожек на всех станциях в рамках развития здорового образа жизни, модернизация и возможность получения размещения рекламы на всех автобусах и метро, чтобы создать возможность дополнительного дохода.

**SCIENTIFIC COUNCIL NO DSc.03/30.07.2020.I.16.02 AWARDING OF
THE SCIENTIFIC DEGREES AT THE TASHKENT STATE UNIVERSITY
OF ECONOMICS**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

GIYOSIDINOV BOBURBEK BAKHTIYOR UGLI

**IMPROVING THE USE OF MARKETING TOOLS TO ENHANCE THE
ATTRACTIVENESS OF PUBLIC TRANSPORT**

08.00.11-Marketing

ABSTRACT
of the dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) on economic sciences

Tashkent – 2024

The theme of dissertation of Doctor of Philosophy (PhD) was registered under number B2023.4.PhD/Iqt3573 at the Supreme Attestation Commission at the Ministry of Higher Education, Science and Innovations of the Republic of Uzbekistan.

The dissertation has been prepared at the Tashkent State University of Economics.

The abstract of dissertation is available in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) at the Scientific Council website (www.tsue.uz) and on the information and education portal «ZiyoNet» (www.ziyo.net.uz).

Scientific supervisor: **Ikramov Murat Akramovich**
Doctor of Sciences in Economics, Professor

Official opponents: **Qorriyeva Yakutkhan Karimovna**
Doctor of Sciences in Economics, Professor

Berdiyarov Temur Azamatovich
Doctor of Philosophy (PhD) on Economic Sciences, Associate professor

Leading organization: **Tashkent State Technical University named after Islam Karimov**

The defense of the dissertation will take place on “___” _____ 2024 at the meeting of the Scientific Council DSc.03/30.12.2020.I.16.02, at the Tashkent state university of economics. Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov street 49. Phone (+99871) 239-28-66; Fax: (+99871) 239-01-49; e-mail: info@tsue.uz

The dissertation can be reviewed at the library of the Tashkent state university of economics (registered under № _____). Address: Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov street 49. Phone: (+99871) 239-28-66; Fax: (+99871) 239-01-49; e-mail: info@tsue.uz

The abstract of the dissertation was distributed on «_____» _____ 2024.
(mailing record № _____ on «_____» _____ 2024).

G.K. Abdurakhmanova
Chairman of the Scientific Council for
awarding of scientific degrees, Doctor of
science in Economics, Professor

O.D. Djurabayev
Scientific Secretary of the Scientific
Council for the awarding of academic
degrees, Doctor of Philosophy (PhD)
Associate professor

R.Kh. Karlibaeva
Chairman of the Scientific Seminar at the
Scientific Council for the awarding of
academic degrees, Doctor of science in
Economics, Professor

INTRODUCTION (abstract of the thesis of the Doctor of Philosophy (PhD))

The purpose of the research is to develop proposals and recommendations for improving the use of marketing tools in increasing the attractiveness of public transport.

The tasks of the research work are:

reveal the essence and importance of the concept of public transport;

researching the scientific and methodological basis of using marketing tools in the organization of passenger transportation ;

to analyze the role of public transport in solving the economic and social problems of the city and to study what is its attractiveness ;

researching the principles of segmentation of passenger transport services, taking into account the characteristics of public transport;

of public transport activity in developed countries by ensuring its priority and to analyze the experience of using marketing tools in these processes;

To improve the marketing concept of «Toshshahartranskhizmat» JSC and to develop an algorithm for its implementation;

Improving the methodology for evaluating the marketing potential of «Toshshahartranskhizmat» JSC;

Improvement of interactive marketing communications in increasing the efficiency of public transport in the city of Tashkent.

The object of the research is the passenger service activity of «Tashshahartranskhizmat» JSC .

The subject of the research is socio-economic relations that arise in the process of improving the use of marketing tools in increasing the attractiveness of public transport .

The scientific novelty of the research work comprised of following:

the proposal is based on the proposal to allocate high-speed lanes for public transport directly to the city center without intermediate stops, to eliminate traffic congestion by introducing large modern safe, convenient, digitized smart parking lots at the entrances to the city;

based on the proposal to increase the attractiveness of public transport by expanding the functions of payment cards for the use of public transport services for citizens, providing incentives to passengers for using payment cards and establishing a system of paying for the distance traveled directly in public transport;

in order to ensure the culture and quality of passenger transport services to the population by public transport in Tashkent, a forecast of the growth of the need for public transport until 2030 has been developed;

improvement of public transport service in Tashkent city until 2030 based on indicators evaluating the city's public transport development strategy (population, average number of family members, income, expenses, wages, sales volume, number of cars per person, subsidies for public transport, etc.) forecast indicators have been developed.

The scientific and practical significance of the research are as follows:

in increasing the attractiveness of public transport, the principles of convenience, provision of information, compliance with established procedures, reliability, universality and affordability have been improved in terms of passengers' views on the quality of service;

in increasing the attractiveness of public transport, the proposal is based on the use of the strategy of popularization and differentiation of the website with linkbaiting online marketing tool through content;

the methodology for assessing the quality of public transport service has been improved based on the route traveled, passenger transportation within the specified period, acceleration of movement speed and taking into account environmental indicators;

the requirements for the use of marketing tools corresponding to the customer-oriented concept have been developed;

an algorithm for increasing the attractiveness of public transport based on the effective use of marketing tools and rapid response to changes in the behavior and preferences of consumers in the market of city transport services is proposed;

a model for choosing vehicles and routes that meet the geographical location, comfort, and environmental requirements of passengers using marketing tools is proposed.

Implementation of research results:

the proposal is based on the proposal to allocate high-speed lanes for public transport directly to the city center without intermediate stops, to eliminate traffic congestion by introducing large modern safe, convenient, digitized smart parking lots at the entrances to the city was introduced into the activities of «Toshshahartranskhizmat» JSC (Decision of the Ministry of Transport of the Republic of Uzbekistan dated February 16, 2024 Reference No. 4/1239). As a result of the implementation of this scientific proposal, it was possible to increase the number of transported passengers by 5.4%;

based on the proposal to increase the attractiveness of public transport by expanding the functions of payment cards for the use of public transport services for citizens, providing incentives to passengers for using payment cards and establishing a system of paying for the distance traveled directly in public transport by placing was introduced into the activity of «Toshshahartranskhizmat» JSC (Decision of the Ministry of Transport of the Republic of Uzbekistan dated February 16, 2024 Reference No. 4/1239). As a result of putting this scientific proposal into practice, it was possible to increase passenger turnover by 3.8% based on marketing potential;

in order to ensure the culture and quality of passenger transport services provided by public transport in Tashkent city, the forecast of the growth of the need for public transport until 2030 was introduced into the activities of JSC «Toshshahartranskhizmat» (Decision of the Ministry of Transport of the Republic of Uzbekistan dated February 16, 2024 Reference No. 4/1239). As a result of the implementation of this scientific proposal, the long-term parameters of the need for public transport were determined, and it was possible to ensure their compatibility with the possibilities of the development of the city's public transport;

on the basis of indicators evaluating the city's public transport development strategy (population, average number of family members, income, expenses, wages, sales volume, number of cars per person, public transport subsidy, etc.) Forecast indicators for the improvement of the public transport service developed in the city of Tashkent until 2030 have been introduced into the activities of JSC «Toshshahartranskhizmat» (Decision of the Ministry of Transport of the Republic of Uzbekistan dated February 16, 2024 Reference No. 4/1239). As a result, it was possible to develop marketing programs and passenger flow forecasts of the Tashkent city transport department until 2030.

Approbation of the results of the study. The results of this research were discussed at 2 international and 2 national scientific-practical conferences.

Publication of research results. A total of 15 scientific works on the topic of the dissertation, including 11 articles in scientific publications recommended for publication of the main scientific results of doctoral dissertations of the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan, including 5 in the republic and 6 in foreign journals.

The structure and scope of the dissertation. The composition of the dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and appendices. The volume of the dissertation is 149 pages.

E'LON QILINGAN ILMIY ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLICATION

I bo'lim (I часть; part I)

1. G'iyosidinov B.B. Jamoat transporti faoliyatini tashkil etishda marketing vositalaridan foydalanish. / Yangi O'zbekistonda innovatsion marketing konsepsiyalari asosida biznesni rivojlantirish. Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman maqola va tezislari to'plami. – Toshkent, TDIU, 2023 yil 6-7-oktyabr. 233-237-b.
2. Giyosidinov B.B. Public transport improvement principles based on integrated marketing concept. / International scientific conference. Innovative trends in science, practice and education, 2023, Munchen, (Germany). 86-92b.
3. Giyosidinov B.B. Marketing and information provision in enhancing the attractiveness of public transport. / Innovative development in the global science, 2023, Boston, USA 13-18-b.
4. G'iyosidinov B.B. Toshkent shahar jamoat transporti faoliyatini rivojlantirishda marketing tadqiqotlari. // Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi, 8/2-2023-y. 176-180-b.
5. G'iyosidinov B.B. Shaharda jamoat transporti xizmatini rivojlantirish afzalliklari. // Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi, 8/2-2023-y. 172-176-b.
6. G'iyosidinov B.B. Маркетинговые исследования в развитии деятельности общественного транспорта. // Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi, 8/2-2023-y. 93-98-b.
7. G'iyosidinov B.B. Yo'lovchi transportining pandemiya sharoitidagi xizmatlar strategiyasi. / Innovatsion iqtisodiyot sharoitida zamonaviy marketing konsepsiyalaridan foydalanish. Respublika on-layn ilmiy-amaliy konferensiyasi ilmiy maqolalar va tezislari to'plami. – Toshkent, 2020 yil 11-noyabr. 653-659-b.
8. G'iyosidinov B.B. Transport korxonalarida marketing tadqiqotlarini amalga oshirish. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, №4, iyul-avgust, 2020y. 293-300-b.
9. Giyosidinov B.B. Development of public transport enterprises through marketing research. // "Journal of management value & ethics" 20 Vol. 10 No.04 26-31b.
10. G'iyosidinov B.B. Transport logistikasining bozor iqtisodiyotida tutgan o'rni. // TAYI xabarnomasi. №4, 2018y. 94-98b.

II bo'lim (II часть; part II)

1. Икрамов М.А., Гиёсидинов Б.Б. Вопросы маркетинговых исследований в сфере общественного транспорта. // Проблемы современной экономики, № 3 (87), 2023. 151-153-б.
2. Ikramov M.A., G'iyosidinov B.B. Jamoat transporti faoliyatining samaradorligini oshirishdagi marketing vositalarining ahamiyati. / Yangi O'zbekistonda innovatsion marketing konsepsiyalari asosida biznesni rivojlantirish.

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman maqola va tezislari to‘plami. –Toshkent, 2023 yil 6-7-oktyabr. 423-427-b.

3. Giyosidinov B.B. Shaharlarda yo‘lovchilarni jamoat transporti xizmatidan foydalanish afzalliklari. // “Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences” Vol.2 January 2022.

4. Yuldasheva S.A., Giyosidinov B.B. Marketing and information support in public sector // “European Journal of Molecular & Clinical Medicine” Vol.08 01, 2021y. 940-947-b.

5. Ikramov M.A., Giyosidinov B.B. Toshkent shahrida yo‘lovchilarni jamoat transporti xizmatidan foydalanish bo‘yicha marketing tadqiqotlari. / O‘zbekiston transport tizimida raqamli va innovatsion texnologiyalarni iqtisodiy samaradorligini baholashning dolzarb masalalari. Respublika miqyosidagi ilmiy-amaliy anjumani maqolalar to‘plami. Toshkent, 2021.

Avtoreferat “Iqtisod-Moliya” jurnali tahririyatida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 16.04.2024
Bichimi: 60x84 1/16. «Times New Roman»
garniturada raqamli bosma usulda bosildi.
Shartli bosma tabog‘i 3,3. Adadi 100. Buyurtma: № 23

«DAVR MATBUOT SAVDO» MChJ
bosmaxonasida chop etildi.
100198, Toshkent, Qo‘yliq, 4-mavze, 46.

