**ЙЎЛОВЧИ ТАШИШ ТРАНСПОРТИ ТИЗИМДА ИННОВАЦИОН МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ**

Бердиёров Темур Азаматович

Тошкент Давлат иқтисодиёт университети. Мустақил тадқиқотчиси

E-маил: [бердиёров8411@маил.ру](mailto:berdiyorov8411@mail.ru);

Тел: +998 90 5168400

**Аннотация**

Мазкур мақола йўловчи ташиш транспорти тизимида инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг илмий-назарий жиҳатлари ўрганилган. Транспорт хизматлари бозорида истеъмолчиларни жамоат транспортидан фойдаланишини кенгайтириш борасида тахлил амалга оширилган. Шунингдек, йўловчи ташиш транспорти бозорида инновацион маркетинг технологияларини ишлаб чиқишни рағбатлантирувчи омиллар тизимлаштирилиб, улардан фойдаланиш имкониятлари аниқланган.

**Калит сўзлар:** транспорт, йўловчи ташиш транспорти, маркетинг, инновацион маркетинг, маркетинг стратегияси, хизматлар бозори, мативация, жамоат транспорти.

**Аннотация**

В данной статье изучены научно-теоретические аспекты использования маркетинговых технологий в системе пассажирского транспорта. Проделан анализ в сфере расширения использования общественного транспорта на рынке транспортных услуг. Кроме того, классифицированы факторы мотивирующие выработку инновационных маркетинговых технологий на рынке транспортных услуг и определены возможности их использования.

**Ключевые слова:** транспорт, пассажирский транспорт, маркетинговая стратегия, инновационный маркетинг, рынок услуг, мотивация, общественный транспорт

**Annotation**

This article explores the scientific and theoretical aspects of the use of marketing technologies in the passenger transport system. An analysis has been done in the field of expanding the use of public transport in the transport services market. In addition, factors motivating the development of innovative marketing technologies in the transport services market are classified and the possibilities for their use are determined.

**Keywords:** transport, passenger transport, marketing strategy, innovative marketing, services market, motivation, public transport

**Кириш (introduction)**

Жаҳон иқтисодиётининг муҳим инфратузилмавий тармоқларидан бири ҳисобланган транспорт тизимини ривожлантириш ҳар бир мамлакатнинг иқтисодий сиёсатининг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Шу боисдан бутун дунёда халқаро савдо ва иқтисодий алоқаларнинг глобаллашуви, ички ва ташқи бозорда юқори рақобатга эга бўлиши, инвестицион фаоллик, тадбиркорлик ва туристик салоҳияти транспорт тизимининг ривожланганлиги билан белгиланади.

Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг 2017—2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракат стратегиясида “аҳолига транспорт хизмати кўрсатишни тубдан яхшилаш, йўловчи ташиш хавфсизлигини ошириш ва атроф муҳитга зарарли моддалар чиқишини камайтириш, ҳар томонлама қулай янги автобусларни сотиб олиш, автовокзал ва автостанцияларни қуриш ҳамда реконструкция қилиш”[1] вазифларини белгилаб берилиши ҳам транспорт хизматлари бозорида маркетинг инновацияларидан фойдаланиш борасида тадқиқотлар олиб бориш заруриятини юзага чиқарди.

Сўнги йилларда эса республикада автотранспорт хизматлари билан таъминлаш соҳасини янада ривожлантириш, йўловчилар ташиш хавфсизлигини ошириш ва атмосферага зарарли ташламаларни қисқартириш мақсадида қабул қилинган Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Автомобиль транспортини бошқариш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2018 йил 6 мартдаги ПҚ-3589-сонли ҳамда 2019 йил 6 мартдаги “Юк ва йўловчи ташиш тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4230-сон қарорлари эса мазкур тизимни тубдан янгилаш, соҳада илғор ахборот-коммуникация технологиялари ва интеллектуал транспорт тизимлари яратиш борасида тизимили тадқиқотлар олиб бориш муаммосини кўймоқда.

Жаҳон мамлакатларида автоуловларга эгалик қилиш даражаси сезиларли даражада ошди, бу эса автомобиль йўлларида транспорт тирбандлиги ва инсон ҳаёт хавфсизлииги билан боғлиқ бир қатор муаммоларни келтириб чиқариб, истеъмолчиларда шахсий автоуловлардан фойдаланиш даражасини пасайтириш зарурати пайдо бўлмоқда. Шаҳар ва қишлоқларда транспорт тирбандлигини олдини олиш бўйича қатий чоралар сифатида белгиланаётган шахсий автоуловлардан фойдаланишини чеклаш амалиётини қўллаш бирламчи чора ҳисоблансада иқтисодиётнинг маълум тармоқлари (автомобиль саноати) ривожланишини чекланишини юзага чиқаради. Ушбу холатнинг бу борадаги муаммоларни олдини олишнинг энг самарали ва алтернатив йўлларини топиш, жамоат транспортларидан фойдаланишни кўпайтириш чораларини билвосита усулларидан фойдаланиш ва унинг сифатли хизмат кўрсатишини таъминлаш ҳисобланади.

Юқоридагилардан келиб чиққанда, йўловчи ташиш транспорт хизматлари бозорида муросасиз рақобат кечаётган бир пайтда истеъмолчиларни жамоат транспортидан фойдаланиш даражасини оширувчи, йўловчи ташиш транспорти тизимларининг ҳамжиҳатлилигини таъминловчи инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш орқали муаммони ҳал этиш мумкинлиги тадқиқотнинг долзарблигини белгилаб беради.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили (literature review)**

Йўловчи ташиш транспорти тизимида маркетинг инновацияларни яратиш зарурияти соҳада рақобатни ривожланиши, шахарларда ахолининг харакатланишини қийинлашуви, шахарларда автотураргохлар учун жой ажратиш, траспорт воситалари билан ахолини таъминланганлик даражасини ошиб бориши каби омилларнинг таъсирида юзага чиқмоқда. Транспорт маркетинги соҳасида инновацион технологияларсиз йўловчилар ҳаракатини оптималлаштириш, хизматлар сифатини ва маданиятини ошириш ва хизмат турларини кенгайтириш бўйича жиддий ўзгаришларни амалга ошириб бўлмайди. Бу эса инновацион маркетинг технологиялари борасида тўпланган илмий тажрибалар ва мавжуд салоҳиятни йўловчи ташиш транспорт тизимларига бевосита қўллаш, унинг ташкилий-иқтисодий механизмларини янгича ёндашув асосида тадқиқ этишни тақозо этади.

Илмий адабиётлар шарҳлари инновацияларни корхонанинг рақобат бўйича устунлигига[2], истеъмолчилар ва рақобатчилар йўналишига[3], бизнес стратегияларига[4][5][6] ва маркетинг имкониятларига[7] боғлиқлиги асосланди. Маркетингнинг асосий вазифалари кўпроқ маркетинг фаолияти самарадорлигини оширишга, сотишни кўпайтиришга ва рақобатда устунликни таъминлашга қаратилади.

Маркетинг инновацияларини бошқарадиган омилларни ўрганишга бағишланган илмий адабиётларда асосан илмий тадқиқотларни ривожланишига, технологик имкониятларга, илмий тадқиқот бўйича ахборотлар олиш каби омилларга кўпроқ таянилади[8]. Шунинг билан бирга, технологик ва товар инновацияларини амалга ошириш натижасида маркетинг инновациялари шакллиши назарияларида асосланган.

Бу борада мамлакатимиз ва хорижий олимлар томонидан кенг изланишлар олиб борилмоқда. Мазкур масала бўйича илмий тадқиқот олиб борган хорижлик олим А.Ибраева, Ж.Фигуеиралар ўз тадқиқотларида истеъмолчиларга транспорт йўналишлари бўйича ахборотни ўз вақтида олиш имконини берувчи тизимни яратишга қаратилган илмий тадқиқотлар олиб борган.[9] Тадқиққотда ахолининг барча қатламлари учун транспорт йўналишлари бўйича ахборот олиш имкониятларини яратилиши эса, йўловчи ташиш траспорти хизматларини самарадорлигини таъминлаши асосланган.

Йўловчи ташиш транспортида маркетинг инновацияларини жорий этиш ва уни шаклланишига ахборот коммуникация технологияларининг таъсирини Геерлингс Ҳ. тадқиқотларида кўриб чиқилган бўлиб, истеъмолчиларнинг саёхатлар, кутилмаган кечикишлар, сафар олди ва сафар давомийлиги бўйича олинадиган ахборотлар жамоат траспорти соҳасида инновацияларни шаклланишининг асосий омиллари эканлигини асосланган [10].

Транспорт тизимида инновацион тўлов тизимларини жорий этиш ва унинг самарадорлик масалалари бўйича илк тадқиқотлар Ҳелмреич ва Леисслар томонидан амалга оширилган бўлиб, улар сайёхлар ва саёхатчиларнинг чипталарга масофадан тўлов тизимларини амалга оширишнинг самарадорлик жихатларини ўрганган[11]. Асосий эътибор нақд пулсиз чипта тизими ҳисобланган Смарт карталарни жорий этиш ундаги баланс, транзактсиялар тарихи ва фойдаланувчи профили функционал хусусиятларини методологик жихатларини асослашган. Маълумки бугунги кунда Смарт-карталардан фойдаланиш тобора кўпайиб бормоқда. Смарт-карталар автотранспорт йўналиши бўйича кўрсатмалар, ҳайдовчилар маълумотлари ва транспорт воситаларининг тиқилиб қолиши, жамоат транспортига йўл хақини тўлаш каби иловалар учун қулай фойдаланиш тизими хисобланади.

Транспорт тизимида инновацион маркетинг технлогияларини ривожланиши ва давлатнинг тартибга солиш механизмлари Званвелд ва бошқа олимларнинг тадқиқотларида кўриб ўтилган[12]. Тадқиқотчи фикрича технологик ривожланиш билан бир қаторда, институтсионал ва ташкилий ривожланиш ҳам жамоат транспортида маркетинг инновацияларини шаклланишида муҳим рол ўйнайди.

Йўловчи ташиш транспорт ҳизматларида мижозлар ўзаро иштирокчи бўлганлиги сабабли, ушбу тизимда инновациялар энг мухим жихат эканлиги Сундбо ва Галлоужлар тадқиқотларида асосланган бўлиб, уларнинг фикрича маркетинг инновациялари мижозлар, рақобатчилар, давлат сектори ва етказиб берувчилар фаолияти натижадорлигига, рақобит мухитини шаклланиши инновацияларни риожланишининг асосий омили эканлиги асосланган [13].

Мамлакатимиз олимларидан М.А.Икрамов, Я.К.Қорриева, М.Ирисбекова, М.Равшанов, Т. Қодировлар автомобиль транспорт тизимида маркетинг фаолиятини ташкил этиш, бошқариш ҳамда тармоқни инновацион ривожлантиришга бағишланган тадқиқотлар олиб борилган[14][15]. Транспорт тизимида инновацион маркетинг фаолиятини такомиллаштиришнинг методологик жихатлари А.Қаххоров[16] илмий тадқиқотларида кўриб ўтилган. Унда транспорт тизимида инновацияон маркетинг технологияларидан фойдаланиш муаммолари ўрганилган бўлиб, тадқиқотнинг асосий объекти сифатида юк ташиш транспорти соҳасида инновацион маркетингдан фойдаланиш бўйича таклифлар тайёрланган.

Тадқиқотлар натижаларидан маълум бўлмоқдаки йўловчи ташиш транспорт тизимини инновацион маркетинг технологияларидан фойдаланиш, инновацион маркетинг фаолиятини кенгайтиришнинг истиқболлари ва самарадорликни баҳолашнинг илмий-услубий асослари каби масалалар хорижий ҳамда республикамиз иқтисодий адабиётларида етарлича ёритилмаган.

**Таҳлил ва натижаларда (аналйсис анд ресултс)**

Республикамизда маркетинг соҳасидаги инновацияларни яратишда ҳам охирги ўн йилликда сезиларли даражада ишлар амалга оширилди. Республикамизда ҳам транспорт соҳасида инновацияларни жорий этишга катта эътибор қаратилмоқда. Жумладан, иқтисодиётнинг барча тармоқларида 2017 йилда жами 2046 та инновациялар амалга оширилган бўлиб, натижада 15 трл.сўмдан ортиқ инновацион маҳсулотларни яратишга эришилган. Транспортда ташиш ва сақлаш соҳасида эса 2017 йилда 23 та инновациялар амалга оширилган ва уларнинг жами яратилган инновациялардаги улуши 3,3 фоизни ташкил қилган. Эътиборлиси, 2015-2017 йиллар давомида транспортда ташиш ва сақлаш соҳасида атига 3 та маркетинг инновациялари амалга оширилган холос (1-жалвал). Тахлил этилаётган йиллар давомида кўплаб тармоқларда маркетинг инновацияларни жорий этиш юқори даражада ўсаётган бўлсада, транспорт соҳасида инновациялар яратиш тенденцияси пасайиб бормоқда.

1-жадвал.

**Транспорт хизматлари соҳасида яратилаган инновацион маҳсулот ва хизматлар**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Инновациялар | 2015 йил | 2016 йил | 2017 йил |
| Технологик инновациялар | 135 | 42 | 15 |
| Маркетинг инновациялари | 1 | 2 | 0 |
| Ташкилий инновациялар | 3 | 7 | 8 |
| Жами | 139 | 51 | 23 |

Республикамизда яратилаётган инновацион ишланмалар таркиби бўйича тахлил қиладиган бўлсак, технологик ва ташкилий инновацияларга нисбатан маркетинг инновациялари ҳажми етарли даражада эмас, шунингдек маркетингдаги инновацион ишланмаларни корхоналар сонига нисбатан оладиган бўлсак ижобий баҳо бера олмаймиз.

1-жадвал маълумотларидан маълумки, соҳада инновациялар яратиш ва унинг тарқалиши паст даражада сақланмоқда. Ваҳоланки, мустақилликни илк кунлариданоқ миллий транспорт тизимини яратиш ва уни такомиллаштириш чора тадбирларини амалга ошириб келинаётган бўлсада, маркетинг ва уларда инновацияларни жорий этиш қийин кечмоқда. Автомобиль транспортида юк ва йўловчи ташиш тизимнинг асосий бўғини бўлиб, таҳлил йилларида атиги битта маркетинг инновациясини жорий қилиш билан чекланиб қолинган.

Маълумки, жаҳон мамлакатлари йўловчи ташиш транспорт хизматлари бозорида ўзиро муносбатларга асосланган маркетинг тамойилларидан фойдаланган холда мижозларга йўналтирилган ёндашувга ўтиш, янги бизнес моделлари ва инновацияларга эътибор бериш тендентсиясилари кузатилмоқда [17]. Жумладан, Европа Иттифоқининг Гаризон-2020 концепцияси доирасида амалга оширилаётган CИПТEC (Cоллеcтиве Инновацион форумиPublic Transport in Europеan Citiеs) лойихасининг “Smart, Grееn and Intеgratеd Transport” дастурида асосий эътибор йўловчиларни жамоат транспортидан фойдаланиш кўламини кенгайтиришга қаратилган.

CИПТEC дастуринг асосий йўналишлари қуйидагилар ҳисобланади:

-маркетинг (мижозларни аниқлаш, маркетинг тадқиқотлари, истеъмолчилар интелекти)

-истеъмолчилар хулқ-атвори (илғор мотиватсион тадқиқотлар, истеъмолчилар хулқ-атворини ўрганиш ва бошқалар);

-инновациялар (кродсоурcинг, жамоавий интеллект, ғояларни ҳамкорикда яратиш (cо-cреатион), бизнес ва ижтимоий уйғунлик концепциялари асосидаги инновациялар);

ривожланиш (ижтимоий-иқтисодий, технологик ва ижтимоий-ахлоқий ва бошқариш);

Жамоат транспорти соҳасида фаолият юритувчи корхоналар ривожланишнинг иннавацион ечимларни ишлаб чиқаришда бир қатор қийинчиликларга дуч келмоқдалар, бу эса кўпинча давлат хизматларида инновацияларни ривожлантириш учун рағбатнинг йўқлиги, шу қаторда транспорт соҳада кичик тадбиркорлик иштирокчиларнинг юқорилигидир.

Фикримизча, республика транспорт тизимида маркетинг инновацияларини амалга ошириш қийин кечаётган бир вақтда, ушбу инновацияларни амалга оширишга матив берувчи омилларни аниқлаш зарур ҳисобланади. Шунга асосан халқаро нуфузли илмий баъзалар хисобланган SciеncеDirеct маълумотлар базасида 1594 та мақолани, Wеb of Knowlеdgе маълумотлар базасида 96 та ва бошқа турли маълумотлар базаларида шу соҳага дахлдор 26 та мақолаларни қидирув тизимлари орқали топишга имкон берди. Жами тўпламдан биз турли номутаносиб меъзонлар ва бир хил мақолаларни чиқариб ташлаган ҳолда танланма сифатида 94 та илмий мақолалар эркин танлаш асосида ажратиб олинди (SciеncеDirеct маълумотлар базасидан 67 та, Wеb of Knowlеdgе-дан 18 та ва бошқа турли маълумотлар базаларидан 9 та). Мақолалар маълумотлар базаси бўйича йўловчи ташиш транспортида инновацияларни амалга оширишни мотивация омилларига кўра 2-жадвалда келтирилган таснифлаш амалга оширилди.

2-жадвал

Илмий мақолаларни муаллифлари томонидан йўловчи ташиш транспорти маркетингида инновацияларини мотивловчи омилларнинг сони бўйича гурухлаш

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мотивлар сони | Журналлар сони | Жами танланмадаги улуши |
| 1 | 40 | 43 % |
| 2 | 37 | 39 % |
| 3 | 13 | 14 % |
| 4 | 2 | 2 % |
| 5 | 1 | 1 % |

Илмий мақолаларни муаллифлари томонидан йўловчи ташиш транспорти маркетингида инновацияларини мотивловчи омилларнинг сони бўйича гурухлаш натижаларига кўра танламадаги 43 фоиз илмий мақолаларда асосан йўловчи ташиш транспортида инновацияларни шаклланишига мотив берувчи битта омил кўриб ўтилганлиги аниқланди. Ушбу холатдан маълум бўлмоқдаки жахон мамлакатлари олимлари томонидан ҳам маркетинг инновацияларини рағбатлантирувчи омиллар тизими хали етарли даражада шаклланмаган.

Кўриб ўтилган 2015-2018 йиллар давомида нашр этилган жами 94 та илмий мақолаларни омиллар гуруҳи бўйича ажратиш орқали эса инновацияларни амалга оширишни рағбатлантирувчи омиллар тизимини мукаммал шаклланиришга эришиш мумкин. Шунга асосан 3-жадвалда транспорт тизимида инновацияларни мативловчи 16 та омил бўйича мақоллар ажратилди (3-жадвал).

3-жадвал

**Йўловчи ташиш транспорт тизимида инновациялар рағбатлантирувчи омиллар бўйича нашр этилган илмий мақолар**[[1]](#footnote-1)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Инновацияларни мотивлаш омиллар** | **Мазмуни** | **Кузатувлар сони** |
| Экологик холат | Иқлим ўзгаришига қарши курашиш, шахар геомуҳитини сақлаш ва ифлосланишни камайтириш, шунингдек, ресурсларнинг камайиши муаммоси | 49 |
| Сиёсат ва қонунчилик | Жамоат транспорти соҳаси давлат сиёсати ва қонун ҳужжатларининг қабул қилиниши, давлат томонидан субсидиялар ажратилиши | 34 |
| Технологиялар тараққиёти | Жамоат транспорти билан боғлиқ бўлган технологик ўзгаришлар, масалан: электромобиль (ахборот-коммуникатсия технологияларини ҳисобга олмайди). | 19 |
| Ахборот коммуникацияларини ривожланиши | Ахборот-коммуникация технологияларининг, интернет ва алоқа компанияларининг ривожланиши | 15 |
| Бошқариш ва ташкил этиш | Транспорт операторлари ва транспорт тармоқларининг ташкил этилиш шакли, бошқарув ҳолати ва монополиялар | 9 |
| Истеъмолчиларнинг хулқ-атвор ўзгаришлари | Жамоат транспорти соҳасидаги инновацияларни фақатгина мижозлар ва фойдаланувчиларни янги хулқ-атворни сингдириш орқали амалга ошириш мумкин | 9 |
| Давлат-хусусий шерикчилик амалиётини ривожланиши | Давлат ва хусусий секторнинг ўзаро муносабатлари билан боғлиқ жиҳатлар, хусусий хизмат кўрсатишни давлат томонидан молиялаштириш ва бошқа холатлар. | 8 |
| Харажатлар бўйича устунлик стратегиялари | Нархларни камайтириш бўйича қилинадиган харкатлар, чипталар нархи ва бу борада амалга оширилаётган маркетинг тадбирлари | 8 |
| Методология ва моделлаштириш амалиётини ривожланиши | Янги транспорт тармоқларини яхшироқ лойиҳалаштириш ёки мавжуд тармоқларга киритилган ўзгаришларнинг таъсирини баҳолаш учун уларни моделлаштириш ёки синовдан ўтказиш жараёнлар. | 5 |
| Хизмат сифати ва истеъмолчиларнинг қониқиши | Ушбу гуруҳга хизмат кўрсатиш сифати ва мижозлар эҳтиёжини қондириш бўйича изланишлар киритилган | 3 |
| Ижтимоий холат | Ижтимоий интеграция ва барча тоифадаги истеъмолчиларнинг хизматлардан фойдалана олиш имкониятини яратилиши жамоат транспортининг асосий мақсадларидан биридир | 3 |
| Транспорт воситаларининг дизайни ва қулайлиги | Кўпгина хизматлар каби, жамоат транспортининг қулайлиги, дизайни ва бошқалар. Бу ерда жамоат транспорти бекатлари орасидаги масофа, шунингдек, мижозларнинг турли хил профилларидан фойдаланишга имкон берадиган транспорт воситалари ва транспорт тўхташ жойларининг дизайни ҳам ҳисобга олинади. | 2 |
| Транспорт хавфсизлиги | Жамоат транспортида йўловчилар ва ташувчилар хавфсизлиги яратишга қилинадиган харакатлар | 2 |
| Нархлаштириш амалиёти | Жамоат транспорти кўпинча жамоат хизмати сифатида қаралади. Шунинг учун нарх кўп ҳолларда ишлаб чиқарилган хизматнинг ҳақиқий нархини акс эттирмайди. Шу билан бирга, нархни ўзгартиришнинг турли стратегиялари (маълум соатлардаги турли нархлар каби) талабни ўзгартириш ёки камайтириш учун ишлатилиши мумкин | 2 |
| Ахолининг соғломлашиши | Соғлиқни сақлашнинг бир қатор муаммолари жамоат транспорти билан боғлиқ ёки жамоат транспортидан фойдаланиш орқали яхшиланиши мумкин, масалан, йўл-транспорт ҳодисалари, одамларнинг кўплиги сабабли стресс билан боғлиқ касалликлар ёки ифлосланиш билан боғлиқ касалликларни олдини олишга қилинадиган харакатлар. | 2 |
| Туризмни ривожланиши | Саёҳат тўғрисидаги маълумотлар жамоат транспортида ҳаракатланишни кучайтирадиган жиҳатлар сифатида қаралади ва улар ҳам соҳада инновацияларни ривожлантиришга ҳизмат қилади | 2 |

Ушбу тадқиқот бизга шаҳар жамоат транспортида асосий инновацион туртки берувчи омилларни аниқлашга имкон берди. Кўриб ўтилган илмий мақолалар шарҳи орқали учта асосий инновацион мотивлар - атроф-муҳит ва экология, қонунчилик сиёсати ҳамда технологияларни ўзгариши - жамоат транспортида инновацияларни шаклланишини рағбатлантирувчи асосий омиллар сифатида эътироф этиш мумкин. Бироқ, йўловчи ташиш транспортида инновацияларни шаклланишини рағбатлантирувчи қолган 13 та омилларни ҳам стратегик мақсадларни белгилашда инобатга олиш лозим деб ҳисоблаймиз.

Жамоат транспортида нархлаштиришга қаратилган инновацияларни бўйича ҳам кенг тадқиқотлар олиб борилган инновациялар учун ушбу мотивни асосий ядроси сифатида қабул қилмаслик лозим. Нархлаштириш бўйича амалга ошириладиган инновациялар асосан инновацион маркетинг стратегияларини такомиллаштириш учун муҳимдир.

Ажратилган учта асосий инновацион мотивлар жамоат транспорти тизимини бошқарув органлари томонидан муҳим инновацион йўналишлар сифатида белгиланиши лозим.

Юқоридагилар билан бирга республикамизда ахборот коммуникация технологияларидан тизимда кенг фойдаланиш ҳам инновацияларни рағбатлантиришнинг асосий йўналишидир. Ресурслар чекланганлиги сабабли, барча инновациялар ва харажатларни камайтириш мотивларини қўллашнинг имкони йўқ. Фикримизча, атроф-муҳит ва экологик холат бўйича мотиватсиялар истеъмолчилар томонидан самарали қабул қилинадиган восита ҳисобланади.

**Хулоса ва таклифлар (conclusion/rеcommеndations)**

Тадқиқот натижалари хулосаси шундан иборатки, жамоат транспортида инновацияларни шаклланишининг кенг доирадаги мотивлари мавжуд бўлиб, буни халқаро доирадаги олимлар томонидан кенг доирада муҳокама қилинмоқда. Амалга оширилган тадқиқот натижалари эса Республикамизда йўловчи ташиш тизимини истиқболдаги инновацион ривожланишнинг энг муҳим стратегик йўналишларини аниқлашга имкон беради.

Шунингдек, ушбу тадқиқот йўловчи ташиш соҳасида инновацияларни амалга ошириш мураккаб жараён эканлиги ва республикада бу борада ҳали тадқиқотлар етарлича олиб борилмаётганлигини аниқланди. Фикримизча инновацияларни рағбатлантирувчи мативларни аниқлаш транспорт соҳасида инновацияларни бошқариш энг муҳим бўлган омилларни шакллантириш ва стратегик қарорлар қабул қилишда бирламчи қадам ҳисобланади.

Умуман олганда транспорт инфратузилмасида ва иқтисодиётимизнинг бошқа жабҳаларида инновацияларни амалга оширининг бевосита усулларидан, билвосита усулларига ўтиш, яратилган энг илғор теҳнологияларни кенг жорий этиш ва тижоратлаштиришнинг энг самарали йўналиш ҳисобланади. Инновацияларни тижоратлаштиришда эса корхоналарининг ўзига ва шу билан биргаликда йўл-инфратузилмаси ҳамда истеъмолчилар, яъни иқтисодиётнинг бошқа тармоқларининг инновацион ривожланиши билан боғлиқ бўлади.

**ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг 2017—2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракат стратегияси тўғрисида» ги ПФ-4649-сонли фармони;
2. Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R., & Howitt, P. (2002). Competition and innovation: An inverted U relationship: National Bureau of Economic Research.
3. Aaker, D. A. (1989). Managing assets and skills: the key to a sustainable competitive advantage, in “Management Review”, California, 1989;
4. Porter, M. E. (1985). Competitive strategy: Creating and sustaining superior performance: FreePress, New York.
5. Collier, D. W. (1985). Linking business and technology strategy. Strategy & Leadership, 13(5), 28-44;
6. Zott, C., & Amit, R. (2007). Business model design and the performance of entrepreneurial firms. Organization Science, 18(2), 181-199.;
7. Zott, C., & Amit, R. (2008). The fit between product market strategy and business model: implications for firm performance. Strategic Management Journal, 29(1), 1-26.
8. Weerawardena, J. (2003). The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy. Journal of Strategic Marketing, 11(1), 15-35
9. Medrano-Sáez, N., & Olarte-Pascual, M. C. (2012). Marketing innovation as an opportunity in a situation of uncertainty: the Spanish case. Soft Computing in Management and Business Economics (pp. 327-341): Springer.
10. A.Ibraeva, J. Figueira de Sousa. Marketing of public transport and public transport information
11. Provision. Procedia - Social and Behavioral Sciences 162 ( 2014 ) 121 – 128. ScienceDirect. <https://core.ac.uk/download/pdf/82213144.pdf>.
12. Geerlings, H. (1999) Meeting the Challenge of Sustainable Mobility: The Role of Technological Innovations, Heidelberg, Springer Verlag.
13. Helmreich, W. & Leiss, U. (2000) Forecasting and Assessment of New Technologies and Transport Systems and their Impacts on the Environment: FANTASIE: Final Report. Brussels, European Commission.
14. Zwaneveld, P., Heyma, A., Korver, W., Anreiter, W., Fischer, T., Marks, H. & Manthey, A. (1999) Overview of Promising Transport Modes Related to New Propulsion Systems: UTOPIA Deliverable D2. Delft, TNO Inro;

Sundbo, J. & Gallouj, F. (1998) Innovation in Services: SI4S Project synthesis Work package 3-4. IFRESI-University of Lille.

Икромов И., Абдурахмонов А., Назаров М. Автотранспорт иқтисоди ва бошқаруви. Ўқув қўлланма. . –Т.: ТАЙИ, 2003.34-45б.;

Равшанов М.Н. Йўл-транспорт мажмуаси иқтисодий салоҳияти: муаммо ва ечимлар. –Т.: МЭ, 2012. -209 б.

1. Жаҳон олимлари томонидан 2015-2018 йиллар давомида нашр этилган илмий мақолалар асосида муаллиф томонидан тайёрланган [↑](#footnote-ref-1)