

AVTOSERVIS SUB'EKTLARINING UMUMIY SAMARADORLIGI VA MIJOZNING QIYMATGA NISBATAN QONIQLASHIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR TAHLILI

Shaymardanova D.H.

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti mustaqil izlanuvchisi

<https://orcid.org/0009-0009-5695-6902>

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21189760>

Annotatsiya. Maqolada avtoservis sub'ektlarining samaradorligi va mijozlarning xizmat qiymatiga nisbatan qoniqlashiga ta'sir etuvchi omillar tahlil qilingan. Baholash uchun beshta asosiy guruhdan iborat ko'rsatkichlar tizimi va yagona integral ko'rsatkich modeli ishlab chiqilgan. Samarqand viloyatidagi 23 ta avtoservis korxonalari faoliyati amaliy jihatdan o'rganilib, ularning xizmat ko'rsatish sifati va raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar shakllantirilgan.

Kalit so'zlar: Avtoservis, mijoz qoniqlashi, qiymat yaratish zanjiri, integral ko'rsatkich, infratuzilma, texnik-texnologik holat, raqobatbardoshlik.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ОБЩУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СУБЪЕКТОВ АВТОСЕРВИСА И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КЛИЕНТОВ ЦЕННОСТЬЮ УСЛУГ

Аннотация. В статье анализируются факторы, влияющие на общую эффективность автосервисов и удовлетворенность клиентов ценностью услуг. Разработана система показателей, включающая финансовые, инфраструктурные, кадровые, клиент ориентированные и технико-технологические аспекты, а также интегральная модель оценки. На примере 23 автосервисов Самаркандской области проведено эмпирическое исследование и предложены практические рекомендации по повышению конкурентоспособности и качества обслуживания.

Ключевые слова: Автосервис, удовлетворенность клиентов, цепочка создания стоимости, интегральный показатель, инфраструктура, технико-технологическое состояние.

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE OVERALL EFFICIENCY OF AUTO SERVICE ENTITIES AND CUSTOMER VALUE SATISFACTION

Abstract. The article analyzes the factors influencing the overall efficiency of auto services and customer value satisfaction. A comprehensive indicator system comprising financial, infrastructural, personnel, customer-oriented, and techno-technological aspects, along with an integral evaluation model, was developed. Based on a study of 23 auto service enterprises in the Samarkand region, practical recommendations are provided to enhance service quality and market competitiveness.

Keywords: Auto service, customer satisfaction, value chain, integral indicator, infrastructure, technical-technological state, competitiveness.

Kirish. Zamonaviy iqtisodiyotda xizmat ko'rsatish sohasi, xususan, avtoservis xizmatlari bozori jadal rivojlanib bormoqda. Avtoservis sub'ektlarining bozordagi mavqei va raqobatbardoshligini ta'minlash nafaqat ularning moliyaviy ko'rsatkichlari, balki iste'molchilarga taklif etilayotgan xizmatlarning sifati hamda mijozlarning "qiymatga nisbatan qoniqishi" bilan bevosita bog'liqdir. Mijozlarning harid tanlovini shakllantirish va sodiqligini oshirishda qo'shimcha xizmat turlari orqali "qiymat yaratish zanjiri"ni yaratish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu jihatdan avtoservis korxonalari samaradorligiga ta'sir etuvchi moliyaviy-iqtisodiy, infratuzilmaviy, kadrlar malakasi, mijozga yo'naltirilganlik va texnik-texnologik omillarni tizimli tahlil qilish hamda mijoz qoniqishini baholovchi integral modelni ishlab chiqish dolzarb hisoblanadi. O'zbekistonda avtomobillar sonining ortishi avtoservis xizmatlari bozorida sifat, raqobatbardoshlik va mijozlar qoniqishini oshirish zaruratini kuchaytirmoqda.

Adabiyotlar sharhi. Avtoservis xizmatlari sifati va ularning iste'molchilar tomonidan baholanishi global miqyosda ko'plab tadqiqotchilarning diqqat markazida bo'lib kelmoqda. Jumladan, Rossiyalik olimlardan L.B.Mirotn va boshqalar transport va servis xizmati ko'rsatish sohasida mijozlar ehtiyojini tezkor qondirish va texnik xizmat ko'rsatish vaqtini optimallashtirish omillarini o'rgangan bo'lib, "...avtoservis samaradorligini oshirishda infratuzilmaviy qulaylik va diagnostika uskunalarning zamonaviylik darajasi birlamchi ahamiyatga ega ekanligi"[1]ni ta'kidlaydilar. O.V.Markova avtoservis korxonalarining raqobatbardoshligini baholashda integral yondashuvlardan foydalanishni taklif etilgan. Muallifning fikricha, "...buyurtmachilarning talablari ham tobora ortib bormoqda, bunda xizmat ko'rsatish muddatlari asosiy shartlardan biri hisoblanadi. Mazkur sifatli servis ko'rsatkichiga, jumladan, avtomobillarga texnik xizmat ko'rsatish stansiyalarida hujjatlar aylanmasi, ombor va moliyaviy hisob jarayonlarini kompleks avtomatlashtirish sezilarli ta'sir ko'rsatadi"[2]. M.A.Kokotchikovning fikricha "...avtomobillarga texnik xizmat ko'rsatishda oshirishning muhim shartlaridan yana biri ularning yuqori malakali kadrlar bilan ta'minlanganligidir. Bu, ayniqsa, konstruktiv jihatdan nisbatan murakkab bo'lgan xorijda ishlab chiqarilgan avtomobillarni ta'mirlashga ixtisoslashgan texnik xizmat ko'rsatish stansiyalari uchun dolzarb ahamiyat kasb etadi"[3]. Servis marketingi va xizmatlar ko'rsatish samaradorligi nazariyasi asoschilaridan K.Gryonroos, "...mijozning "qiymatga nisbatan qoniqishi" faqatgina ishning qanday bajarilgani bilan tavsiflanuvchi texnik sifat emas, balki jarayon davomida mijozga ko'rsatilgan e'tibor va munosabatlarda namoyon bo'luvchi funksional sifat"[4] orqali shakllanishini asoslab bergan. R.Jonston tomonidan esa xizmat ko'rsatishda operatsion menejment xususiyatlarini tadqiq etib, "...avtoservis kabi texnik sohalarida "kutish vaqti" va "birinchi martadayoq xatoliklarsiz" ko'rsatkichlari mijozning umumiy qoniqish darajasini belgilovchi eng muhim omillar ekanligini"[5] asoslab bergan.

O'zbekistonlik tadqiqotchilardan D.D.Karimboyevning tadqiqotlari "...mintaqada transport tarmoqlarini barqaror rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish" [6] ga bag'ishlangan. Muallifning ilmiy tadqiqot ishlarida ham avtoservis xizmatlarini rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari - muammolari, istiqbollari va yechimlari[7], servislashgan jamiyatda avtoservis xizmatlarining o'rni va ahamiyatini yoritishga qaratilgan ilmiy yondashuvlar[8], avtoservis xizmatlarini rivojlantirishning ilg'or xorijiy tajribalari va ularni O'zbekiston sharoitida qo'llash[9] masalalari yoritilgan.

Tahlillar va natijalar. Avtoservis xizmatlarining sifati va raqobatbardoshligini aks ettiruvchi muhim ko'rsatkichlardan biri mijozlarning harid tanlovini shakllantiruvchi "qiymatga nisbatan qoniqish"ini hamda rag'batlantiruvchi qo'shimcha xizmat turlari va qulayliklar negizida "qiymat yaratish" zanjirini shakllantiruvchi omillar hisoblanadi. Mijozlarning avtoservis

xizmatlariga harid tanlovini shakllantiruvchi qiymatga nisbatan qoniqishini baholashda tanlab olingan asosiy ko'rsatkichlarga ularning ahamiyatlilik darajasiga ko'ra salmoqli koeffitsiyentlari aniqlanadi, so'ngra ushbu ko'rsatkichlar yagona integral ko'rsatkichga umumlashtiriladi.

$$S_k^a = \frac{\sum S_k^l}{L}$$

bu yerda S_k^a – k - ko'rsatkich vazn koeffitsiyentining agregat bahosi; L – ekspertlar soni; S_k^l – l -chi ekspert tomonidan k - ko'rsatkichga berilgan vazn qiymat.

Mijozning ko'rsatilgan avtoservis qiymatiga nisbatan qoniqishini baholash quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

1-bosqich. Tanlab olingan ko'rsatkichlar qabul qilingan standart mezonlarga taqqoslanadi yoki o'rtacha qiymatga ko'ra me'yorlashtiriladi:

$$S_k^a = \frac{\sum S_k^l}{L}$$

gde S_k^a – mijoz tomonidan avtoservisning k - ko'rsatkichi bo'yicha qiymatiga nisbatan qoniqishi; J – ko'rsatkichlar soni.

Mijozning avtoservis xizmatlari qiymatiga nisbatan qoniqishining me'yorlashtirilgan qiymati quyidagi formula orqali ifodalanadi:

$$S_k = \frac{S_k}{S_k^s}$$

bu yerda S_k – mijozning avtoservis xizmatlari qiymatiga nisbatan qoniqishining me'yorlashtirilgan ko'rsatkichi; S_k^s – avtoservis xizmatlari qiymatiga nisbatan qoniqishining tadqiqot natijasida olingan real ko'rsatkichi.

2. Mijozning avtoservis qiymatiga nisbatan qoniqishining integral ko'rsatkich quyidagi formula orqali ifodalanadi:

$$S_{int} = \sum_{k=1}^k S_k S_k^a$$

Avtoservis xizmatlariga harid tanlovini shakllantiruvchi qiymatga nisbatan qoniqishini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi sifatida aksariyat avtoservis korxonalari uchun xos bo'lgan, texnik jihozlanganlik darajasi hamda ta'mirlash ishlarining bajarilish tezligini ta'minlash orqali mijozlarning harid tanloviga ijobiy ta'sir ko'rsatuvchi quyidagi guruhlar tanlandi (1-jadval).

1-jadval

Avtoservis xizmatlariga harid tanlovini shakllantiruvchi ko'rsatkichlar tizimi

Ko'rsatkichlar	Mezonlar
Moliyaviy-iqtisodiy	Avtoservis korxonalarining rentabellik darajasi; Avtoservis xizmatlari uchun o'rtacha to'lov miqdori (so'mda); Avtoservis korxonalaridan tushayotgan soliq tushumlarining hududiy byudjetdagi ulushi.
Infratuzilmaviy	Hududda har 100 ta avtomobilga to'g'ri keladigan avtoservis korxonalari soni; Eng yaqin avtoservis korxonasigacha bo'lgan masofa, km;

	Zamonaviy servis va diagnostika jihozlari bilan ta'minlangan avtoservis korxonalari ulushi; Xizmat ko'rsatishda o'rtacha kutish vaqti; Hududda har 100 avtomobilga to'g'ri keladigan texnik nosozlik tufayli yuz bergan YTHlar soni.
Xodimlarning kasbiy malaka va uquvlari	Hududda har 100 nafar aholi soniga to'g'ri keladigan avtoservis korxonalari soni; Xodimlar malakasi darajasi (mutaxassislik bo'yicha ta'lim olganlar ulushi); Malaka oshirish kurslaridan o'tgan mutaxassislar ulushi; Avtoservis bilan band bo'lganlarning yillik o'rtacha soni.
Avtoservisning mijozlarga yo'naltirilganlik	Takroriy tashrif buyurgan mijozlar soni; Takroriy servis ko'rsatilgan mijozlar soni; Mijozlar so'rovlariga javob berish vaqti.
Avtoservis korxonasining texnik-texnologik holati	Avtoservislardagi zamonaviy diagnostika uskunalari soni; Raqamli texnologiyalardan foydalanadigan servis korxonalari ulushi; Avtoservis korxonasida ta'mirlash-diaagnostika uskunalarning eskirish darajasi; Avtoservis korxonasida joriy etilgan innovatsion texnologiyalar soni.

Hisoblash ishlarini soddalashtirish hamda ekspert baholash natijalarining xolisligini oshirish maqsadida har bir ko'rsatkichning 1.0 birlikka teng bo'lgan me'yorlashtirilgan standart qiymati qabul qilinadi. Tadqiqot natijasida olingan qiymatlar esa ushbu standart qiymatga taqqoslanadi:

$$K_{int} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (K_{ki}^m)^2}$$

bu yerda K_{int} – i-blok bo'yicha mijozning avtoservis qiymatidan qoniqishi integral ko'rsatkichi;

m – i-ko'rsatkichlar guruhi bo'yicha standartlashtirilgan j-chi ko'rsatkich; n – guruhdagi ko'rsatkichlar soni.

Mijozlarning avtoservisga harid tanlovini shakllantiruvchi “qiymatga nisbatan qoniqish” ko'rsatkichi quyidagi formula orqali ifodalanadi:

$$\sqrt[5]{K_{iqt} * K_{inf} * K_k * K_m * K_t}$$

bu yerda K_{iqt} – iqtisodiy ko'rsatkichlar guruhi; K_{inf} – avtoservis infrtuzilmasi holati bo'yicha ko'rsatkichlar; K_{kadr} – avtoservis xodimlari bilan bog'liq ko'rsatkichlar; K_m – avtoservisning mijozlarga yo'naltirilganlik ko'rsatkichlari va K_{tex} – avtoservis korxonasining texnik-texnologik darajasi.

Tadqiqot davomida Samarqand viloyati bo'yicha qishloq joylarda joylashgan 23 ta avtoservis korxonalarida mijozning harid tanlovini shakllantiruvchi “qiymatga nisbatan qoniqish”ini ifodalovchi ko'rsatkichlari tahlil qilindi. Tanlov asosida o'rganilgan 7 ta avtoservis korxonalarida mijozning harid tanlovini shakllantiruvchi “qiymatga nisbatan qoniqish” ko'rsatkichlari 2-jadvalda keltirilgan.

2-jadval

Samarqand viloyatida joylashgan avtoservis xizmatlari ko'rsatuvchi sub'ektlarda mijozning “qiymatga nisbatan qoniqish” ko'rsatkichi

	1	2	3	4	5	6	7
Moliyaviy-iqtisodiy	6	4	7	3	5	4	7
Infratuzilmaviy	5	5	7	3	6	4	6
Xodimlarning kasbiy malaka va uquvlari	7	6	7	4	5	5	7
Avtoservisning mijozlarga yo'naltirilganlik	6	5	7	4	4	5	7
Avtoservis korxonasining texnik-texnologik holati	6	4	7	3	4	4	7
integral ko'rsatkichi, π	6,0	4,8	7,0	3,4	4,8	4,4	6,8
qiymatga nisbatan qoniqish, Σ	1,97	1,89	2,04	1,76	1,89	1,86	2,02

Avtoservis korxonalari darajasida tahlil qilinganda mijozlarning avtoservis qiymatiga nisbatan qoniqish darajasi yuqori (0-1,72) o'rtacha (1,80-19,9) va yuqori (2,0 va undan yuqori) intervalli qiymatlarda aniqlanganligi ma'lum bo'ldi. Bunda “yuqori” intervalda avtoservis qiymatidan qoniqishi, ya'ni xizmatlar va omillar yaxshi tashkil etilgan. eng yuqori qoniqish darajasi (2,04) qiymatning shakllanishida Mijozlar tomonidan avtoservis korxonalarida xodimlarning kasbiy malaka va uquvlari va avtoservisning mijozlarga yo'naltirilganligi muhim ahamiyatli hisoblanib, integral qiymatlari mos ravishda 8,6 va 7,6 ga teng bo'lgan. O'rtacha (1,80–1,99) intervaldagi qiymatlar – avtoservis korxonalarida infratuzilmaviy omillarni rivojlantirishni, korxonalarining moliyaviy-iqtisodiy jabhalarini rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi. Quyi (0-1,75) intervaldagi qiymatlar mijozlarning talablariga to'liq javob bermaydigan jihatlar borligini, avtoservis korxonasining texnik-texnologik holatini yaxshilash lozimligini ko'rsatdi.

Me'yorlashtirilgan standart qiymatdan chetlanish darajasiga ko'ra tahlil qilingan 1,3 va 7 korxonalarda mijozlarning avtoservis qiymatiga nisbatan qoniqish darajasi eng yuqori bo'lgan, bunda eng asosiy omil sifatida moliyaviy-iqtisodiy, infratuzilmaviy va texnik-texnologik holat darajasining o'rtacha 1,0 birlikda saqlanib qolinishi tufayli mijozning avtoservis qiymatidan qoniqish darajasini mos ravishda -0,2 va -0,04 qiymatga kamaygan.

Tahlil qilingan 4 va 6 avtoservis korxonalarida mijozlarning avtoservis qiymatiga nisbatan qoniqish darajasi eng past darajada bo'lgan. Bunda moliyaviy-iqtisodiy, infratuzilmaviy va texnik-texnologik holat darajasining o'rtacha 7,0 birlikka kamayishi ushbu korxonalarda mijozning avtoservis qiymatidan qoniqish darajasini mos ravishda -0,72 va -0,52 qiymatga kamaytirgan.

Xulosa. Mijozlarning avtoservis xizmatlaridan qoniqqanlik darajasini oshirishda texnik-texnologik jihozlanganlik darajasi muhim o'rin tutadi. Bu ko'rsatkich nafaqat mijozlarning xizmatdan qanchalik mamnun ekanligini, balki korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini ham belgilab beradi. Mijozning avtoservis qiymatiga nisbatan qoniqishiga baho berishda xodimlarning kasbiy mahorati, texnik jihozlanish darajasi, avtoservisning kam vaqt talab qilishi, xizmat ko'rsatish qulayligi, mijozlar bilan munosabatlar sifati hamda xizmat narxi kabi mezonlarga asoslanish maqsadga muvofiq. Ushbu omillar ta'sirida avtoservi haqidagi umumiy taassurotlar va mijozning sodiqlik darajasi shakllanadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Управление грузовыми потоками в транспортно -логистических системах [Текст] / Л. Б. Миротин [и др.] ; ред. Л. Б. Миротин. - М. : Горячая линия -Телеком, 2015. - 704 с.
2. Маркова О.В. (2015). Создание инновационных сетей автосервиса. Символ науки, (3), 104-106.
3. Кокотчиков, М. А. Конкурентоспособность станций технического обслуживания на рынке услуг / М. А. Кокотчиков, Д. Ю. Семенов. — Текст : непосредственный // Технические науки: проблемы и перспективы : материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июль 2018 г.). — Санкт-Петербург : Свое издательство, 2018. — С. 56-58. — URL: <https://moluch.ru/conf/tech/archive/288/14367>
4. Gronroos, Christian, Service management and marketing : managing the service profit logic / Christian Gronroos. — “ Fourth edition. John Wiley & Sons Ltd. 2015. 535 pages.
5. Service Operations Management: Improving Service Delivery. Robert Johnston, Graham Clark Financial Times/Prentice Hall, 2008 - 533 pages.
6. Karimboev, D. (2025). Энергоэффективные транспортные средства как фактор влияния на устойчивое развитие транспортных сетей в Хорезмской области. Экономика и предпринимательство. 10.34925/EIP.2024.174.1.251.
7. Shaymardonova, D.H. Servislashgan jamiyatda avtoservis xizmatlarining oʻrni va ahamiyatini yoritishga qaratilgan ilmiy yondashuvlar. “Muhandislik va Iqtisodiyot” ilmiy-amaliy jurnali. 2025-yil, №6-son. 223-229.
8. Shaymardonova, D.H. Qishloq joylarda avtoservis xizmatlarini rivojlantirishning oʻziga xos xususiyatlari: muammolari, istiqbollari va yechimlari. “Muhandislik va Iqtisodiyot” ilmiy-amaliy jurnali. 2025-yil, № 1-son 802-806-b
9. Shaymardonova, D.H. Avtoservis xizmatlarini rivojlantirishning ilgʻor xorijiy tajribalari va ularni Oʻzbekiston sharoitida qoʻllash amaliyoti. Xorazm Maʼmun akademiyasi axborotnomasi. 2025-yil, 6-son, 2-jild. 74-76 b.