

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

Qo‘lyozma huquqida
UDK: 339.138:6.03.2:658 (575.1)

XASANOV SARVAR ULUG‘BEK O‘G‘LI

**KORXONALARNING LOGISTIKA FAOLIYATIDA MARKETING
STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – Marketing

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) darajasini olish uchun tayyorlangan
Dissertatsiya

Ilmiy rahbar: Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna
iqtisodiyot fanlari doktori, professor.

Toshkent – 2024-yil

MUNDARIJA

	KIRISH	3
I bob.	KORXONALARNING LOGISTIKA FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH- NING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI.....	13
1.1-§.	Korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy asoslari.....	13
1.2-§.	Korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishning uslubiy jihatlari.....	25
1.3-§.	Korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish zamonaviy modellari.....	44
	Birinchi bob bo'yicha xulosa.....	65
II bob.	KORXONALARNING LOGISTIKA FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI.....	67
2.1-§.	O'zbekiston Respublikasida transport-logistikasi tizimining rivojlanish holati tahlili.....	67
2.2-§.	Logistika korxonalarining iqtisodiy faoliyati va ularda marketing strategiyalaridan foydalanish holati tahlili.....	81
2.3-§.	Korxonalarda mijozlarga yo'naltirilgan qiymat zanjirini yaratishda logistika tizimidan foydalanish imkoniyatlari tahlili....	90
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosa.....	101
III bob.	KORXONALARNING LOGISTIKA FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	103
3.1-§.	O'zbekiston transport-logistika tizimini rivojlanishining asosiy yo'nalishlari va korxonalarining logistika faoliyati samaradorligi oshirish.....	103
3.2-§.	Korxonalarining taqsimot kanallarida marketing strategiyalaridan foydalanish istiqbollari.....	125
3.3-§.	Logistika tizimlarini raqamli transformatsiyalashuvi va tovar harakati tizimlarini axborot muxitini boshqarishni takomillashtirish yo'llari.....	138
	Uchinchi bo'yicha xulosa.....	148
	XULOSA.....	150
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	153
	ILOVALAR.....	160

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiya annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Zamonaviy kompaniyalarning marketing faoliyatini boshqarishda logistika strategiyalarining ahamiyati ortib bormoqda. Logistika tizimi mahsulotni taqsimlash jarayonida savdo faoliyati uchun logistika strategiyasi vositalaridan foydalanish, savdo to‘siqlarini bartaraf etish, moddiy va nomoddiy xarajatlarni shakllantirish uchun tarqatish xarajatlarini kamaytirish va mahsulotlarni yetkazib berish sifatini yaxshilashga yordam berib, korxonalarining bozorga moslashuvchan harakatlarini qo‘llab-quvvatlaydi va mijozlar bilan munosabatlarda samaradorlikni oshiradi. “Dunyo bo‘ylab logistika sanoati xalqaro savdo asoslaridan biri sifatida 2021-yilda 8,4 trillion yevrodan ortiq qiymatga ega bo‘lgan bo‘lsa, 2027-yilga kelib, bu ko‘rsatkich 13,7 trillion yevrodan oshishi kutilmoqda. Shunga mos ravishda, global logistika xarajatlari 2020-yilda to‘qqiz trillion AQSh dollariga ko‘tarilib, hozirgi kunda jahon yalpi ichki mahsulotining (YaIM) 10,7 foizini tashkil etmoqda”¹. Bu esa jahon miqyosida korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish muammosining dolzarbligini namoyon etadi.

Jahonda iqtisodiyotning integratsiyalashuvi va global raqobatning kuchayishi sharoitida korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirishga yo‘naltirilgan ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. Global logistika tizimida B2B, B2C yoki C2C ta‘minot zanjiri tarmoqlari orqali tashish, saqlash va yetkazib berish asosida savdo tadbirkorlik faoliyatini qulaylashtirish, logistika kompaniyalarida iqtisodiy sxemalar va raqamlashtirishning o‘zgaruvchan tabiatiga moslashgan holda quruqlik, havo va suv transporti orqali yuk tashish xizmatlarining samaradorligini oshirish, xalqaro savdoni kengaytirish, xalqaro logistika tizimlarida raqamlashtirish, elektron tijorat samaradorligini oshirish, barqarorlik tashabbuslari, ta‘minot zanjirini mustahkamlash, “Omni-channel logistics” strategiyalaridan foydalanish, mijozlar bilan samarali hamkorlik loyihalarini qo‘llash masalalari bu boradagi tadqiqotlarning ustuvor yo‘nalishlaridan hisoblanadi.

¹ <https://www.statista.com/topics/5691/logistics-industry-worldwide/#topicOverview>

O‘zbekistonda logistika tizimini rivojlantirish mamlakat iqtisodiyoti uchun juda muhimdir. Bu sohada so‘ngi yillarda tizim amaliyotini kengaytirish, eksport va importni rivojlantirish, tovar aylanmasini oshirish, tijoratni kengaytirish va boshqa iqtisodiyot sohaslarini rivojlantirish, logistika zanjirlari va transport yo‘llarini kengaytirish hamda xalqaro integratsiyalash, yuklarni tashishda raqamlashtirish, axborot kommunikatsiya texnologiyalari va innovatsion logistikadan foydalanishga alohida ahamiyat qaratilmoqda. Logistikani innovatsion yondashuv bilan boshqarish, soha mutaxassislarini ko‘paytirish va tizimga yangi yondashuvlarni tatbiq qilish muhim vazifalardan hisoblanadi. 2030-yilgacha erishiladigan maqsadlarning 53-bandi “O‘zbekiston Respublikasining global transport-logistika tarmoqlariga integratsiyasini chuqurlashtirish va milliy transport tizimining salohiyatini oshirish”ga qaratilgan bo‘lib, unda “Tranzit yuklarini tashish hajmini 16 million tonnaga yetkazish”, “Yuk tashish muddatlarini 40 foizga qisqartirish”, “Yo‘lovchi va yuk tashish xizmatlari hajmini 3 barobar oshirish”² vazifalari belgilab berilgan. Mazkur vazifalarning samarali bajarilishi korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishni taqozo etmoqda.

Dissertatsiya tadqiqoti O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-sonli “O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmonlari, 2022-yil 21-iyundagi PQ-288-sonli “Gumanitar yordam ko‘rsatish bo‘yicha Xalqaro ko‘p funksiyali transport-logistika xabini tashkil etish choralari to‘g‘risida”gi, 2021-yil 27-maydagi PQ-5127-sonli “Farg‘ona viloyatining Uchko‘prik tumanida yengil sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishni, logistika va savdo tarmoqlarini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, 2019-yil 1-fevraldagi PQ-4143-sonli “O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi qarorlari, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 19-martdagi

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-sonli “O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni. – www.lex.uz

173-sonli “Sirdaryo viloyatida ixtisoslashtirilgan savdo-logistika terminalini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, 2019-yil 24-maydagi 429-sonli “O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi huzuridagi Transport va logistikani rivojlantirish jamg‘armasi to‘g‘risida”gi nizomni hamda O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi va uning idoraviy mansub tashkilotlari xodimlarini O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi huzuridagi “Transport va logistikani rivojlantirish jamg‘armasi hisobiga qo‘shimcha moddiy rag‘batlantirish tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash to‘g‘risida”gi, 2019-yil 12-apreldagi 305-sonli “O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi huzuridagi Transport va logistikani rivojlantirish muammolarini o‘rganish markazi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorlari va boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublikada fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga bog‘liqligi. Dissertatsiya ishi Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq “IL-4621061008” raqamli “Brenchmarking asosida mahalliy avtomobilsozlik sanoatining samaradorligini aniqlash va raqobatbardoshligini oshirishning dasturiy ta‘minotini yaratish” mavzusidagi amaliy loyihasi (01.04.2022-31.03.2023) doirasida bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Logistikaning umumiy nazariyasiga asoslangan korxonalarni sotish faoliyatining logistika strategiyasi xorijlik olimlardan P.M.Panayides, S.Huma, M.Cichosz, C.M.Wallenburg, A.M.Knemeer, S.Winkelhaus, E.H.Grosse, N.I.Selim, F.Parola, A.Amling, P.J.Daugherty, A.Susanty va boshqalarning tadqiqotlarida aks etgan³. Bu xorijlik olimlar logistika

³ Panayides P. M. Logistics service providers: An empirical study of marketing strategies and company performance //International Journal of logistics: Research and applications. – 2004. – T. 7. – №. 1. – C. 1-15; Huma S. et al. The effect of logistics service quality on customer loyalty: case of logistics service industry //South Asian Journal of Business Studies. – 2020. – T. 9. – №. 1. – C. 43-61.; Cichosz M., Wallenburg C. M., Knemeyer A. M. Digital transformation at logistics service providers: barriers, success factors and leading practices //The International Journal of Logistics Management. – 2020. – T. 31. – №. 2. – C. 209-238.; Winkelhaus S., Grosse E. H. Logistics 4.0: a systematic review towards a new logistics system //International Journal of Production Research. – 2020. – T. 58. – №. 1. – C. 18-43.; Selim N. I. I. B. et al. Halal logistic services, trust and satisfaction amongst Malaysian 3PL service providers //Journal of Islamic Marketing. – 2022. – T. 13. – №. 1. – C. 81-99.; Parola F. et al. Digital technologies and business opportunities for logistics centres in maritime supply chains //Maritime Policy & Management. – 2021. – T. 48. – №. 4. – C. 461-477.; Amling A., Daugherty P. J. Logistics and distribution innovation in China //International Journal of Physical Distribution & Logistics Management. – 2020. – T. 50. – №. 3. – C. 323-332.;

nazariyalari, korxonalarining logistika tizimlari samaradorligini oshirish, logistik jarayonlarni samarali tashkil etish asosida korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirishga qaratilgan tadqiqotlar olib borganlar.

Mustaqil davlatlar hamdo'stligi mamlakatlarida bu borada V.Morgunov, A.Djabrailov, O.A.Ostashevskaya, D.P.Kayfedjan, Yu.V.Panko, V.N.Kuzmenkova, G.I.Palamarchuk, N.N.Kaser, L.Yu.Aleksandrov, V.V.Sherbakov, N.A.Gviliya, Ye.A.Leshukova, A.N.Kosteskiy singari olimlar ilmiy tadqiqot olib borganlar⁴. Tadqiqotlar korxonalarining logistika strategiyasini ishlab chiqish va uning uslubiy ta'minotini takomillashtirish, zamonaviy logistika tizimlari va raqamlashtirish muammolariga bag'ishlangan.

O'zbekistonning iqtisodchi olimlaridan M.A.Ikramov, Sh.J.Ergashxodjayeva, M.Yusupov, A.N.Samadov, U.V.Gafurov, Ya.Karriyeva, F.Xojayev, B.O.Tursunov, D.S.Qosimova, A.S.Kucharov, M.N.Irisbekova, D.Xolmamatov, U.Saidov va boshqalar marketing va logistika fanlarini rivojlantirish, logistika tizimlarini rivojlantirishning ilmiy-metodologik asoslarini yaratish borasida tadqiqotlar olib borganlar⁵. Mahalliy olimlarning logistika strategiyasi

Susanty A. et al. Mapping the barriers for implementing halal logistics in Indonesian food, beverage and ingredient companies //Journal of Islamic Marketing. – 2021. – Т. 12. – №. 4. – С. 649-669.

⁴ Моргунов В., Джабраилов А. Маркетинг. Логистика. Транспортно-складские логистические комплексы. – Litres, 2020.; Осташевская О.А. Система сбалансированных показателей маркетинга и логистики: рынок транспортно-логистических услуг. – 2021.; Кайфеджан Д.П. Проблемы формирования цифровой экосистемы маркетинга транспортно логистического рынка. //Практический маркетинг. – 2023. – №. 6. – С. 8-13.; Панько Ю.В. Точки взаимодействия маркетинга и логистики. // Polish Journal of Science. – 2020. – №. 25-4 (25). – С. 37.; Кузьменкова В.Н., Паламарчук Г.И., Кацер Н.Н. Особенности маркетинга на транспорте //Специальная техника и технологии транспорта. – 2020. – С. 215-219.; Кайфеджан Д. П. Анализ рынка современных маркетинговых и логистических технологий. // Наука и образование: хозяйство и экономика, предпринимательство, право и управление, 2020. – №. 12. – С. 24-30.; Александрова Л.Ю. и др. Маркетинговая логистика как основа логистического подхода к оценке конкурентоспособности предприятия. //Лидерство и менеджмент. – 2023. – №. 1. – С. 35-52.; Щербаков В.В., Гвилия Н.А. Драйверы клиентоориентированности корпоративной транспортной логистики. // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2021. – №. 1. – С. 145-149.; Лешукова Е.А. Маркетинг и логистика. //Маркетинг. – №. 5. – С. 45-52.; Костецкий А.Н., Кайфеджан Д.П. Трансформация системы маркетинговых инструментов на рынке логистических услуг. – 2023.

⁵ Икромов М.А., Гиёсидинов Б.Б. Проблемы маркетинга. Логистика. Проблемы современной экономики, № 3 (87), 2023; Карриева Я., Карриев К. Логистика тамоиллари асосида савдо тизимини такомиллаштириш. //Направления развития благоприятной бизнес-среды в условиях цифровизации экономики. – 2022. – Т. 1. – №. 02. – С. 19-25.; Турсунов Б.О. Ўзбекистонда иқтисодийни модернизациялаш шароитида транспорт хизматлари фаолиятини бошқариш ва самарадорлигини ошириш йўллари. // Ijtimoiy fanlarda innovasiya. – 2022. – Т. 2. – №. 12. – С. 41-45.; Ирисбекова М.Н. Логистик тамоиллар асосида транспорт хизматларини оптималлаштириш. //O'zbekistonda fanlararo innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar, 2023. – Т. 2. – №. 19. – С. 1000-1005.; Холмаматов Д. Пути развития маркетинговой логистики в оптовой торговле. // Экономика и инновационные технологии. – 2021. – №. 3. – С. 266-272.; Махмудов С. Пути улучшения механизмов финансирования логистических компаний. // Экономика и образование. – 2021. – №. 3. – С. 237-242.; Саидов

muammolariga oid yuqorida qayd etilgan ishlari asosan umumiy xarakterga ega bo'lib, logistika faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalarda marketing strategiyalarining fundamental tizimli tadqiqotlari yetarlicha tadqiq etilmagan. Logistika tizimida, jumladan, mahsulotni taqsimlash va yetkazib berish tizimida tizimli yondashuv asosida marketing faoliyatini tashkil etish bilan bog'liq masalalarning uslubiy asoslari yetarlicha yoritilmagan. Bunday holatlarni e'tibortga olganda korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirishga qaratilgan tadqiqotlar olib borish dolzarb hisoblanadi.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilayotgan 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 bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirishga qaratilgan ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

zamonaviy logistika tizimida marketingning ilmiy-nazariy jihatlarini o'rganish zaruratini asoslash;

korxonaning logistik faoliyati samaradorligini oshirish bo'yicha ilmiy nazariyalar va konsepsiyalarni sharhlash;

korxonalarining logistika tizimida marketing strategiyalarini ishlab chiqish uslubiyoti va modellarini aniqlash;

O'zbekiston Respublikasi transport-logistika tizimining rivojlanish holatini tahlil qilish;

logistika korxonalarining iqtisodiy faoliyati va marketing strategiyalaridan foydalanish holatini tahlil qilish;

korxonalarda mijozlarga yo‘naltirilgan qiymat zanjirini yaratishga qaratilgan logistik tizimni joriy etish imkoniyatlarini tahlil qilish asosida muhim strategik yo‘nalishlarni aniqlash;

korxonalarining logistika faoliyati samaradorligi va uni oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish bo‘yicha uslubiy tavsiyalar berish;

korxonalarining taqsimot kanallarida marketing strategiyalaridan foydalanish istiqbollari belgilab berish;

marketing-logistika tizimlarining raqamli transformatsiyalashuvi va global axborot tizimi samaradorligini oshirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti sifatida mahalliy transport-logistika korxonalarining marketing faoliyati tanlangan.

Tadqiqotning predmeti korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish jarayonida vujudga keluvchi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar hisoblanadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot jarayonida induksiya, deduksiya, statistik tahlil, ekspert baholash, so‘rov, korrelyatsion va regression tahlil, moliyaviy tahlil, forsayt tahlil, noaniq to‘plamlarni modellashtirish, kognitiv tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko‘ra “marketing logistikasi” tushunchasining iqtisodiy mazmuni tovarning iste‘molchi tomon harakatidagi qo‘shilgan qiymat yaratishni tashkil etish, narxlash, axborot oqimini boshqarish va o‘z vaqtida yetkazib berishda talabni aniqlashga yo‘naltirilgan marketing hamda materialning ishlashi, yakuniy iste‘molchiga axborot oqimini ta‘minlashga yo‘naltirilgan logistika funksiyalarining yagona va bo‘linmas jarayoni nuqtayi nazaridan takomillashtirilgan;

logistika tizimining har bir bosqichida iste‘mol qiymati yaratishga qaratilgan mexanizm iste‘molchi kutishlarini aks ettiruvchi qiymat atributlari asosida ishlab chiqarish, distribyusiya va chakana savdodagi o‘zaro integratsion munosabatlarni ekspert xulosalari o‘rtasidagi kelishuv darajasiga ko‘ra “juda yuqori”(0,111 - 0,182),

“yuqori” (0,288), “qoniqarli” (0,306) tarzda ifodalovchi sifat xususiyatlari va variatsiya koeffitsiyenti asosida baholash orqali takomillashtirilgan;

korxonalarining taqsimot kanallarida mijozlarga qiymat yaratishga qaratilgan logistika funksiyalaridan foydalanish samaradorligi noaniq to‘plamlarining kognitiv matritsalarini mezonlarining zaif($0,1 \leq R$) $_{(u_1) \leq 0,3}$, o‘rtacha($0,4 \leq R$) $_{(u_1) \leq 0,6}$, yuqori $_{[0,4 \leq R]_{(u_1) \leq 0,6}}$ va maksimal($R_{(u_1)}=1$) ta’sir darajalariga ko‘ra marketing strategiyalarini optimal tanlash asoslangan;

O‘zbekiston Respublikasida transport-logistika tizimi rivojlanishiga ta’sir ko‘rsatuvchi omillar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikning ekonometrik modeli asosida yuk aylanmasi hajmining 2027-yilga qadar prognoz ko‘rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijasi quyidagilardan iborat:

logistika tizimlarida ta’minot zanjirini boshqarishda inventarizatsiyani kuzatish, xaridlarni tartibga solish va tarqatish yo‘nalishlarini optimallashtirish uchun mustahkam ta’minot zanjirini boshqarish dasturini joriy etish taklifi asoslangan;

ishlab chiqarish va tarqatish bo‘yicha to‘g‘ri qarorlar qabul qilishga yordam beruvchi talab tendensiyalari, narxlar va bozor sharoitlari haqida real vaqt rejimida ma’lumotlarni taqdim etish uchun ishonchli bozor axborot tizimlarini yaratishning uslubiy ta’minoti takomillashtirilgan;

korxonalarining marketing logistika tizimida moddiy oqimlarni boshqarishning itarib chiqaruvchi va tortib chiqaruvchi tizimini boshqarishning konseptual modellari taklif etilgan;

korxonalarda logistik tizim samaradorligini ta’minot tizimining faoliyat natijalari, ishlab chiqarish, taqsimot, ombor, zaxiralarni boshqarish, transportirovka, xalqaro logistik tizim hamda logistik axborot tizimida faoliyat natijalarining jamlanma ko‘rsatkichlari asosida baholash amaliyotidan foydalanish taklifi asoslangan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Tadqiqot natijalarining ishonchliligi ilg‘or xorij tajribasini o‘rganish va umumlashtirish, zamonaviy logistika tizimida

marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy jihatlarini o'rganish, logistika korxonalarida marketing strategiyalaridan foydalanish borasidagi mavjud ilmiy tadqiqot ishlarini qiyosiy va tanqidiy nuqtayi nazardan tahlil qilish, axborotlar bazasi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi, transport logistika tizimidagi mahalliy va xalqaro kompaniyalarning rasmiy manbalari asosida to'planganligi va ular statistik dasturiy paketlar asosida tahlil qilinganligi hamda qayta ishlanganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati unda ilgari surilgan nazariy-uslubiy tavsifdagi xulosa va takliflardan korxonalarining logistika faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishning muhim yo'nalishlarini aniqlash, logistika korxonalarida zamonaviy marketing strategiyalarini ishlab chiqish va milliy logistika kompaniyalarining xalqaro integratsiyalashuv maqsadlarini amalga oshirishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati unda ishlab chiqilgan amaliy tavsiyalardan O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligi tizimidagi logistika korxonalaridagi marketing strategiyalarida foydalanish, xalqaro bozorlarga maqsadli kirishga qaratilgan strategiyalarni ishlab chiqish, shuningdek, "Marketing asoslari", "Logistika", "Ta'minot zanjirini boshqarish" fanlari bo'yicha darslik va o'quv qo'llanmalar tayyorlashda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan logistik korxonalarda brend strategiyasidan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko'ra "marketing logistikasi" tushunchasining iqtisodiy mazmuni tovarning iste'molchi tomon harakatidagi qo'shilgan qiymat yaratishni tashkil etish, narxlash, axborot oqimini boshqarish va o'z vaqtida yetkazib berishda talabni aniqlashga yo'naltirilgan marketing hamda materialning ishlashi, yakuniy iste'molchiga axborot oqimini ta'minlashga yo'naltirilgan logistika funksiyalarining yagona va bo'linmas jarayoni nuqtayi nazaridan takomillashtirishga oid nazariy-uslubiy ma'lumotlardan oliy o'quv yurtlari talabalari uchun tavsiya etilgan

“Logistika” nomli darslikni tayyorlashda foydalanilgan (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektorining 2023-yil 28-avgustdagi 272-sonli buyrug‘i). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida talabalarda iste’molchilarga tovar harakati jarayonidagi qo‘shilgan qiymat yaratishga qilinadigan tovar harakatini tashkil etish, narxlash, axborot oqimi harakatini boshqarish va o‘z vaqtida yetkazib berish jarayonidagi munosabatlar majmuasi nuqtayi nazaridan takomillashtirilgan “marketing logistikasi” tushunchasining iqtisodiy mazmuni yuzasidan nazariy bilimlarni chuqurlashtirish imkoni yaratilgan;

logistika tizimining har bir bosqichida iste’mol qiymati yaratishga qaratilgan mexanizm iste’molchi kutishlarini aks ettiruvchi qiymat atributlari asosida ishlab chiqarish, distributsiya va chakana savdodagi o‘zaro integratsion munosabatlarni ekspert xulosalari o‘rtasidagi kelishuv darajasiga ko‘ra “juda yuqori” (0,111 - 0,182), “yuqori” (0,288), “qoniqarli” (0,306) tarzda ifodalovchi sifat xususiyatlari va variatsiya koeffitsiyenti asosida baholash taklifi mahalliy transport-logistika korxonalarida faoliyatida foydalanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024-yil 5-oktabrdagi 4/9391-sonli ma’lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikni amaliyotga joriy etish natijasida korxonalar mijozlar uchun qiymat yaratish atributlari hisoblangan omborxonalar tizimi bilan ishlash, zaxiralarni boshqarish, transportirovka tizimlari takomillashtirilgan. Jumladan, mazkur ilmiy yangilik sinovdan o‘tgan “Giyas Avto Nice” MChJda yetkazib berish tizimidagi uzilishlardan ko‘riladigan zararlari 2023-yilda 2022-yilga nisbatan 5,6 foizga kamaygan. “Chandler logistics” MChJ shaklidagi qo‘shma korxonada yetkazib berish tizimidagi uzilishlardan ko‘riladigan zararlari 2023-yilda 2022-yilga nisbatan 5,6 foizga kamaygan hamda zaxiralarni saqlash xarajatlarini kamaytirish orqali 11,9 foiz qo‘shimcha samaradorlikka erishgan;

korxonalarining taqsimot kanallarida mijozlarga qiymat yaratishga qaratilgan logistika funksiyalaridan foydalanish samaradorligi noaniq to‘plamlarining kognitiv matritsalarining mezonlarining zaif ($0,1 \leq R \leq 0,3$), o‘rtacha ($0,4 \leq R \leq 0,6$), yuqori ($0,4 \leq R \leq 0,6$) va maksimal ($R(u_1) = 1$) ta’sir darajalariga ko‘ra

marketing strategiyalarini optimal tanlash bo'yicha takliflar mahalliy transport-logistika korxonalarini faoliyatida foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024-yil 5-oktabrdagi 4/9391-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilik sinovdan o'tgan "Giyas Avto Nice" MChJ hamda "Chandler logistics" MChJ shaklidagi qo'shma korxonada maksimal imkoniyatli marketing strategiyalaridan foydalanish uchun uslubiy yondashuv sifatida xizmat qilgan. Shuningdek, korxonalarda mahsulotni joylashtirish narxlash, ombor tizimini boshqarish va transportirovka, tashuvlarni boshqarish, mijozlarga xizmat ko'rsatish, reklama va targ'ibot ishlari, taqsimot kanallari bo'yicha o'zaro hamkorlik bo'yicha strategik imkoniyatlar aniqlangan;

O'zbekiston Respublikasida transport-logistika tizimi rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikning ekonometrik modeli asosida yuk aylanmasi hajmining 2027-yilga qadar taklif etilgan prognoz ko'rsatkichlaridan O'zbekiston Respublikasi transport vazirligi tizimi korxonalarini faoliyatida foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Transport vazirligining 2024-yil 5-oktabrdagi 4/9391-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur prognoz ko'rsatkichlarini amaliyotga joriy etish natijasida vazirlik tarkibidagi tarmoq korxonalarining yuk aylanmasi hajmini 8,9 foizga oshirish imkoniyati aniqlanib, yuk tashuvlarining istiqboldagi ko'rsatkichlarini yanada aniqlashtirish va muvofiqlashtirish imkoniyati yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari bo'yicha 4 ta respublika va 2 ta xalqaro ilmiy-amaliy anjumanlarda ma'ruza qilingan va aprobatsiyadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinishi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 11 ta ilmiy ish, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi tomonidan tavsiya etilgan respublika ilmiy jurnallarida 3 ta ilmiy maqola, xorijiy jurnallarda 2 ta ilmiy maqola va 6 ta ma'ruza tezislari chop etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, 3 ta bob, 9 ta paragraf, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan tashkil topgan bo'lib, uning hajmi 150 betdan iborat.