

## “O‘ZTEMIRYO‘LYO‘LOVCHI” AJ XIZMATLARI JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA YO‘LOVCHILAR FIKRINI O‘RGANISH

**Raxmatov Ziyodullo Nosirovich**

Toshkent davlat transport universiteti  
“Korporativ boshqaruv” kafedrası mudiri

**Paxmatova Sitopa Shuxpatjon qizi**

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti  
“Marketing” kafedrası tayanch doktopanti

### Annotatsiya

Ushbu maqolada kompaniyaning transport xizmatlarining jozibadorligini oshirishda yo‘lovchilar fikrini o‘rganishning mavjud kamchiliklari va muammolari ko‘rib chiqiladi. Temir yo‘l transporti xizmatlari jozibadorligini oshirishda marketing kommunikatsiyalaridan to‘g‘ri va samarali foydalanish yo‘nalishlari taklif etiladi. Shuningdek, iste‘molchilarning temir yo‘l transporti xizmatlaridan foydalanishi va ularning korxona brendiga bo‘lgan munosabati o‘rtasidagi bog‘liqlik chuqur tahlil asosida o‘rganiladi.

**Kalit so‘zlar:** jamoat transporti, marketing tadqiqotlari, marketing kommunikatsiyalari, temir yo‘l transporti xizmatlari.

### Аннотация

В данной статье рассматриваются существующие недостатки и проблемы исследования мнения пассажиров в повышении привлекательности транспортных услуг компании. Предложены направления правильного и эффективного использования маркетинговых коммуникаций в повышении привлекательности услуг железнодорожного транспорта. Также на основе углубленного анализа изучена связь между использованием потребителями услуг железнодорожного транспорта и их отношением к бренду компании.

**Ключевые слова:** общественный транспорт, маркетинговые исследования, маркетинговые коммуникации, услуги железнодорожного транспорта.

### Abstract

This article examines the existing shortcomings and problems of passenger opinion research in increasing the attractiveness of the company’s transport services. Directions for correct and effective use of marketing communications in increasing the attractiveness of railway transport services are suggested. Also, the relationship between consumers’ use of railway transport services and their attitude towards the company’s brand is studied on the basis of an in-depth analysis.

**Keywords:** public transport, marketing research, marketing communications, railway transport services.

### KIRISH

Transport xizmatlari bozorida kuchli raqobat bilan bir qatorda aholining transport xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojlarini to‘liq va o‘z vaqtida qondirish transport

korxonalaridan mavjud imkoniyatlaridan maksimal foydalanishni talab etadi. Buning natijasida xizmatlarning sifatini ortishi yo'lovchilarning talab va istaklariga mos ravishda sifatli xizmat ko'rsatiladi. Kuchli raqobat sharoitida nafaqat transport korxonalari, balki transport tizimini resurs va uskunalari bilan ta'minlaydigan boshqa tarmoqlar uchun ham optimal yechimlarni izlashni talab qiladi.

Bugungi kunda iste'molchilarning transport xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlari turlicha. Ushbu holatlarni hisobga olgan holda, transport korxonalari, shu jumladan temir yo'l korxonalaridan innovatsion yondashuvlar va marketing vositalaridan foydalangan holda yo'lovchi tashishni to'g'ri tashkil etishni talab qiladi. Iqtisodiyotning rivojlanish holatida iste'molchilar talabini qondirishning maqbul yechimlaridan biri bu marketing kommunikatsiya vositalaridan oqilona foydalanishdir. Bu iste'molchilar talabini maksimal darajada qondirishga va bozorda o'z o'rnini mustahkamlashga imkon beradi.

Mamlakat transport majmuasi milliy iqtisodiyotining ijtimoiy va iqtisodiy vazifalarini hal qilishda muhim o'ringa ega, jumladan transport tarmog'i O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida salmoqli o'rin egallaydi. Yo'lovchi tashish xizmatlari transport tizimida alohida ahamiyat kasb etadi. Jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy holatidagi o'rni qolaversa harakat erkinligi ya'ni davlatning harakatni kafolatlovchi dasturlarini amalga oshirish bilan bog'liqdir. Shu sababli, milliy iqtisodiyotni rivojlanishiga, aholi transport harakatchanligi va turmush darajasining ortishiga yo'lovchi tashish xizmatlarining rivojlanishi ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Transport faoliyati boshqa iqtisodiy tarmoqlarning rivojlanishi bilan chambarchas bog'liq. Demak, mamlakatning kelajakdagi iqtisodiy holatini bashorat qilishda transport sohasini respublikaning turli tizimlariga bilvosita va to'g'ridan-to'g'ri ta'sirini chuqur tahlil etish lozim.

Yo'lovchilarni tashish xizmatlari — bu mamlakat aholisiga transport xizmatini ko'rsatadigan, kunlik ishga qatnovlar, bo'sh vaqtda sayohatga bo'lgan ehtiyojini qondirish uchun zarur bo'lgan davlat dasturining bir qismidir. O'zbekiston Respublikasida yo'lovchi tashish xizmatlari yangi tizim emas, ko'p yillik tarixiga va o'zining shakllangan an'analari ega, shuning uchun davlatimiz yo'lovchi tashish xizmatlari bozorini rivojlantirishni qo'llab-quvvatlaydi.

Yo'lovchilarni tashish xizmatlari bozoriga bir qancha omillar o'z ta'sirini ko'rsatadi, jumladan: ichki va tashqi muhit, mintaqaviy va mahalliy, madaniy-ma'rifiy, ilmiy-texnik, mikro-makroiqtisodiy, aholi daromadlari va boshqa bir qancha omillar. Aholi va uning daromadlari yo'lovchi tashish xizmatlari bozoriga bilvosita ta'sir etadi. Chunki aholi yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishning asosiy iste'molchisi hisoblanadi.

Aynan marketing yondashuvi tufayli xorijiy davlatlarning temir yo'llari bozor munosabatlarining doimiy yaxshilanib boradigan sharoitlariga moslashish «mexanizmi» ni topishga, bozor o'zgarishlariga zudlik bilan javob berishga va yo'lovchilar talablariga javob berish usullarini topishga muvaffaq bo'lishdi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Temir yoʻlda yoʻlovchi tashish xizmatlari jozibadorligini oshirishning nazariy-uslubiy asoslari bir qator mahalliy va xorijlik olimlarining ilmiy tadqiqotlarida oʻz aksini topgan. Xususan, osiyolik olimlar Chalernsap Lieophairot va Nuttawut Rojniruttikullar yoʻlovchilar tomonidan temir yoʻl yoʻlovchi tashish xizmatlari tanlovini amalga oshirishlarida taʼsir etuvchi omillar korxona imiji, xizmat sifati, xizmatdan foydalanish motivatsiyasi va xizmatdan qoniqish darajalari qanday taʼsir qilishini oʻrganishgan [1]. Ilmiy tadqiqot yakuni boʻyicha yoʻlovchilar tanloviga eng katta taʼsir etuvchi omil xizmatlar sifati ekanligini aniqlashgan. Olimlarning bu ilmiy ishi temir yoʻl transportidan foydalanish qaroriga taʼsir qiluvchi omillarni ilmiy oʻrganishda katta hissa qoʻshib kelmoqda.

Andreas Knorr va Alexander Eisenkoplar shaharlararo qatnovchi yoʻlovchilar segmentiga samarali intermodal raqobatni joriy etishni taklif etishgan [2]. Ular tomonidan taklif etilgan alternativ yondashuv sohaga kirib kelayotgan yangi raqobatchilarga sohaga kirishdagi toʻsiqlarni birmuncha yengillashtirish koʻrsatilgan.

Shuningdek, Aniko Kelemen Erdős temir yoʻl yoʻlovchi tashish bozorlarining raqobatbardoshligini oshirish nomli asarida, temir yoʻl bozorlarining raqobatbardoshligini oshirish orqali rivojlanish tendensiyaning oʻzgartirishi mumkin boʻlgan omillarni tavsiflashgan [3]. Iqtisodiyot, temir yoʻl infratuzilmasi va Yevropa Ittifoqi davlatlarining faoliyati bilan bogʻliq boʻlgan koʻrsatkichlarni oʻrganish va bozor faoliyatini yaxshilashga yordam beradigan omillarni aniqlash uchun qiyosiy tahlil oʻtkazilgan. Natijalar ish jarayoni va infratuzilma sifati oʻrtasida sezilarli ijobiy stoxastik korrelyatsiyani koʻrsatadi (masalan, elektrlashgan va ikki yoki undan ortiq yoʻl liniyalarining mavjudligi). Bundan tashqari, temir yoʻl tariflari korxona faoliyatiga bevosita korrelyatsion bogʻliqligini aniqlagan. Ushbu atributlarni takomillashtirish temir yoʻl bozorlarining raqobatbardoshligini oshirishi mumkin ekanligi asoslab berilgan.

Rus olimlari Irina Uliskaya va Yulia Vasilevalar fikriga koʻra mijozlarga yoʻnaltirilgan yondashuv nuqtai nazaridan qoʻyilgan maqsadlarga erishishni taʼminlaydigan shahar atrofi qatnovlari logistika tizimi faoliyati samaradorligini oshirishni taklif etishgan [4]. Ularning fikricha bu maqsadga erishishda bir qator aniq vazifalarni hal qilish zarur: yangi harakatchanlik sharoitida shahar atrofi yoʻlovchi transporti logistika tizimlarini tashkil etishning asosi sifatida qiymatga yoʻnaltirilgan yondashuvning ustuvorligini asoslash, transport vositalarini aniqlash va tizimlashtirish. Ular tadqiqotining asosini marketing va servis logistikasi, transport va logistika xizmatlari, yoʻlovchi tashish nazariyasi, isteʼmol qiymati nazariyasi tushunchalari sohasidagi fundamental va amaliy ishlar tashkil etgan.

## METODOLOGIYA

Maʼlumot toʻplash uchun, tanlab olingan maqsadli bozor segmentlarida chuqurlashtirilgan soʻrovnomalar etildi. Bundan tashqari, barcha tadqiqot ishtirokchilari oʻz maʼlumotlarining maxfiyligi toʻgʻrisida xabardor qilindi.

Ushbu tadqiqot ishtirokchilari yo'lovchi poyezdi xizmatidan foydalanishga tayyorligiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganib chiqdi. So'rovnoma 2023 yil oktyabr oyida boshlangan va 2023 yil dekabr oyiga qadar davom etgan.

### TAHLIL VA NATIJALAR

“O'ztemiryo'lovchi” AJ hamda Toshkent davlat transport universiteti tomonidan tashkil etilgan so'rovnomada 4130 nafar respondent ishtirok etgan bo'lib, unda respublikamizning barcha geografik hududlaridan ya'ni barcha viloyatlar va Qoraqalpog'iston Respublikasidan respondentlar ishtirok etishdi. Ishtirok etgan respondentlarning xududlar bo'yicha taqsimot ulushi 1 jadvalda tahlil etildi.

1-jadval

#### So'rovnomada ishtirok etgan yo'lovchilar ulushi viloyatlar kesimida

| Ma'muriy hududlar             | Yo'lovchilar soni | Foizda     |
|-------------------------------|-------------------|------------|
| Andijon                       | 255               | 6,2        |
| Buxoro                        | 280               | 6,8        |
| Farg'ona                      | 240               | 5,8        |
| Jizzax                        | 40                | 1,0        |
| Namangan                      | 170               | 4,1        |
| Navoiy                        | 90                | 2,4        |
| Qashqadaryo                   | 270               | 6,5        |
| Qoraqalpog'iston respublikasi | 520               | 12,5       |
| Samarqand                     | 195               | 4,7        |
| Sirdaryo                      | 30                | 0,7        |
| Surxondaryo                   | 495               | 12,0       |
| Toshkent shahri               | 815               | 19,6       |
| Toshkent viloyati             | 65                | 1,6        |
| Xorazm                        | 665               | 16,1       |
| <b>Umumiy</b>                 | <b>4130</b>       | <b>100</b> |

So'rovnomada ishtirok etgan respondentlar ulushiga e'tibor beradigan bo'lsak eng ko'p respondent Toshkent shahridan ishtirok etgan 815 nafar. Eng kam ishtirokchilar ulushi mos ravishda Jizzax va Sirdaryo viloyatlariga to'g'ri kelgan. Bundan tashqari Farg'ona viloyatidan 240 nafar, Buxorodan 280 nafar, Andijondan 255 nafar, Qashqadaryodan 270 nafar va Qoraqalpog'iston Respublikasidan 520 nafar respondentlar so'rovnoma ishtirok etishgan. Biz barcha ishtirok etgan respondentlarni umumiy hisobda 5 ta hududga ajratib oldik. (2 jadval)

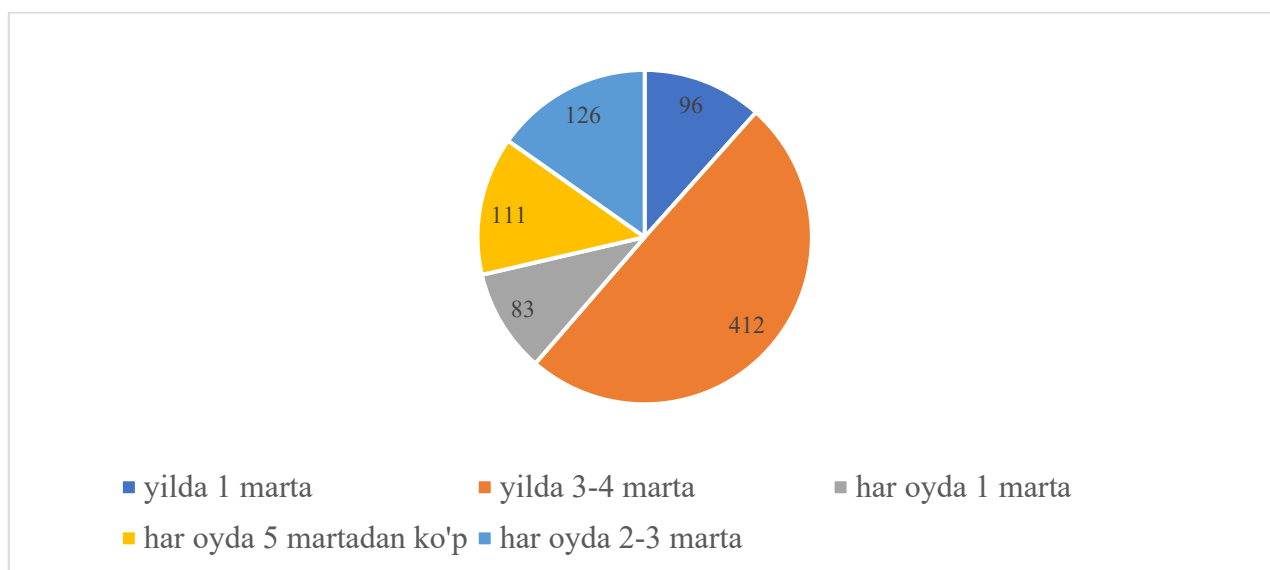
2-jadval

#### So'rovnomada ishtirok etgan yo'lovchilar ulushi hududlar kesimida

| Hudud                                 | Respondentlar soni | Foizda |
|---------------------------------------|--------------------|--------|
| Andijon, Farg'ona, Namangan           | 665                | 16,1   |
| Xorazm, Qoraqalpog'iston respublikasi | 1185               | 28,6   |
| Samarqand, Navoiy, Buxoro             | 485                | 11,7   |
| Qashqadaryo, Surxondaryo              | 765                | 18,5   |
| Sirdaryo, Jizzax                      | 70                 | 1,7    |
| Toshkent shahri va viloyati           | 880                | 21,3   |

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki temir yo'ldan foydalanuvchi yo'lovchilarning 50% bir yil davomida temir yo'l xizmatlaridan 3-4 marotaba foydalanishadi. So'rovnomada ishtirok etgan respondentlarining 10% temir yo'l yo'lovchi tashish xizmatlaridan bir oyda 1 marotaba foydalanishini hamda respondentlarning 13% har oyda 5 va undan ko'p marotaba yo'lovchi tashish xizmatlaridan foydalanishini ta'kidlab o'tishgan.

Agar buni viloyatlar kesimida qarasak bunda ham eng katta qismni Xorazm va Qoraqalpog'iston egallab turibdi (29,5%). Keyingi o'rinlarda Toshkent shahri va viloyati (20,4%) undan keyin Qashqadaryo, Surxondaryo (18,3%). Quyida so'rovnomada ishtirok etgan yo'lovchilarni vagon turlari bo'yicha tanlovlarini tahlil qilib chiqamiz:



**1-rasm. Yo'lovchilarning temir yo'l xizmatlaridan foydalanish intensivligi**

Vagon turi bo'yicha ko'radigan bo'lsak 1680 nafar yo'lovchi kupe vagonlarda, 1495 nafar yo'lovchi plaskart vagonlardan, 530 nafar yo'lovchi CV vagonlardan va 435 nafar yo'lovchi umumiy yoki o'tirib ketiladigan vagondan foydalanishgan. Temir yo'l yo'lovchi tashish xizmatlarida Plaskart vagonlarni tanlovchi yo'lovchilarning 860 nafari bir yil mobaynida temir yo'l xizmatlaridan 3-4 marotaba foydalanuvchi yo'lovchilar hisoblanadi.

**3-jadval**

**Respondentlarning qaysi vagon turlaridan foydalanishlari bo'yicha taqsimoti**

| Vagon turi     | Kishi sonda | Kishi foizda |
|----------------|-------------|--------------|
| Kupe vagon     | 1680        | 40,6         |
| Plaskart vagon | 1495        | 36,1         |
| SV vagon       | 530         | 12,8         |
| Umumiy vagon   | 435         | 10,5         |

So'rovnomada ishtirok etgan yo'lovchilarning asosiy qismi, xizmatlar sifatini yaxshilashda o'z fikrlarini birinchi navbatda vagonlarda tozalik bo'lishini, hojatxonalarda sanitar-gigienik holatni yaxshilashni va vagondagi turli hidlarni yo'qotilishini istashlariga qaratishgan. Keyingi o'rinda elektron qurilmalarni quvvatlash joylari bo'lishini, mavjudlarini bo'lsa yaroqli holatga keltirilishi vajlarni ishlashini nazorat qilishlarini so'rashgan. Yozgi va qishki mavsumda vagonlar haroratini yaxshilashni ya'ni konditsioner tizimi bilan ta'minlashni yoki uning ishlashi nazoratga olinishini yozishgan. CV vagonlarda ham konditsionerlarning ishlamasligidan shikoyat qilishgan. Vokzal va vagonlarda Internet xizmatlarini yo'lga qo'yilishini 72,5 foiz yo'lovchilar «juda muhim»ligini, 21,7 foiz yo'lovchilar esa «muhim»ligini bildirishgan. Umumiy hisobda 94 foizdan ortiqroq respondentlar ularga safarlari davomida internet xizmatlari muhimligini ko'rsatib o'tishgan.

Yangi va qulay vagon turlarini joriy etilishini 30 foizdan ortiqroq respondentlar bildirib o'tishgan. 5-7 foizgacha holatda yuqori qavat joylarini qulaylashtirish, vagondagi korrupsiya holatlarini yo'qotish (chiptasiz yo'lovchilarga joy berilishi, tumanlarda yo'lovchilarni vaqtlitroq poyezdga chiqishida korrupsiya, choyga qo'shib beriladigan qandlarning sotilishi va boshqa). Shuningdek 55-65 foiz yo'lovchilar vagonlarda namozxona tashkil etilishi, ayollar va erkaklar vagonlarining alohida qilinishi, elektron chipta olishda sherigini (ayol, erkak) bilish imkoniyatini paydo bo'lishini istashlarini bildirib o'tishgan. Inklyuziv (nogiron, yoshi katta) yo'lovchilarga turli qulayliklarni yaratilishi va yaxshilanishi, ular uchun alohida chiptalar, vokzalda kirishga va poyezdga chiqishda kuzatib qo'yish, yuklarini bepul tashish imkoni yaratilishini 23 foiz respondent yo'lovchilar so'rashgan. 7 foiz yo'lovchilar plast-kart vagonlardan umumiy vagon sifatida foydalanmaslikni so'rashmoqda (Toshkent-Termiz yo'nalishi) uning o'rnida alohida o'rindiqli yoki boshqa turdagi vagon ishlatishni yozishgan. Vagon kuzatuvchilari, kassirlar bo'yicha shikoyat qilishgan respondentlar ulushi 45-53 foizni tashkil etgan hamda ular quyidagi takliflarni aytishgan: kassirlarning muomalasini yaxshilash, ulardagi korrupsiyani oldini olish, ma'lumot berish imkoniyatini oshirish. Vagon kuzatuvchilarini qayta o'qitish, yosh kadrlarga almashtirish, forma madaniyatiga (Navoiy-Zarafshon, Toshkent-Andijon) amal qilishni nazoratga olish, yo'lovchilar bilan xushmuomala munosabatda bo'lishini ta'minlash, ayol kuzatuvchilar qo'shish, ularning sonini oshirish bo'yicha ham takliflar berishgan. 10-12% yo'lovchilar vokzallarda ona-bola xonasini tashkil etish va borlarini ishlashini ta'minlash, tuman vokzallarida yuk saqlash xonalarini tashkil etish zarurligini ta'kidlab o'tishgan. Vokzallardagi oshxona, do'konlarning narxlarini nazoratga olish va sifatini oshirishni, kichik vokzallarda namozxona va tahoratxona tashkil etishni, tozalikka e'tibor qilinishini 37-40 foiz respondent yo'lovchilar ta'kidlashgan. Qolaversa respondentlarning 7 foizi vokzallardagi dizayn bir xilligi va uni o'zgartirishni taklif qilishgan. Vokzallarda ham elektron qurilmalar uchun quvvatlash moslamalari yoki pullik poverbanklar bo'lishi, vokzal o'rindiqlarini almashtirishni yozishgan. Vokzalda qo'shimcha xizmatlar yo'lga qo'yilishini so'rashgan (bolalar o'yingohlari, kutubxona, chiptaxona, televizor, tekin suv (kuler), sovuq vaqtlarda tekin choy yoki qahva).



Vagonlardagi samovar-choynaklarni yangilash har qanday holatda ishlashini ta'minlash. Hojatxonalarda issiq suv bo'lishini so'rashgan. Bekatlarga yetib kelganda qaysi bekatdaligini e'lon qilish, televizorlar o'rnatish va borlarida ularni ishlashini ta'minlash. Sharq va Nasaf poyezdlarida ekonom va biznes klass vagonlar o'rtasidagi holatni yaxshilash. Poyezdlar tezligini oshirish, harakatlanish vaqtini qisqartirish va grafik bo'yicha harakatlanishini ta'minlash (ba'zi hollarda yetib borishda kechikishlar mavjud). Uzoq masofaga qatnovchi poyezdlarga tekin ovqatlar berishni yo'lga qo'yish (Afrosiyob singari). Xorazm va Surxondaryo yo'nalishlarida Afrosiyob poyezdini yo'lga qo'yish, mavjud yo'nalishlarda qatnovni ko'paytirish. 2 foiz holatda bekatlarda to'xtab turgan poyezdga mahsulot (qurt, non va boshqalar) sotuvchilarning chiqmasligini so'rashgan. Vagonlarda apteka va kutubxona xizmatini yo'lga qo'yish, alkogol ichimliklar ichilmasligini nazorat qilish so'ragan respondentlar ulushi 7 foizni tashkil etgan. Respondentlarning 80 foizi beriladigan choyshab (prostyn) larni yangilash (eski, iflosligi, holatining yomonligidan shikoyat qilishgan) sifatini oshirish, matras va yostiqlarni yaxshilash so'ralgan. 15-17 foiz% holatda beriladigan idishlarning sifatini yaxshilash va ularning sonini oshirish so'ralgan.

Chipta masalasi: 43-45 respondent yo'lovchilar chipta sotishda korrupsiya mavjudligini ta'kidlashgan, 60 foizdan ortiq yo'lovchilar onlayn chipta olish platformasini yaxshilashni, undagi imkoniyatlarni oshirishni, chiptaxonalarda chipta sotadigan qurilmalar bo'lishini so'rashgan. 7 foiz holatlarda sotilmay qolgan chiptalar narxni poyezd ketish vaqtiga yaqin arzonroq sotilishini, oldindan bronlashtirish tizimini takomillashtirishni so'rashgan.

Shu bilan birgalikda har bir chipta narxida qanday xizmatlar kirishini yoki nimalar berilishi to'g'risida, qo'shimcha chiptalar joriy etilishini so'rashgan. Chipta narxlarini arzonlashtirishni, yoki ma'lum qatlam uchun chegirmalar berishni so'rashgan.

10-12 foiz holatda viloyatlar va tumanlararo yangi qatnovlar tashkil etilishini (elektrichka yoki boshqa) so'rashgan. 2 foiz holatda mavjud elektrichkalarni (Toshkent viloyati, Vodiy, Zarafshon) ta'mirlashni yoki yangi vagon turlarini sotib olishini yozishgan, undagi konditsionerni ishlamasligidan shikoyat qilishgan.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

So'rovnoma natijalarini tahlil qilib yo'lovchilarning temir yo'l xizmatlaridan foydalanish intensivligi hamda iste'molchilarning "O'ztemiryo'lyo'lovchi" AJ ning brendiga bo'lgan munosabatida ijobiy korrelyatsion bog'liqlik borligi aniqlandi. Temir yo'l xizmatlaridan foydalanish intensivligi hamda iste'molchilarning "O'ztemiryo'lyo'lovchi" AJ ning brendiga bo'lgan munosabatida o'rtasidagi yuqori korrelyatsiya koeffitsientlari ko'rsatkichlar orasidagi kuchli bog'liqlikni namoyon etdi. Demak bu ikki ko'rsatkich o'rtasidagi kuchli korrelyatsion bog'liqlik borligini inobatga olib, yo'lovchilarning temir yo'l xizmatlaridan foydalanish intensivligini oshirishga qaratilgan marketing tadbirlarini rivojlantirish, yo'lovchilar sadoqatini oshirishga qaratilgan tadbirlarni yanada takomillashtirish talab etiladi.

Kelajakda bunday so'rovnomalardan muntazam foydalanish hamda ularni yanada samarali tashkil etish maqsadida quyidagicha taklif beramiz: Har bir yo'nalishga

alohida QR kodli savolnoma yuklashni ya'ni Toshkent-Andijon poezdi uchun alohida, shu orqali biz ovoz bergan yo'lovchi qaysi poyezdda ketayotganini va qaysi xodim xizmat qilganini bilishimiz mumkin. Aynan qaysi vagon yoki poyezdda tozalik yaxshi emasligini, yoki servis yaxshi ko'rsatilmayotganini o'rganishimiz imkoniyati yanada ortadi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. Chalernsap Lieophairet, Nuttawut Rojniruttikul // Factors affecting state railway of Thailand (SRT) passenger train service use decision: A structural equation model. Heliyon — Volume 9, Issue 5, May 2023, e15660
2. Andreas Knorr, Alexander Eisenkopf // An alternative regulatory approach for long-distance passenger rail services: An explorative analysis with a focus on Germany. Transportation Research Interdisciplinary Perspectives 14 (2022) 100593
3. Anikó Kelemenné Erdős // Enhancing the Competitiveness of Passenger Railway Markets. Procedia Economics and Finance 12 (2014) 138 – 143
4. Irina Ulitskayaa, Julia Vasilyeva // Development of the logistics system of urban public passenger transport. Transportation Research Procedia 63 (2022) 2857–2865
5. Raxmatov Z.N. Uztemiryo'lovchi JSC joint-stock company ways of improving the mechanism of development of a marketing communications strategy.// "The economy and innovative technology" electronic scientific journal. The year 2019 №4 165-170 b.
6. Raxmatov Z.N. // Criteria for evaluating the effectiveness of marketing communications. The economic and innovative technologies. Voles. 2019, no. 4, may-June 45-50 pages.
7. Rakhmatov, Z., Tuychiev, A., & Iskandarov, K. (2023). Importance of marketing programs in increasing passenger loyalty to public transport services: importance of marketing programs in increasing passenger loyalty to public transport services. Resource conservation technology and transport, 2022, 107–113.
8. Tuychiev Anvarjon. (2021). Scientific Approaches To Public-Private Partnership In The Transport System Of Uzbekistan. The American Journal of Management and Economics Innovations, 3(05), 100–105.
9. Рахматов З.Н. // Маркетинг коммуникациялари самарадорлигини баҳолаш мезонлари. "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. №4
10. Рахматов, З. (2020). Сегментация целевого рынка для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций «УзЖД». Экономика И Образование, 1(1), 62–66. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economy\\_education/article/view/4296](https://inlibrary.uz/index.php/economy_education/article/view/4296)