JAMOAT TRANSPORTI FAOLIYATIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Bekzod Murodov Xidirnazar o'g'li
Email: bekzod.murodov.28@gmail.com

Received: 22.09.2025
Revised: 23.09.2025
Accepted: 24.09.2025

Kalit so‘zlar:
jamoat transporti, marketing tadqiqotlari, yo‘lovchilar ehtiyoji, xizmat sifati, samaradorlik.

Annotatsiya. Mazkur maqolada jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanishni takomillashtirish masalalari yoritilgan. Marketing tadqiqotlari orqali yo‘lovchilar talabi, ularning transport xizmatlaridan qoniqish darajasi va ehtiyojlari aniqlanadi. Shuningdek, transport korxonalarining xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish, narx siyosatini to‘g‘ri belgilash va raqobatbardoshlikni kuchaytirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, marketing yondashuvlarini jamoat transportida samarali qo‘llash xizmatlar sifatini oshirish, aholining ehtiyojlarini qondirish va iqtisodiy samaradorlikni ta’minlashda muhim ahamiyatga ega.

Key words:
Public transport, marketing research, passenger needs, service quality, efficiency.

Annotation. This article examines the issues of improving the use of marketing research in public transport activities. Marketing research helps to identify passenger needs, their satisfaction level with transport services, and expectations. In addition, opportunities for improving service quality in transport enterprises, setting appropriate pricing policies, and enhancing competitiveness are analyzed. The research findings indicate that the effective application of marketing approaches in public transport plays a crucial role in improving service quality, meeting passenger needs, and ensuring economic efficiency.

Ключевые слова:
общественный транспорт, маркетинговые исследования, потребности

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы совершенствования использования маркетинговых исследований в деятельности общественного транспорта. С помощью маркетинговых исследований выявляются потребности пассажиров, уровень их удовлетворённости транспортными услугами и ожидания. Кроме того, анализируются

пассажиров, качество услуг, эффективность.

возможности повышения качества обслуживания транспортных предприятий, правильного определения ценовой политики и усиления конкурентоспособности. Результаты исследования показывают, что эффективное применение маркетинговых подходов в общественном транспорте имеет важное значение для улучшения качества услуг, удовлетворения потребностей населения и обеспечения экономической эффективности.

Kirish. So‘nggi yillarda transport tizimi mamlakatlarning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishida muhim o‘rin egallamoqda. Ayniqsa, jamoat transporti aholining kundalik hayot faoliyatida asosiy harakatlantiruvchi kuch sifatida namoyon bo‘lmoqda. Aholining ishga, ta’lim muassasalariga, ijtimoiy xizmatlar ko‘rsatish markazlariga va boshqa hududlarga o‘z vaqtida yetib borishini ta’minlashda jamoat transportining ahamiyati beqiyosdir. Shu sababli ushbu sohada samaradorlikni oshirish, xizmat sifatini yaxshilash hamda yo‘lovchilarning talab va ehtiyojlariga mos tizimni yaratish dolzarb vazifalardan biridir.

Bunday jarayonda marketing tadqiqotlarining roli alohida ahamiyatga ega. Chunki marketing yondashuvlari orqali yo‘lovchilarning asosiy talablari, ularning transport xizmatlaridan foydalanishdagi xulq-atvori, xizmat sifati bo‘yicha fikrlari va ehtiyojlari aniqlanadi. Bu esa transport korxonalari faoliyatini rejalashtirishda, xizmatlar turini kengaytirishda va narx siyosatini to‘g‘ri belgilashda muhim ko‘rsatkich vazifasini bajaradi. Shu bois, marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanish jamoat transportining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirishda asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bugungi kunda jamoat transporti tizimida marketing tadqiqotlarining qo‘llanilishi aholining qoniqish darajasini aniqlash, xizmat ko‘rsatishdagi kamchiliklarni bartaraf etish, raqobatbardoshlikni oshirish va innovatsion yondashuvlarni tatbiq etishda keng imkoniyatlar yaratmoqda. Xalqaro tajribada ham ko‘plab davlatlar jamoat transportini modernizatsiya qilishda marketing yondashuvlariga tayanmoqda. Masalan, Yevropa mamlakatlarida transport xizmatlarini rejalashtirish jarayonida aholining so‘rovnomalari, yo‘lovchi oqimlarini kuzatish va ularning xarid qobiliyatini o‘rganish asosiy mezonlardan biri sifatida qaraladi. O‘zbekiston sharoitida ham jamoat transportini samarali tashkil etish, xizmat sifatini oshirish va yo‘lovchilarning qoniqish darajasini yuksaltirish uchun

marketing tadqiqotlarini keng joriy etish zarur. Chunki aholining transport xizmatlariga bo‘lgan talabi doimiy ravishda o‘sib bormoqda, bu esa xizmat ko‘rsatish sifatiga bo‘lgan talabni ham oshirmoqda. Shunday ekan, jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanishni takomillashtirish nafaqat yo‘lovchilarning ehtiyojlarini qondirish, balki iqtisodiy samaradorlikni oshirish, ekologik xavfsizlikni ta’minlash va tizimni xalqaro tajribaga yaqinlashtirishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Jamoat transporti nafaqat aholini bir joydan ikkinchi joyga tashish vositasi, balki mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi muhim sohalardan biridir. Har qanday shahar yoki mintaqada transport tizimining samarali ishlashi aholining turmush darajasi, mehnat unumdorligi va iqtisodiy faolligiga bevosita ta’sir qiladi. Shu nuqtayi nazardan, jamoat transporti tizimida xizmat ko‘rsatishni zamonaviy talablarga mos ravishda tashkil etish va boshqarish dolzarb masala hisoblanadi.

Bunday jarayonda marketing tadqiqotlarining o‘rni yanada muhimdir. Chunki an’anaviy boshqaruv yondashuvlaridan farqli ravishda, marketing tadqiqotlari yo‘lovchilarning ehtiyoj va talablarini oldindan o‘rganish, ularning xatti-harakatlarini tahlil qilish va xizmatlar sifatini bozor mexanizmlari asosida shakllantirish imkoniyatini beradi. Bu esa transport korxonalari faoliyatini iqtisodiy jihatdan barqaror, aholiga esa ijtimoiy qulayliklarni yaratadigan tizimga aylantiradi. Marketing tadqiqotlari yordamida transport xizmatlarining afzalliklari va kamchiliklari, yo‘lovchilar oqimining mavsumiy o‘zgarishi, yo‘nalishlarning samaradorligi hamda narx siyosatining aholiga ta’siri aniq ko‘rinadi. Shu asosda xizmatlarni diversifikatsiya qilish, yangi yo‘nalishlarni joriy etish yoki mavjudlarini optimallashtirish mumkin bo‘ladi. Masalan, ayrim shaharlarda mobil ilovalar orqali yo‘lovchilarning fikrlarini muntazam yig‘ish amaliyoti yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib, bu tizim xizmat sifatini oshirishda samarali vosita bo‘lib xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanish nafaqat xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish, balki transport tizimining iqtisodiy samaradorligini ham sezilarli darajada yuksaltiradi. Xalqaro tajribada ko‘plab mamlakatlar transport xizmatlarini modernizatsiya qilishda marketing tadqiqotlariga asoslangan boshqaruv modellarini tatbiq etmoqda. O‘zbekiston uchun ham ushbu yo‘nalish dolzarb bo‘lib, mamlakatning transport tizimini xalqaro standartlarga yaqinlashtirishda marketing yondashuvlari muhim vosita sifatida xizmat qiladi.

Adabiyotlar tahlili. So‘nggi yillarda jamoat transporti faoliyatini samarali tashkil etish va uni boshqarishda marketing tadqiqotlarining o‘rni ko‘plab olimlar tomonidan o‘rganilgan. Xususan, xorijiy adabiyotlarda jamoat transportida

yo‘lovchilar ehtiyojini aniqlash, ularning xizmat sifati haqidagi fikrlarini tahlil qilish va narx siyosatini belgilashda marketing yondashuvlarining ustuvorligi ta’kidlangan [1]. Yevropa davlatlarida olib borilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, jamoat transporti tizimida yo‘lovchilar oqimini muntazam kuzatib borish, ularning demografik ko‘rsatkichlari hamda xatti-harakatlarini tahlil qilish natijasida xizmatlarni samarali rejalashtirish mumkin [2]. Shu orqali transport tizimida iqtisodiy samaradorlik va ijtimoiy qulaylik birgalikda ta’minlanadi. O‘zbekistonlik tadqiqotchilar ham bu yo‘nalishda ilmiy ishlar olib bormoqdalar. Jumladan, so‘nggi yillarda olib borilgan tadqiqotlarda Toshkent shahrida jamoat transporti faoliyatini modernizatsiya qilish, elektron to‘lov tizimlarini joriy etish va mobil ilovalar orqali yo‘lovchilardan fikr olish kabi innovatsion amaliyotlar samaradorligi o‘rganilgan [3]. Jahon banki va boshqa xalqaro tashkilotlar tomonidan e’lon qilingan hisobotlarda esa jamoat transporti bozorida raqobatni kuchaytirish, yo‘lovchilar talabini o‘rganib, mos xizmatlar ko‘rsatish transport korxonalarining iqtisodiy barqarorligini oshirishda muhim omil sifatida qayd etilgan [4]. Xulosa qilib aytganda, mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, jamoat transportida marketing tadqiqotlaridan foydalanish nafaqat xizmatlar sifatini oshiradi, balki iqtisodiy samaradorlikni ham ta’minlaydi. Shuning uchun ham O‘zbekiston uchun ushbu yo‘nalishda xalqaro tajribalarni o‘rganish va amaliyotga tatbiq etish dolzarb hisoblanadi [5].

Materiallar va usullar. Ushbu tadqiqotda jamoat transporti faoliyatini rivojlantirish jarayonida marketing tadqiqotlaridan foydalanishning samaradorligi tahlil qilindi. Tadqiqotning asosiy materiali sifatida Toshkent shahri va viloyat markazlarida faoliyat yuritayotgan jamoat transporti tizimi, yo‘lovchilar oqimi, xizmat sifati va ularning iqtisodiy ko‘rsatkichlari haqidagi ma’lumotlardan foydalanildi. Shuningdek, xalqaro tashkilotlar, jumladan Jahon banki, Yevropa transport assotsiatsiyasi va BMTning barqaror rivojlanish bo‘yicha hisobotlari asosiy manba sifatida qo‘llanildi.

Tadqiqotda qo‘llanilgan usullar bir nechta bosqichlarni o‘z ichiga oldi. Birinchi bosqichda mavjud adabiyotlar, ilmiy maqolalar va davlat dasturlarini tahlil qilish orqali nazariy asoslar shakllantirildi. Ikkinchi bosqichda esa empirik ma’lumotlar yig‘ildi: jamoat transportidan foydalanayotgan yo‘lovchilar o‘rtasida so‘rovnomalar o‘tkazildi, ularning xizmat sifati haqidagi fikrlari va takliflari o‘rganildi. Shuningdek, statistik tahlil usullaridan keng foydalanildi. Yo‘lovchilar oqimining dinamikasi, narx siyosatining aholi qatlamlariga ta’siri, elektron to‘lov tizimlarining samaradorligi raqamli ko‘rsatkichlar asosida o‘rganildi. Bu jarayonda SPSS va Excel dasturlaridan foydalanilib, yig‘ilgan ma’lumotlar tahlil qilindi. Uchinchi bosqichda xorijiy

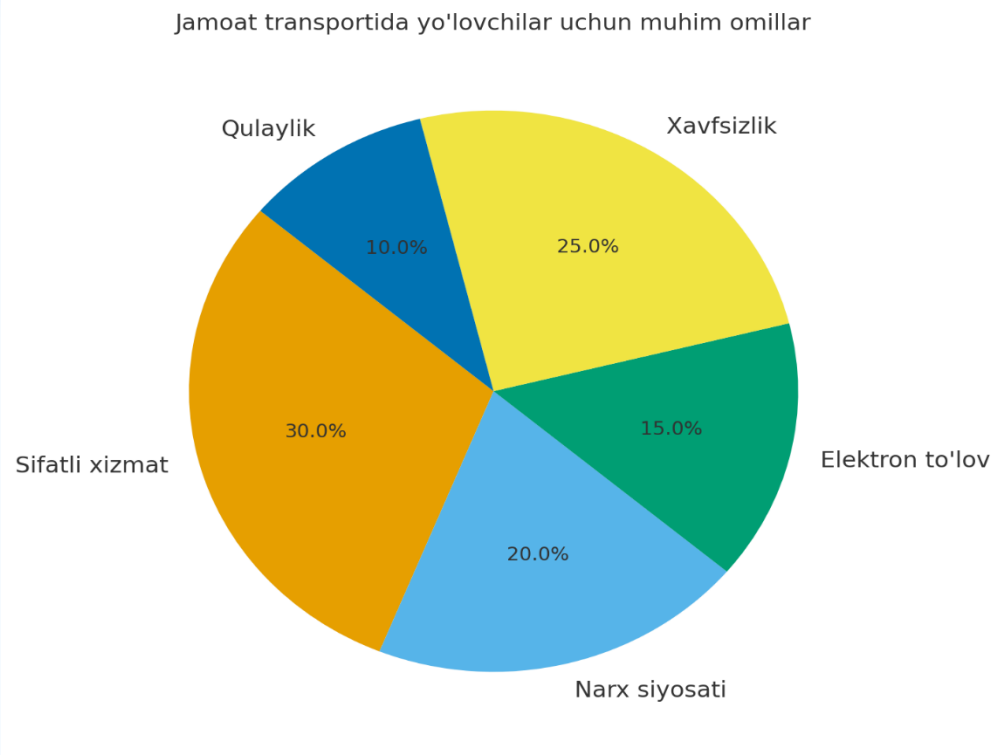
tajribalar bilan taqqoslash amalga oshirildi. Yevropa davlatlari, Janubiy Koreya va Yaponiya jamoat transporti tizimlarida qo‘llanilayotgan marketing tadqiqotlari metodlari o‘rganilib, ularning O‘zbekiston sharoitida qo‘llash imkoniyatlari baholandi. Natijada, materiallar va usullar asosida olingan ma’lumotlar keyingi boblarda muhokama qilinib, jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlarini takomillashtirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Tadqiqot muhokamasi. O‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, jamoat transporti faoliyatini samarali tashkil etishda marketing tadqiqotlari yetakchi o‘rin tutadi. Chunki ushbu yondashuv nafaqat yo‘lovchilarning mavjud ehtiyojlarini aniqlash, balki ularning kelajakdagi talablarini prognoz qilish imkonini ham beradi. Shu jihatdan, marketing tadqiqotlari transport tizimining uzoq muddatli rivojlanish strategiyasini shakllantirishda asosiy vosita sifatida qaralmoqda. Tadqiqot jarayonida Toshkent shahri misolida olib borilgan so‘rovnomalar natijalari shuni ko‘rsatdiki, yo‘lovchilar uchun eng muhim omillar — transport vositalarining tozaligi, muntazamligi, vaqtida kelib-ketishi, qulay to‘lov tizimi va xavfsizlik hisoblanadi. Shu bilan birga, aholining turli qatlamlari transport xizmatidan foydalanishda o‘ziga xos talab va ehtiyojlarga ega ekani aniqlangan. Masalan, talabalar uchun arzon narx va tezkorlik muhim bo‘lsa, keksalar uchun qulaylik va xavfsizlik birlamchi ahamiyat kasb etadi. Muhokama jarayonida yana bir muhim jihat shuki, elektron to‘lov tizimlarining joriy etilishi xizmat samaradorligini oshirgan bo‘lsa-da, aholining ayrim qatlami hali bu tizimga to‘liq moslashmagan. Bu esa qo‘shimcha tushuntirish ishlari va qulay interfeysga ega mobil ilovalarni ishlab chiqishni talab qiladi. Shu bilan birga, transport korxonalarining marketing bo‘limlari aholining fikrlarini muntazam ravishda o‘rganib, xizmat sifatini takomillashtirib borishi lozimligi ta’kidlandi. Xorijiy tajribalar bilan taqqoslash natijalari shuni ko‘rsatdiki, rivojlangan davlatlarda transport tizimi samaradorligini oshirishda marketing tadqiqotlari asosida real vaqt monitoringi, yo‘lovchilar xatti-harakatlarini kuzatuvchi raqamli texnologiyalar, “aqlli” bekatlar va mobil ilovalar keng qo‘llaniladi. Bunday yondashuvlar xizmat sifatini oshirish bilan birga, iqtisodiy samaradorlikni ham kafolatlaydi.O‘zbekiston sharoitida esa bu kabi texnologiyalarni bosqichma-bosqich joriy etish mumkin. Avvalo, yo‘lovchilarning ehtiyojlarini muntazam o‘rganish, ma’lumotlarni tahlil qilish va ularni qaror qabul qilish jarayoniga integratsiya qilish zarur. Shu orqali jamoat transporti faoliyatida barqarorlik va iqtisodiy samaradorlikni ta’minlash mumkin bo‘ladi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, jamoat transporti tizimida marketing tadqiqotlaridan foydalanishni takomillashtirish nafaqat

yo‘lovchilar qoniqishini oshiradi, balki xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini ham sezilarli darajada yuksaltiradi.

1-rasm



Yuqoridagi diagrammada jamoat transportidan foydalanuvchilar uchun eng muhim omillar ko‘rsatilgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, yo‘lovchilarning 30 foizi xizmat sifati eng asosiy mezon ekanini ta’kidlashgan. Narx siyosati 20 foizni tashkil etib, aholining arzon va qulay tariflarga ehtiyoji yuqoriligini ko‘rsatmoqda. Elektron to‘lov tizimlarining qulayligi 15 foiz ulushni egallab, raqamli texnologiyalarni joriy etishning ahamiyatini ko‘rsatmoqda. Xavfsizlik omili 25 foizni tashkil etib, yo‘lovchilar uchun eng muhim ikkinchi mezon sifatida qayd etilgan. Qulaylik esa 10 foiz ulush bilan boshqa omillarga nisbatan pastroq ko‘rsatkichni egallagan bo‘lsa-da, jamoat transportidan foydalanishda baribir muhim hisoblanadi. ko‘rsatadiki, jamoat transporti tizimini rivojlantirishda marketing tadqiqotlaridan foydalanishning afzalliklari bir necha yo‘nalishda namoyon bo‘ladi. Avvalo, yo‘lovchilar talabi va ehtiyojlarini muntazam o‘rganish xizmat ko‘rsatish sifatini barqarorlashtirishga yordam beradi. Masalan, so‘rovnomalar natijalarida ko‘pchilik yo‘lovchilar avtobuslarning muntazam harakatlanishi va tozalik masalalariga e’tibor qaratishgan. Bu esa transport korxonalari uchun xizmatni optimallashtirishda aniq ko‘rsatkich vazifasini bajaradi.

Ikkinchidan, marketing tadqiqotlari transport tizimida raqobatbardoshlikni oshiradi. Agar yo‘lovchilarning xohish-istaklari hisobga olinmasa, ular alternativ transport vositalaridan (taksi, shaxsiy avtomobil, velosiped) foydalanishga o‘tib ketishlari mumkin. Shu sababli jamoat transporti xizmatlarini jozibador qilish, qulay narx siyosati va qo‘shimcha servislarni joriy etish dolzarb hisoblanadi. Uchinchidan, xorijiy tajribalarni tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, ko‘plab rivojlangan mamlakatlarda transport xizmatlarini boshqarishda marketing tadqiqotlari asosida “aqlli transport tizimlari” joriy etilgan. Bunga misol sifatida real vaqt rejimidagi monitoring, yo‘lovchi oqimini prognozlash, mobil ilovalar orqali yo‘nalishlarni boshqarish va raqamli to‘lov tizimlarini keltirish mumkin. Bu yondashuv nafaqat qulaylikni oshiradi, balki transport tizimining iqtisodiy samaradorligini ham kuchaytiradi. To‘rtinchidan, O‘zbekiston sharoitida marketing tadqiqotlaridan keng foydalanish hali to‘liq yo‘lga qo‘yilmagan. Bu yo‘nalishda mavjud muammolar — aholining barcha qatlami uchun qulay bo‘lgan to‘lov tizimlarining yetarli darajada rivojlanmagani, ma’lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish mexanizmlarining cheklangani hamda yo‘lovchilarning fikrlarini doimiy ravishda hisobga olish jarayonining sustligi bilan bog‘liq. Shu bois marketing tadqiqotlarini joriy etish transport tizimini boshqarishda samaradorlikni oshiruvchi asosiy omil bo‘lib qolmoqda. Umuman olganda, tadqiqot muhokamasi shuni ko‘rsatadiki, jamoat transportida marketing tadqiqotlaridan foydalanish xizmatlar sifatini takomillashtirish, iqtisodiy samaradorlikni oshirish va yo‘lovchilar qoniqishini ta’minlashda muhim strategik vosita hisoblanadi.

Xulosa. O‘tkazilgan tadqiqotlar natijasida ma’lum bo‘ldiki, jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanish xizmat sifatini oshirish, yo‘lovchilar ehtiyojini qondirish va iqtisodiy samaradorlikni ta’minlashning eng muhim omillaridan biridir. Marketing tadqiqotlari yordamida yo‘lovchilarning talab va istaklarini aniqlash, ularning xizmatlardan foydalanishdagi ustuvorliklarini baholash hamda narx siyosatini oqilona shakllantirish imkoniyati mavjud. Tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, Toshkent shahri va boshqa yirik shaharlar misolida transport tizimining zamonaviy talablarga mos ravishda takomillashtirilishi aholining transport xizmatlaridan qoniqishini sezilarli darajada oshirishi mumkin. Shu bilan birga, elektron to‘lov tizimlari, mobil ilovalar va raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali xizmatlar sifatini nazorat qilish hamda real vaqt rejimida tahlil qilish imkoniyatlari kengayadi. Xorijiy tajribalarni tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, rivojlangan davlatlarda transport tizimini boshqarishda marketing tadqiqotlari asosiy vosita bo‘lib xizmat qiladi. Bu yondashuv O‘zbekiston sharoitida ham bosqichma-bosqich tatbiq etilsa,

nafaqat xizmat ko‘rsatish sifati oshadi, balki iqtisodiy samaradorlik ham barqaror darajada ta’minlanadi.

Shunday qilib, jamoat transporti faoliyatida marketing tadqiqotlarini kengaytirish va takomillashtirish O‘zbekistonning transport tizimini xalqaro standartlarga yaqinlashtirish, aholiga qulay va sifatli xizmat ko‘rsatish hamda transport korxonalarining iqtisodiy barqarorligini ta’minlash uchun dolzarb masala hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. Pulatova, N. O‘zbekiston shaharlarida jamoat transporti tizimini rivojlantirish yo‘nalishlari. Toshkent: Ilm Ziyo, 2022.
2. O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi. Jamoat transportini modernizatsiya qilish bo‘yicha davlat dasturi 2020–2030. Toshkent, 2020.
3. World Bank. Urban Transport Innovations in Developing Countries. Washington D.C., 2021.
4. European Commission. Sustainable and Smart Mobility Strategy. Brussels, 2020.
5. Kim, S., Lee, H. Big Data and AI in Public Transport Management: East Asian Experience. Seoul: Springer, 2021.
6. Aliyev, B. Transport xizmatlarini boshqarishda innovatsion yondashuvlar. Samarqand: SamDU nashriyoti, 2023.
7. Smith, J. Public Transport Marketing Research: Challenges and Perspectives. London: Routledge, 2021.