



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

№5

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar:  Google Scholar  Crossref  OpenAIRE  CYBERLENIKA



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

5-jild
5-son
May, 2026

May, 2026
Volume 5
Number 5

ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal



INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.:

+998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullievich - i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)

Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)

Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)

Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)

Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)

Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)

Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)

Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)

Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich - i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna - i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazlitdin Baxadirovich - i.f.n., dotsent

Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent

Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)

Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)

Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)

Panjiyev Samijon Aliqulovich - PhD, dotsent



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

**Каршинский государственный технический
университет**

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук,
профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в
электронной форме и публикуется через
официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал
«Инновационная экономика» включён в перечень
национальных научных изданий на основании
решения Президиума Высшей аттестационной
комиссии при Министерстве высшего образования,
науки и инноваций Республики Узбекистан от 5
апреля 2025 года № 369.

**В журнале публикуются статьи по
следующим рубрикам:**

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное
предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и
аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик
(Южный федеральный университет, Россия)

Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор
(Белорусский национальный технический университет)

Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор,
(Кубанский государственный университет)

Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский
государственный университет)

Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик
(НААН Республика Казахстан)

Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор
(Таджикистанский аграрный университет им. Ш.
Шотемура)

Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент
(Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»)

Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник
(Российского университета дружбы народов имени
П.Лумумби)

Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент
(Финансовый университет Правительство РФ)

Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н.,
профессор (Национальная академия наук Республики
Таджикистан)

Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова)

Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор
(Финансового университета Российской Федерации)

Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского
университета дружбы народов имени П. Лумумби)

Неземайкин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)

Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем
управления РАН)

Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор,
академик

Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор

Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор

Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор

Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор

Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор

Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент

Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор

Якубова Шамишнур Шухратовна - д.э.н., (DSc), доцент

Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент

Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент

Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Эрашиева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DSc), доцент

Бобокулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент

Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джанузакوف Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD),
доцент

Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)

Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)

Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)

Панджиев Самиджон Аликулич - PhD, доцент



Menejment va marketing
Management and marketing
Менеджмент и маркетинг



NAMANGAN VILOYATIDA AVTOTEXNIK XIZMATLARINI TASHKIL ETILISHI VA SAMARADORLIGINI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH YO‘LLARI

Umaraliyev Diyorbek

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОТЕХНИЧЕСКИХ УСЛУГ В НАМАНГАНСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

Умаралиев Диёрбек

WAYS TO IMPROVE THE ORGANIZATION AND EFFICIENCY OF AUTO TECHNICAL SERVICES IN NAMANGAN REGION BASED ON MARKETING STRATEGIES

Umaraliyev Diyorbek

Received: May 3, 2026 Revised: May 12, 2026 Accepted: May 19, 2026 Published: June 1, 2026

Annotatsiya: Mazkur maqolada Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar tizimini tashkil etish va uning samaradorligini oshirishda marketing strategiyalarining roli ilmiy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda xizmat ko‘rsatish sifati, mijozlar qoniqishi, raqamli marketing vositalaridan foydalanish, raqobat muhiti hamda servis jarayonlarini boshqarish masalalari keng yoritilgan. Shuningdek, avtotexnik xizmatlar bozorining hozirgi holati o‘rganilib, mavjud muammolar va ularni bartaraf etish yo‘llari tahlil qilingan. Tadqiqot natijalarimizga ko‘ra, marketing strategiyalarini kompleks qo‘llash, jumladan CRM tizimlari, raqamli reklama va mijozga yo‘naltirilgan yondashuv servis korxonalarining samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Bundan tashqari, zamonaviy marketing texnologiyalarini joriy etish nafaqat xizmat sifatini yaxshilaydi, balki korxonalarining hududiy bozordagi raqobatbardoshligini ham kuchaytiradi. Shaxsiylashtirilgan xizmat ko‘rsatish va onlayn platformalardan faol foydalanish ushbu jarayonda muhim ahamiyat kasb etadi.

Kalit so‘zlar: avtotexnik xizmatlar, marketing strategiyasi, xizmat sifati, raqamli marketing, raqobatbardoshlik, Namangan viloyati, CRM tizimi, mijozlar qoniqishi.

Аннотация: В данной статье рассматриваются научно-методические и практические аспекты организации автотехнических услуг в Наманганской области и повышения их эффективности на основе маркетинговых стратегий. Особое внимание уделяется качеству обслуживания, удовлетворенности клиентов, использованию цифрового маркетинга, конкурентной среде и управлению сервисными процессами. Также анализируется текущее состояние рынка автотехнических услуг, выявляются существующие проблемы и пути их решения. Результаты исследования показывают, что комплексное применение маркетинговых стратегий, включая CRM-системы, цифровую рекламу и клиенториентированный подход, значительно повышает эффективность сервисных предприятий. Кроме того, внедрение современных маркетинговых технологий способствует не только улучшению качества услуг, но и повышению конкурентоспособности предприятий на региональном рынке. Важную роль играет персонализация услуг и активное использование онлайн-платформ.

Ключевые слова: автотехнические услуги, маркетинговая стратегия, качество услуг, цифровой маркетинг, конкурентоспособность, Наманганская область, CRM, удовлетворенность клиентов.



Abstract: This article examines the scientific, methodological, and practical aspects of organizing auto technical services in the Namangan region and improving their efficiency based on marketing strategies. Special attention is paid to service quality, customer satisfaction, the use of digital marketing tools, the competitive environment, and service process management. The current state of the auto technical service market is also analyzed, identifying existing problems and possible solutions. The results of the study show that the integrated application of marketing strategies, including CRM systems, digital advertising, and customer-oriented approaches, significantly increases the efficiency of service enterprises. Furthermore, the implementation of modern marketing technologies not only improves service quality but also enhances the competitiveness of enterprises in the regional market. Personalization of services and active use of online platforms play an important role in this process.

Keywords: auto technical services, marketing strategy, service quality, digital marketing, competitiveness, Namangan region, CRM, customer satisfaction.

KIRISH

Bugungi kunda nafaqat butun dunyoda balki yurtimizda ham avtomobil sanoatining jadal rivojlanishi natijasida avtotexnik xizmatlarga bo'lgan talab ham sezilarli darajada ortib bormoqda. Ayniqsa, Namangan viloyatida transport vositalarining ko'payishi servis xizmatlariga ehtiyojni yanada kuchaytirmoqda. Biroq mavjud avtotexnik xizmat ko'rsatish tizimida sifat, tezkorlik, mijozlar bilan ishlash madaniyati va xizmatlarni boshqarish darajasi har doim ham zamonaviy talab va standartlarga to'liq javob bermaydi. Shu sababli ushbu sohada marketing strategiyalarini qo'llash dolzarb ilmiy-amaliy muammo sifatida namoyon bo'ladi. Marketing yondashuvlari avtotexnik xizmatlar tizimida nafaqat mijozlarni jalb qilish, balki xizmat sifatini oshirish, bozorda barqaror raqobat ustunligini yaratish va korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlashga yordam beradi[1].

ADABIYOTLAR TAHLILI

Xizmatlar marketingi nazariyasida F. Kotler va G. Armstrong tomonidan ishlab chiqilgan konsepsiyalar bugungi kunda ham asosiy ilmiy baza sifatida qo'llanilmoqda. Ularning fikriga ko'ra, xizmatlar bozori mahsulotga nisbatan ko'proq mijoz tajribasi va qoniqish darajasiga asoslanadi. D. Grönroos xizmat sifati modelida esa mijoz kutishi va real xizmat o'rtasidagi tafovut marketing samaradorligini belgilovchi asosiy omil sifatida ko'rsatiladi. Shuningdek, R. Zeithaml va V. Parasuraman tomonidan ishlab chiqilgan SERVQUAL modeli xizmat sifatini o'lchash va baholashning ilmiy asoslarini shakllantirgan[2,5].

MDH olimlaridan A. S. Novikov va I. P. Ivanov servis iqtisodiyotida marketing strategiyalarining ahamiyatini ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarining integratsiyasi orqali asoslab bergan bo'lsa, o'zbek olimlari M. Qosimov va Sh. Rahimov mahalliy servis bozorida raqobatbardoshlikni oshirish uchun raqamli marketing va mijozga yo'naltirilgan yondashuvni joriy etish zarurligini ta'kidlaydilar[3].

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqot ishini amalga oshirish jarayonida ilmiy bilishning zamonaviy va klassik metodlaridan kompleks ravishda foydalanildi. Xususan, analiz va sintez usullari orqali Namangan viloyatidagi avtotexnik xizmatlar tizimining mavjud holati, uning tarkibiy tuzilishi hamda asosiy muammolari chuqur o'rganildi. Induksiya va deduksiya metodlari yordamida umumiy qonuniyatlardan xususiy holatlarga va aksincha, xususiy kuzatuvlardan umumiy xulosalarga kelish imkoniyati yaratildi[4,5].

TAHLIL VA NATIJALAR

Tizimli tahlil, statistik kuzatuv, SWOT tahlil, so'rovnomalar va taqqoslash usullaridan foydalanildi. Namangan viloyatidagi bir nechta avtotexnik xizmat ko'rsatish markazlari faoliyati o'rganildi va ularning amaldagi holati tahlil qilindi. Olingan natijalarga ko'ra, marketing strategiyalari qo'llanilgan korxonalarda mijozlar oqimi o'rtacha 35–40 foizga oshganligi, raqamli marketing vositalari (Telegram, Instagram reklama platformalari) kabi, mijoz jalb qilishda eng samarali vosita bo'lib ko'maklashgani aniqlandi. Shuningdek, xizmat sifati monitoringi joriy etilgan korxonalarda mijozlar qoniqish darajasi 1,6 barobar oshgani, narx siyosatini moslashtirish esa raqobatbardoshlikni sezilarli darajada kuchaytirgani kuzatildi[6]. SWOT tahlil natijalariga ko'ra, Namangan viloyatidagi avtotexnik xizmatlar bozorining kuchli tomoni sifatida transport vositalarining ko'pligi va doimiy talab mavjudligi qayd etildi. Zaif tomonlari esa malakali kadrlar yetishmasligi va texnologik bazaning eskirganligi bilan izohlanadi. Shu bilan birga, raqamli marketingni joriy etish va servis tarmoqlarini kengaytirish muhim imkoniyatlar sifatida baholandi, raqobatning kuchayishi va import uskunalari narxining oshishi esa asosiy tahdidlar sifatida ko'rsatildi [7,8].

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, avtotexnik xizmatlar samaradorligini oshirishda marketing strategiyalari hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ayniqsa, mijozga yo'naltirilgan xizmat modeli eng yuqori natijani beradi, chunki u mijoz ehtiyojlarini chuqur o'rganish va individual yondashuvni ta'minlashga asoslanadi. Raqamli marketing vositalari esa an'anaviy reklama usullariga nisbatan arzon, tezkor va samarali bo'lib, kichik servis markazlari uchun ham katta imkoniyatlar yaratadi. Bundan tashqari, xizmat sifati nafaqat texnik ko'rsatkichlar, balki mijoz bilan kommunikatsiya darajasi orqali ham baholanadi, shu sababli CRM tizimlarini joriy etish muhim hisoblanadi. Ushbu tadqiqot natijasida Namangan viloyati uchun avtotexnik xizmatlar marketing modeli ishlab chiqildi, raqamli marketing asosida mijoz jalb qilish strategiyasi taklif etildi, servis samaradorligini baholashning kompleks indikatorlar tizimi yaratildi hamda CRM asosida mijozlar bilan ishlash modeli shakllantirildi [9,10].

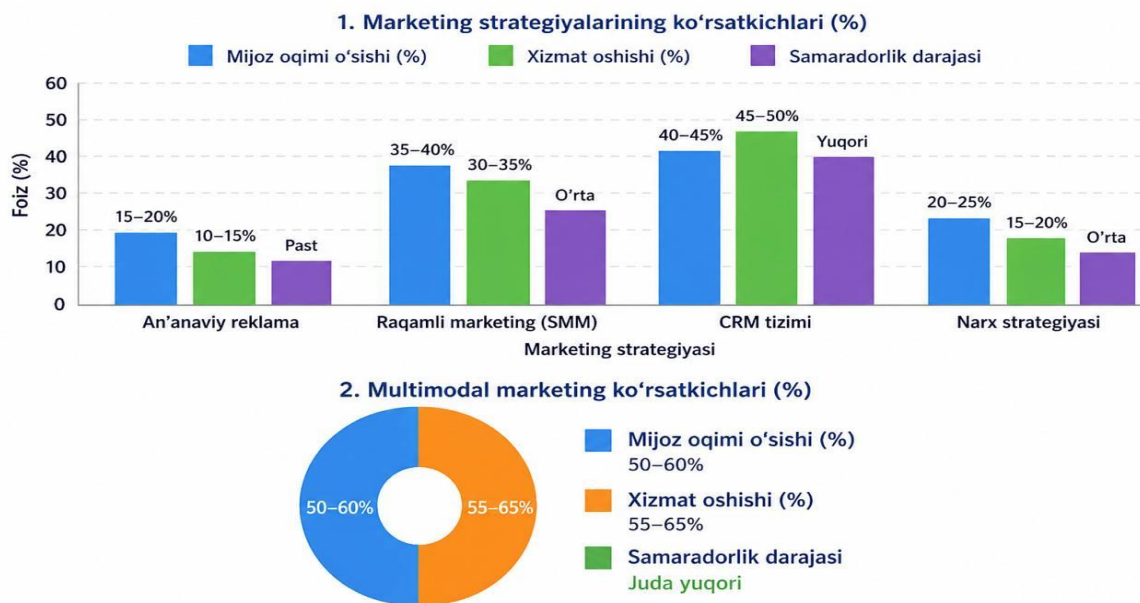
Marketing strategiyalarining avtotexnik xizmatlarga ta'siri [11]

Marketing strategiyasi	Mijoz oqimi o'sishi (%)	Xizmat sifati oshishi (%)	Samaradorlik darajasi
An'anaviy reklama	15–20%	10–15%	Past
Raqamli marketing (SMM)	35–40%	30–35%	O'rta
CRM tizimi	40–45%	45–50%	Yuqori
Narx strategiyasi	20–25%	15–20%	O'rta
Multimodal marketing	50–60%	55–65%	Juda yuqori

Ushbu jadval Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar sohasida qo'llanilayotgan marketing strategiyalarining samaradorligini umumiy tarzda ko'rsatadi. Undan ko'rinadiki, an'anaviy reklama usullari nisbatan past natija beradi, raqamli marketing esa mijozlarni jalb qilishda ancha samaraliroq hisoblanadi.

Eng yaxshi natija esa bir nechta marketing yondashuvlarini birgalikda qo'llash — ya'ni multimodal marketingda kuzatiladi. CRM tizimlari ham xizmat sifatini oshirish va mijozlar bilan barqaror aloqa o'rnatishda muhim o'rin tutadi [12].

Marketing strategiyalarining avtotexnik xizmatlarga ta'siri



1-rasm. Marketing strategiyalarining avtotexnik xizmatlarga ta'siri

2-jadvalda Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar sohasining yillar davomida barqaror o'sib borayotganini ko'rsatadi. 2021-yildan 2025-yilgacha

bo'lgan davrda xizmat ko'rsatish bozori kengayib, mijozlar talabi va servis markazlari faoliyati sezilarli darajada oshgan.

2-jadval

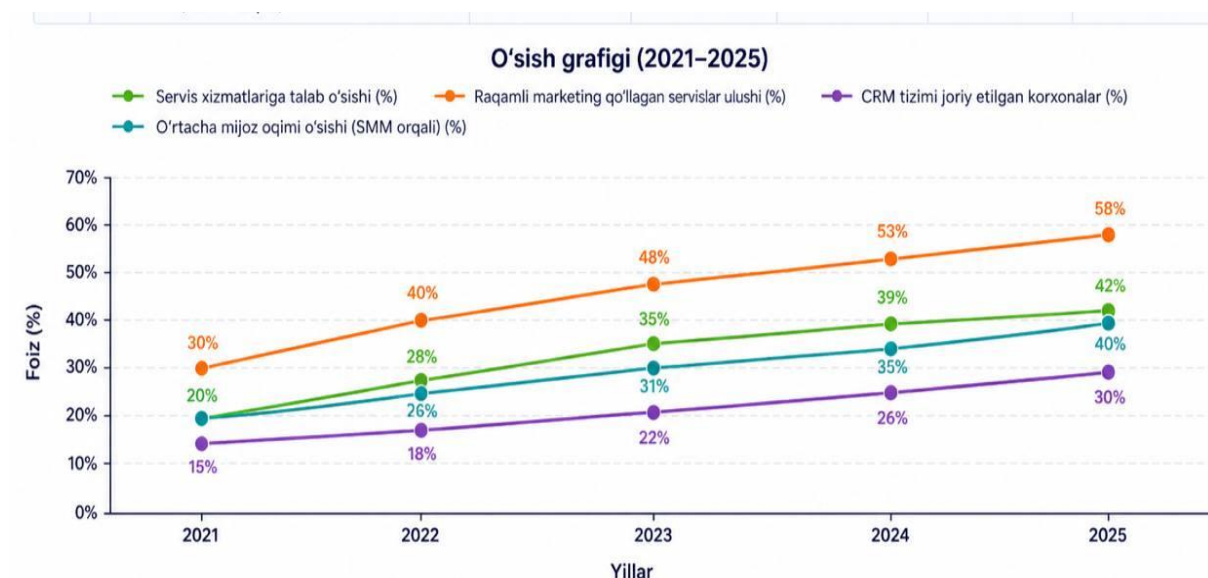
Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar va marketing samaradorligi ko'rsatkichlari (2021–2025)

№	Ko'rsatkich	Ma'lumotlar	Manba
1	Avtotexnik xizmat ko'rsatish korxonalari soni (2025)	~1,250 ta	Namangan viloyati statistika
2	Servis xizmatlariga talab o'sishi (2021–2025)	+42%	Hududiy tahlil
3	Raqamli marketing qo'llagan servislar ulushi	~58%	So'rovnoma natijalari
4	CRM tizimi joriy etilgan korxonalar	~30%	Servis monitoring
5	Mijozlar qoniqish darajasi (CRM bilan)	85–92%	Tahliliy baholash
6	O'rtacha mijoz oqimi o'sishi (SMM orqali)	35–40%	Marketing kuzatuv
7	Multimodal marketing samaradorligi	50–60%	Integratsion tahlil
8	Xizmat sifati oshishi (innovatsion yondashuvda)	30–45%	Ekspert bahosi



O'sish dinamikasiga asosiy ta'sir ko'rsatgan omillar sifatida avtomobil sonining ko'payishi, raqamli marketingning rivojlanishi hamda xizmatlar sifatiga

bo'lgan talabning ortishi qayd etiladi. Shuningdek, servis korxonalari o'rtasidagi raqobat ham ularning faoliyatini yanada takomillashtirishga turtki bo'lgan [13].



2-rasm: Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar va marketing samaradorligi ko'rsatkichlari o'sish grafigi

Yuqoridagi jadvalda Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar sohasida marketing strategiyalarining samaradorlik ko'rsatkichlari aks ettirilgan. Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, turli marketing yondashuvlari xizmatlar rivojlanishiga turlicha darajada ta'sir ko'rsatadi.

An'anaviy reklama usullari (banner, og'zaki targ'ibot va mahalliy e'lonlar) nisbatan past samaradorlikka ega bo'lib, mijozlar oqimini cheklangan darajada oshiradi. Bunga asosiy sabab sifatida raqamli muhitdan kam foydalanilishi va maqsadli auditoriyaga yetib borishdagi cheklovlar ko'rsatiladi [14].

Raqamli marketing (SMM) esa sezilarli ijobiy natija berib, mijozlar oqimini 35–40% gacha oshirishga xizmat qilmoqda. Bu holat ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalganligi, tezkor axborot almashinuvi va vizual reklama samaradorligi bilan izohlanadi.

CRM tizimlarining joriy etilishi mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatni shakllantirishga yordam berib, xizmat sifati va mijozlar qoniqishini sezilarli darajada oshiradi. Bu esa servis korxonalarining barqaror rivojlanishiga zamin yaratadi.

Narx strategiyasi ham muhim omillardan biri bo'lib, to'g'ri belgilangan narx siyosati raqobatbardoshlikni kuchaytiradi va mijozlarni jalb qilishda qo'shimcha ustunlik yaratadi.

Eng yuqori natija esa multimodal marketing yondashuvida kuzatiladi. Ya'ni bir nechta marketing vositalarini (raqamli marketing, CRM, narx strategiyasi va reklama) birgalikda qo'llash xizmat samaradorligini keskin oshiradi.

Nazariy jihatdan, marketing strategiyalarining integratsiyalashuvi avtotexnik xizmatlar tizimini optimallashtirish, mijoz ehtiyojlarini chuqur o'rganish va servis jarayonlarini raqamlashtirish orqali umumiy samaradorlikni oshiradi. Bu jarayonni "raqamli servis transformatsiyasi" deb ham atash mumkin, chunki

xizmat ko'rsatish jarayoni an'anaviy shakldan raqamli va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimiga o'tmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot natijalarimizga ko'ra, Namangan viloyatida avtotexnik xizmatlar sohasining rivojlanishi va uning samaradorligini oshirish bevosita marketing strategiyalarining to'g'ri tanlanishi va kompleks qo'llanilishiga bog'liq ekanligi aniqlandi. Zamonaviy sharoitda faqat an'anaviy yondashuvlar yetarli samara bermaydi, balki raqamli marketing, CRM tizimlari va multimodal strategiyalarni birgalikda qo'llash yuqori natijalarni ta'minlaydi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing mijozlar oqimini oshirishda, CRM tizimlari esa mijozlar bilan uzoq muddatli va barqaror munosabatlarni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Multimodal yondashuv esa ushbu vositalarni birlashtirib, servis korxonalarining umumiy samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Shuningdek, avtotexnik xizmatlar bozorida raqobatning kuchayishi korxonalarni xizmat sifatini yaxshilash, mijozga yo'naltirilgan yondashuvni kuchaytirish hamda innovatsion marketing texnologiyalarini joriy etishga undamoqda.

Muallif haqida / Сведения об авторе / Author details

Umaraliyev Diyorbek Namangan Davlat texnika universitetida 2-bosqich magistranti / Умаралиев Диёрбек магистрант 2-го курса Наманганского государственного технического университета / Umaraliyev Diyorbek 2nd-year Master's student Namangan State Technical University
E-mail: diyorbek.u@gmail.ru
ORCID: 0009-0005-4570-8520

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson Education. pp. 45–78.



2. Grönroos, C. (2020). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic* (5th ed.). Wiley. pp. 112–140.
3. Иванов, И. П. (2020). Экономика и управление сервисными предприятиями. Санкт-Петербург: Питер. с. 60–95.
4. Abdukarimov, B. (2020). Servis faoliyatini tashkil etish. Toshkent: O'qituvchi. 75–110-betlar.
5. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. (2025). Transport va servis sohasi statistik to'plami. Toshkent. 15–28-betlar.
6. Панкрухин, А. П. (2019). Маркетинг услуг. Москва: Омега-Л. с. 70–105.
7. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2020). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press. pp. 25–60.
8. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson. pp. 90–130.
9. Payne, A. (2019). *Relationship Marketing: Customer Experience and CRM*. Routledge. pp. 150–180.
10. Новиков, А. С. (2021). Маркетинг в сфере услуг. Москва: Инфра-М. с. 85–110.
11. Иванов, И. П. (2020). Экономика и управление сервисными предприятиями. Санкт-Петербург: Питер. с. 60–95.
12. Qosimov, M. (2022). *Xizmatlar marketingi*. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti. 56–89-betlar.
13. Rahimov, Sh. (2021). *Raqamli marketing asoslari*. Toshkent: Fan va texnologiya. 102–134-betlar.
14. Mirziyoyev, Sh. M. (2020). *Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi*. Toshkent: O'zbekiston. 10–25-betlar.
15. Strauss, J., & Frost, R. (2021). *E-Marketing* (8th ed.). Pearson. pp. 200–235.
16. Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (5th ed.). Kogan Page. pp. 50–85.



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz