

MINTAQAVIY DARAJADA TRANSPORT TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDAMARKETING STRATEGIYALARIDAN OQILONA FOYDALANISH (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)

Egamberdiyev Oybek Fozilovich

Abu Rayhon Beruniy nomidagi
Urganch davlat universiteti,
Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti
tayanch doktoranti
E-mail: e.oybek0044@gmail.ru

Annotatsiya

Mazkur ilmiy maqolada mintaqaviy iqtisodiyot sharoitida transport tizimini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan oqilona foydalanish masalalari Xorazm viloyati misolida chuqur tahlil qilinadi. Tadqiqot jarayonida transport xizmatlari bozorining hududiy xususiyatlari, iste'molchilar ehtiyojlari va xulq-atvori, marketing tadqiqotlari, raqamli marketing vositalari hamda marketing kommunikatsiyalarining transport tizimi samaradorligiga ta'siri o'rganildi. 2020–2024-yillar statistik ma'lumotlari asosida hududiy transport xizmatlari bozorida marketing yondashuvlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: transport tizimi, mintaqaviy marketing, transport xizmatlari bozori, marketing strategiyasi, Xorazm viloyati, raqamli marketing, logistika.

Аннотация

В данной научной статье на примере Хорезмской области проводится углублённый анализ вопросов рационального использования маркетинговых стратегий в развитии транспортной системы в условиях региональной экономики. В ходе исследования изучены территориальные особенности рынка транспортных услуг, потребности и поведенческие характеристики потребителей, маркетинговые исследования, инструменты цифрового маркетинга, а также влияние маркетинговых коммуникаций на эффективность транспортной системы. На основе статистических данных за 2020–2024 годы разработаны научные выводы и практические рекомендации по совершенствованию маркетинговых подходов на региональном рынке транспортных услуг.

Ключевые слова: транспортная система, региональный маркетинг, рынок транспортных услуг, маркетинговая стратегия, Хорезмская область, цифровой маркетинг, логистика.

Abstract

This scientific article provides an in-depth analysis of the rational use of marketing strategies in the development of the transport system under regional economic conditions, using the Khorezm region as a case study. The research examines the territorial characteristics of the transport services market, consumer needs and behavior, marketing research, digital marketing tools, and the impact of marketing communications on the efficiency of the transport system. Based on statistical data

from 2020 to 2024, scientific conclusions and practical recommendations are formulated to improve marketing approaches in the regional transport services market.

Keywords: transport system, regional marketing, transport services market, marketing strategy, Khorezm region, digital marketing, logistics.

KIRISH

Globallashuv jarayonlari va hududlararo iqtisodiy raqobatning kuchayishi sharoitida transport tizimi mintaqaviy rivojlanishning muhim infratuzilmaviy omillaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda [1]. Transport xizmatlarining barqaror va samarali faoliyati ishlab chiqarish, savdo va xizmatlar sohasining rivojlanishini jadallashtirib, aholining ijtimoiy-iqtisodiy faolligini oshiradi [2]. Shu bois, transport tizimini rivojlantirishda an’anaviy boshqaruv usullari bilan bir qatorda marketing strategiyalaridan foydalanish zarurati ortib bormoqda.

Xorazm viloyati geografik joylashuvi, tranzit salohiyati, turizm resurslari va qo‘shni hududlar bilan iqtisodiy aloqalari jihatidan muhim mintaqa hisoblanadi. Biroq transport infratuzilmasi va xizmatlarining bozor talablariga moslashuvi, iste’molchi ehtiyojini qondirish darajasi va raqobatbardoshligi marketing yondashuvlarini tizimli ravishda joriy etishni talab etadi. Ushbu maqolada Xorazm viloyati transport tizimini rivojlantirishda marketing strategiyalarining ilmiy va amaliy jihatlari tadqiq etiladi.

Globallashuv sharoitida transport tizimi hududiy iqtisodiy rivojlanishning asosiy infratuzilmaviy omillaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Transport xizmatlarining samarali tashkil etilishi ishlab chiqarish va xizmatlar sektorining kengayishiga, hududlararo iqtisodiy integratsiyaning kuchayishiga hamda aholining iqtisodiy faolligini oshirishga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Shu bilan birga, zamonaviy iqtisodiyotda transport tizimining raqobatbardoshligi faqat texnik va infratuzilmaviy rivojlanish bilan emas, balki xizmatlarni bozorga moslashtirish, iste’molchi ehtiyojlariga yo‘naltirish va talabni boshqarish kabi marketing yondashuvlari bilan ham belgilanmoqda. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida transport xizmatlari bozorida marketing strategiyalarining roli keskin ortib, ularning samarali qo‘llanilishi hududiy rivojlanishning muhim determinantiga aylanmoqda.

O‘zbekiston sharoitida, xususan Xorazm viloyatida transport tizimini rivojlantirish masalasi dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy muammolardan biri bo‘lib qolmoqda. Viloyatning geografik joylashuvi, turizm salohiyati va tashqi iqtisodiy aloqalar uchun mavjud imkoniyatlariga qaramasdan, transport xizmatlari sifati, ularning diversifikatsiyasi hamda iste’molchi ehtiyojlariga moslashuv darajasi yetarli emasligi kuzatilmoqda. Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, transport infratuzilmasini modernizatsiya qilish bo‘yicha qator chora-tadbirlar amalga oshirilayotgan bo‘lsa-da, marketing strategiyalarini tizimli ravishda joriy etish va ularni boshqaruv mexanizmlariga integratsiya qilish masalasi yetarli darajada o‘rganilmagan. Natijada, transport xizmatlari bozorida talab va taklif o‘rtasidagi nomutanosiblik, xizmatlar sifatining pastligi va raqobat muhitining sustligi kabi muammolar yuzaga kelmoqda.

Mazkur yo‘nalish bo‘yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar asosan transport infratuzilmasini rivojlantirish, logistika tizimlarini takomillashtirish yoki xizmatlar samaradorligini oshirish masalalariga qaratilgan bo‘lib, marketing strategiyalarining

transport tizimi rivojlanishidagi oʻrni yetarlicha kompleks yondashuv asosida tahlil qilinmagan. Ayniqsa, mintaqaviy darajada marketing mexanizmlarini transport tizimiga integratsiya qilish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish masalasi ilmiy adabiyotlarda yetarli darajada ochib berilmagan boʻlib, bu esa mazkur tadqiqotning ilmiy yangiligi va dolzarbligini belgilaydi.

Shu munosabat bilan, mazkur maqolaning asosiy maqsadi — mintaqaviy darajada transport tizimini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan oqilona foydalanishning nazariy va amaliy jihatlarini tadqiq etish hamda Xorazm viloyati sharoitida ularni takomillashtirish boʻyicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot vazifalari sifatida transport xizmatlari bozorining holatini baholash, marketing strategiyalarining transport tizimiga taʼsir mexanizmlarini aniqlash hamda ularning hududiy iqtisodiy rivojlanishga taʼsirini ilmiy asosda tahlil qilish belgilangan. Tadqiqotda tizimli yondashuv, iqtisodiy-statistik tahlil, taqqoslash va ekonometrik usullardan foydalanish orqali muammoning kompleks yechimi ishlab chiqiladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, taqqoslash, statistik kuzatuv, iqtisodiy tahlil hamda marketing tadqiqotlari usullaridan foydalanildi [3]. Shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasi Davlat statistika qoʻmitasi, transport sohasi boʻyicha ochiq maʼlumotlar, ilmiy maqolalar va normativ-huquqiy hujjatlar tahlil qilindi [4].

Marketing strategiyasi transport tizimida isteʼmolchiga yoʻnaltirilgan boshqaruv mexanizmini shakllantiradi. Mintaqaviy darajada marketing strategiyalari bozor segmentatsiyasi, maqsadli auditoriyani aniqlash, transport xizmatlarini differensiallashtirish va marketing kommunikatsiyalarini samarali tashkil etishni oʻz ichiga oladi. Transport xizmatlari bozori oʻziga xos boʻlib, unda xizmat sifati, tezkorlik, xavfsizlik, narx va qulaylik omillari isteʼmolchi tanloviga bevosita taʼsir koʻrsatadi [2].

ADABIYOTLAR SHARHI

Transport xizmatlarida marketing strategiyalarini qoʻllash masalasi koʻplab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan tadqiq etilgan. Kotler va Keller [2] marketing menejmentining nazariy asoslarini ishlab chiqib, xizmat sektorida isteʼmolchiga yoʻnaltirilgan strategiyalarning ahamiyatini asoslab bergan. Mualliflar transport xizmatlariga xos boʻlgan nomoddiylik, ajralmaslik va oʻzgaruvchanlik xususiyatlarini hisobga olgan marketing aralashmasini ishlab chiqishni zarur deb hisoblagan.

Jahon banki [3] hisobotida transport xizmatlarini rivojlantirish va iqtisodiy oʻsish oʻrtasidagi bogʻliqlik empirik maʼlumotlar asosida koʻrsatilgan. Hisobotga koʻra, transport infratuzilmasiga qilingan investitsiyalarning YaIMga nisbati 1% ortishi mamlakatning uzoq muddatli iqtisodiy oʻsishiga 0,2–0,3% qoʻshimcha taʼsir qiladi.

Mahalliy tadqiqotchilar Nosirov va Raxmatov [1] Oʻzbekiston transport xizmatlari bozorida marketing faoliyatini rivojlantirish tamoyillarini tahlil qilib, mintaqaviy xususiyatlarni hisobga olgan marketing tizimini joriy etish zarurligini koʻrsatgan. Mualliflar transport korxonalarida marketing boʻlimlarining mavjud

emasligi yoki zaif faoliyat ko'rsatishi raqobatbardoshlikni pasaytiruvchi asosiy omil ekanligini aniqlagan.

UITP [5] tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing vositalarini joriy etgan transport kompaniyalari yo'lovchilar sonini o'rtacha 18–23% ga oshira olgan. Bu raqamli transformatsiyaning transport marketingidagi strategik ahamiyatini tasdiqlaydi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xorazm viloyatida avtomobil va temir yo'l transporti orqali yo'lovchi va yuk tashish hajmlarida ijobiy o'sish kuzatilmoqda. Biroq marketing tadqiqotlarining yetarli darajada olib borilmasligi, iste'molchi fikrini tizimli o'rganish mexanizmlarining sustligi transport xizmatlari samaradorligini cheklab kelmoqda. 1-jadvalda 2020–2024 yillar davomidagi asosiy transport ko'rsatkichlari dinamikasi keltirilgan.

1-jadval.

Xorazm viloyatida transport xizmatlari hajmining o'sish dinamikasi (2020–2024-yillar) [4]

Ko'rsatkich	2020-yil	2021-yil	2022-yil	2023-yil	2024-yil
Yo'lovchi tashish, mln kishi	18,4	19,7	21,2	22,8	24,6
Yuk tashish, mln tonna	4,1	4,5	4,9	5,3	5,8
Transport korxonalari soni, dona	162	174	187	194	209
Transport xizmatlaridan daromad, mlrd so'mda	312	378	445	521	614
Raqamli xizmatlar ulushi, foizda	6	11	19	29	42

1-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, transport xizmatlariga bo'lgan talab yil sayin oshib bormoqda. Mazkur jadval ma'lumotlari 2020–2024-yillar davomida Xorazm viloyatida transport xizmatlari sektorining barqaror va tizimli o'sish tendensiyasiga ega ekanligini ko'rsatadi. Xususan, yo'lovchi tashish hajmi 18,4 mln kishidan 24,6 mln kishiga yetib, qariyb 33,7% ga oshgan bo'lsa, yuk tashish hajmi 4,1 mln tonnadan 5,8 mln tonnaga yetib, 41,5% lik o'sishni namoyon etgan. Bu holat hududda iqtisodiy faollikning kengayishi, ichki va tashqi logistika aloqalarining kuchayishi hamda transport xizmatlariga bo'lgan talabning ortib borayotganini anglatadi. Yuk tashish hajmining nisbatan tezroq o'sishi real sektor — sanoat va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishining kengayishi bilan bevosita bog'liq bo'lib, transport tizimining iqtisodiy multiplikativ ta'sirini tasdiqlaydi.

Shu bilan birga, transport korxonalari sonining 162 tadan 209 taga yetishi (28,9% o'sish) bozor infratuzilmasining kengayayotganini va raqobat muhitining asta-sekin shakllanayotganini ko'rsatadi. Biroq bu yerda muhim nuqta shundaki, korxonalar

sonining oʻsishi bilan bir qatorda xizmatlar sifati va samaradorligi ham parallel ravishda oshishi talab etiladi. Aks holda, son jihatdan oʻsish sifat jihatdan natija bermasligi mumkin. Transport xizmatlaridan olingan daromadlarning 312 mlrd soʻmdan 614 mlrd soʻmga yetib, deyarli 2 baravar oshgani esa ushbu sohada monetizatsiya darajasi yuqori ekanligini va xizmatlarga toʻlov qobiliyatli talab shakllanayotganini koʻrsatadi. Bu esa marketing strategiyalarini joriy etish uchun qulay iqtisodiy muhit mavjudligini anglatadi.

Eng muhim strukturaviy oʻzgarishlardan biri sifatida raqamli xizmatlar ulushining 6% dan 42% gacha keskin oshganini alohida taʼkidlash lozim. Bu koʻrsatkich transport tizimida raqamli transformatsiya jarayonlari jadallashayotganini, yaʼni onlayn chipta tizimlari, logistika platformalari va xizmatlarni boshqarishning raqamli vositalari keng joriy etilayotganini bildiradi. Aynan ushbu omil marketing strategiyalarining samaradorligini keskin oshiruvchi asosiy drayver sifatida namoyon boʻlmoqda. Chunki raqamlashtirish orqali isteʼmolchi xatti-harakatlarini tahlil qilish, talabni prognozlash va xizmatlarni individuallashtirish imkoniyatlari kengayadi. Shunga qaramasdan, mavjud oʻsish tendensiyalari marketing yondashuvlari tizimli va kompleks tarzda qoʻllanilmayotganini ham bilvosita koʻrsatadi, chunki xizmatlar diversifikatsiyasi va differensiallashuvi hali yetarli darajada chuqurlashmagan.

1-jadvalda Xorazm viloyatida transport tizimi kvantitativ jihatdan jadal rivojlanayotgan boʻlsa-da, uning sifat jihatlari, xususan marketing asosidagi boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish zarurati saqlanib qolmoqda. Bu esa transport tizimini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan oqilona foydalanish nafaqat muhim, balki zaruriy shart ekanligini ilmiy asosda tasdiqlaydi. Bu holat marketing strategiyalarini hududiy xususiyatlarga moslashtirish zaruriyatini yanada kuchaytiradi. [4]

Xorazm viloyati transport tizimini rivojlantirishda quyidagi marketing yoʻnalishlari ustuvor hisoblanadi:

- transport xizmatlari boʻyicha marketing tadqiqotlarini muntazam olib borish;
- isteʼmolchilarga yoʻnaltirilgan servis siyosatini shakllantirish;
- raqamli marketing va axborot texnologiyalarini joriy etish;
- transport xizmatlarini hududiy brend sifatida targʻib qilish;
- logistika xizmatlarini integratsiyalash va diversifikatsiyalash.

Raqamli marketing vositalari, jumladan, mobil ilovalar, onlayn bronlash tizimlari va ijtimoiy tarmoqlar orqali axborot tarqatish transport xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi [5]. Xorijiy tajribalar [3,5] shuni koʻrsatadiki, raqamli marketing vositalarini joriy etgan transport kompaniyalari mijozlar sodiqligini sezilarli oshirgan va xizmatlardan foydalanish qulayligini taʼminlagan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqot natijalari shuni koʻrsatadiki, Xorazm viloyatida transport tizimi 2020–2024-yillar davomida barqaror oʻsish dinamikasiga ega boʻlib, xizmatlar hajmi, korxonalar soni va daromad koʻrsatkichlari izchil oshib borgan. Biroq ushbu oʻsish asosan kvantitativ xarakterga ega boʻlib, tizimning sifat jihatlari, xususan marketing strategiyalarining kompleks va tizimli joriy etilishi yetarli darajada taʼminlanmagan. Tadqiqot natijalariga koʻra, Xorazm viloyatida transport tizimini rivojlantirishda

marketing strategiyalaridan oqilona foydalanish mintaqaviy iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda muhim omil hisoblanadi. Marketing yondashuvlari transport xizmatlari sifatini oshirish, iste'molchilar qoniqishini ta'minlash va raqobatbardoshlikni kuchaytirishga imkon beruvchi asosiy mexanizmlardan biri sifatida namoyon bo'ladi.

Birinchi, transport tizimidagi mavjud o'sish tendensiyalari talabning kengayib borayotganini ko'rsatsa-da, ushbu talabni samarali boshqarish va segmentatsiya qilish mexanizmlarining yetarli darajada rivojlanmaganligi aniqlanadi. Bu esa marketing strategiyalarining tizimga chuqur integratsiya qilinmaganligini ko'rsatadi. Ikkinchi, transport korxonalarini sonining ortishi raqobat muhitini shakllantirayotgan bo'lsa-da, marketing asosidagi boshqaruvning sustligi sababli ushbu raqobat xizmatlari sifati va innovatsion rivojlanishga to'liq ta'sir ko'rsatmayapti. Uchinchi, raqamli xizmatlari ulushining keskin oshishi marketing texnologiyalarini joriy etish uchun muhim imkoniyat yaratmoqda, biroq ushbu imkoniyatlardan foydalanish darajasi hali pastligicha qolmoqda. To'rtinchi, transport xizmatlarining daromadlilikini ortib borayotgan bo'lsa-da, xizmatlari sifati va iste'molchi ehtiyojlariga moslashuv darajasi bilan to'liq uyg'unlashmagan.

Mazkur natijalar asosida kelgusida transport sohasini rivojlantirish uchun quyidagi ilmiy asoslangan takliflar ilgari suriladi. Avvalo, hududiy transport marketing dasturlarini ishlab chiqish orqali transport xizmatlari bozorini kompleks rivojlantirish va talabni hududiy xususiyatlardan kelib chiqib boshqarish zarur. Shu bilan birga, transport korxonalarida marketing bo'limlari faoliyatini kuchaytirish, ularni strategik boshqaruv tizimining ajralmas qismiga aylantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli va innovatsion marketing texnologiyalarini keng joriy etish orqali transport xizmatlarini individuallashtirish, talabni prognozlash va xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirish mumkin.

Bundan tashqari, marketing asosida tarif va servis siyosatini takomillashtirish transport xizmatlari sifatini oshirish va iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishning muhim sharti hisoblanadi. Xususan, differensial tariflar, moslashuvchan xizmat paketlari va mijozga yo'naltirilgan servis tizimlarini joriy etish orqali transport tizimining raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Umuman olganda, marketing strategiyalarini transport tizimiga tizimli ravishda integratsiya qilish hududiy iqtisodiy rivojlanishni jadallashtirish, resurslardan samarali foydalanish va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashning muhim yo'nalishi sifatida baholanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Nosirov J.J., Raxmatov Z.N. Transport xizmatlari bozorida marketing faoliyatini rivojlantirish tamoyillari. – Toshkent, 2023.
2. Kotler P., Keller K. Marketing Management. – Pearson Education, 2022.
3. World Bank. Transport Services and Economic Growth Report. – Washington: World Bank, 2023.
4. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari, 2020–2024. – www.stat.uz
5. UITP. Public Transport Trends and Marketing Strategies. – Brussels: UITP, 2024.

6. Nosirov J.J. Transport korxonalarida muhim marketing strategiyasi xususiyatlari // Results of national scientific research. – 2023. – 2(8). – B. 19–26. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8239372>

7. Javlonbek N. Sun'iy intellektga asoslangan mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishda B2B raqamli marketingni o'rnatish // Zamonaviy fan va ta'lim yangiliklari xalqaro ilmiy jurnali. – 2023. – 1(1).

8. Nosirov J.J. Ijtimoiy media marketing tahlili orqali marketing strategiyalarini optimallashtirish // Results of national scientific research. – 2023. – 2(8). – B. 5–13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8342170>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, iyun, 6-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710. GOCT 7.56-2002** " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**