



XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA CRM TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

TKXU Samarqand filiali "Iqtisodiyot"
kafedrasi (PhD), dosenti - Malikova D.M
MBA-S-251U guruh tadabasi Umarov A.O.
aziz.umarov7887@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarida Customer Relationship Management (CRM) texnologiyalaridan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilingan. CRM tizimlarining mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, marketing faoliyatini takomillashtirish hamda korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlashdagi o'rni yoritilgan. Shuningdek, CRM texnologiyalarini joriy etishning iqtisodiy samaradorligi hamda ularni xizmat ko'rsatish korxonalarida rivojlantirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: CRM, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, xizmat ko'rsatish, raqamli texnologiyalar, raqamli marketing, avtomatlashtirish, samaradorlik, raqobatbardoshlik.

Kirish. Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarining muvaffaqiyati nafaqat ko'rsatilayotgan xizmat sifati, balki mijozlar bilan uzoq muddatli va samarali munosabatlarni yo'lga qo'yish darajasiga ham bog'liq. Bozor raqobatining kuchayishi korxonalardan mijozlarning ehtiyojlarini chuqur o'rganish, ularning xatti-harakatlarini tahlil qilish hamda shaxsiy yondashuv asosida xizmat ko'rsatishni talab etmoqda. Shu nuqtai nazardan CRM (Customer Relationship Management) texnologiyalari xizmat ko'rsatish korxonalarida boshqaruvning muhim vositalaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda¹.

¹ Kotler P., Keller K. *Marketing Management*. 16th ed. Pearson, 2022.



CRM tizimlari mijozlar to'g'risidagi ma'lumotlarni yagona axborot bazasida jamlash, sotuv va marketing jarayonlarini avtomatlashtirish, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish hamda boshqaruv qarorlarini tezkor qabul qilish imkonini beradi. Natijada korxona faoliyatining iqtisodiy samaradorligi ortadi, mijozlarning qoniqish darajasi va sodiqligi mustahkamlanadi².

CRM (Customer Relationship Management) — bu mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni samarali boshqarishga mo'ljallangan axborot tizimi bo'lib, u mijozlar haqidagi ma'lumotlarni yig'ish, saqlash, qayta ishlash va tahlil qilish imkonini beradi. CRM tizimining asosiy maqsadi mavjud mijozlarni saqlab qolish, yangi mijozlarni jalb etish va ular bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishdan iborat³.

Zamonaviy CRM tizimlari quyidagi funksiyalarni bajaradi:

- mijozlar bazasini shakllantirish;
- sotuv jarayonlarini boshqarish;
- marketing kampaniyalarini rejalashtirish;
- mijozlarga xizmat ko'rsatishni nazorat qilish;
- tahliliy hisobotlarni shakllantirish;
- biznes jarayonlarini avtomatlashtirish.

Bugungi kunda Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Zoho CRM, HubSpot CRM va Bitrix24 kabi tizimlar xizmat ko'rsatish korxonalarida keng qo'llanilmoqda. Ushbu platformalar korxonalarga mijozlar bilan ishlash jarayonlarini yagona tizim orqali boshqarish imkonini beradi⁴.

CRM texnologiyalarini joriy etish korxonalarga bir qator iqtisodiy va tashkiliy afzalliklarni taqdim etadi. Avvalo, mijozlar haqidagi ma'lumotlarning markazlashtirilishi xizmat ko'rsatish jarayonini tezlashtiradi va xodimlar faoliyatini muvofiqlashtiradi. Bu esa xizmat ko'rsatish sifatining oshishiga olib keladi.

² Buttle F., Maklan S. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. 4th ed. Routledge, 2023.

³ Payne A., Frow P. *Strategic Customer Management*. Cambridge University Press, 2021.

⁴ Buttle F., Maklan S. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Routledge, 2023.



Ikkinchidan, CRM tizimlari marketing xarajatlarini optimallashtirish imkonini beradi. Mijozlar segmentatsiyasi asosida maqsadli reklama kampaniyalari tashkil etilib, marketing resurslaridan oqilona foydalanish ta'minlanadi. Natijada reklama samaradorligi ortadi va korxonaning foyda darajasi oshadi⁵.

Shuningdek, CRM texnologiyalari mijozlarning murojaatlarini tezkor ko'rib chiqish, shikoyatlarni o'z vaqtida bartaraf etish va individual takliflarni shakllantirish imkonini yaratadi. Bu esa mijozlarning korxonaga bo'lgan ishonchini mustahkamlaydi hamda ularning sodiqligini oshiradi.

Xizmat ko'rsatish korxonalarida CRM tizimlarini joriy etish jarayonida ayrim muammolar ham uchrab turadi. Eng avvalo, korxonalarda zamonaviy axborot texnologiyalari infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi CRM tizimlarini to'liq joriy etishga to'sqinlik qiladi. Bundan tashqari, ayrim korxonalarda xodimlarning raqamli ko'nikmalari yetarli emasligi sababli tizim imkoniyatlaridan samarali foydalanish darajasi pastligicha qolmoqda. Yana bir muhim muammo – CRM dasturlarini joriy etish va ularga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq xarajatlarning yuqoriligidir. Ayniqsa, kichik biznes subyektlari uchun litsenziya xarajatlari, texnik xizmat ko'rsatish va xodimlarni o'qitish qo'shimcha moliyaviy yukni yuzaga keltiradi. Shu sababli ko'plab korxonalar CRM tizimlarining bulutli (Cloud CRM) variantlaridan foydalanishni afzal ko'rmoqda.

Shuningdek, mijozlar ma'lumotlarining xavfsizligini ta'minlash ham dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. CRM tizimlarida saqlanadigan shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish, axborot xavfsizligi talablariga rioya etish hamda kiberxavfsizlik choralarini kuchaytirish korxonalarning asosiy vazifalaridan biri hisoblanadi.

Xulosa. Raqamli transformatsiya sharoitida CRM texnologiyalari xizmat ko'rsatish korxonalarining strategik rivojlanishida muhim boshqaruv vositasi hisoblanadi. CRM tizimlari mijozlar bilan munosabatlarni samarali boshqarish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, marketing faoliyatini takomillashtirish va korxona daromadlarini ko'paytirishga xizmat qiladi.

⁵Payne A., Frow P. *Strategic Customer Management*. Cambridge University Press, 2021.



Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, CRM texnologiyalarini kompleks joriy etgan korxonalarda mijozlarning qoniqish darajasi oshadi, takroriy xaridlar soni ko'payadi, marketing xarajatlari optimallashtiriladi hamda boshqaruv qarorlarini qabul qilish sifati yaxshilanadi.

Kelgusida CRM tizimlarini sun'iy intellekt, mashinaviy o'qitish va Big Data texnologiyalari bilan integratsiyalash xizmat ko'rsatish korxonalarining raqamli rivojlanishini jadallashtirish va ularning xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

- Kotler P., Keller K. **Marketing Management**. 16th ed. Pearson, 2022.
- Buttle F., Maklan S. **Customer Relationship Management: Concepts and Technologies**. 4th ed. Routledge, 2023.
- Payne A., Frow P. **Strategic Customer Management**. Cambridge University Press, 2021.
- Kumar V., Reinartz W. **Customer Relationship Management**. Springer, 2022.
- Chaffey D., Ellis-Chadwick F. **Digital Marketing**. 8th ed. Pearson, 2022.
- Tuten T., Solomon M. **Social Media Marketing**. Sage Publications, 2023.
- O'zbekiston Respublikasi Prezidentining raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga oid farmon va qarorlari.
- O'zbekiston Respublikasining **"Elektron tijorat to'g'risida"**gi Qonuni.
- O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi materiallari.
- Statista. **Customer Relationship Management Software Market Report**. 2024.
- Farxodovich, Boronov Bobur, and Rajaboyev Shahboz Shodi o'g'li. "MECHANISMS FOR USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY SERVICES IN THE ELECTRONIC GOVERNMENT SYSTEM OF UZBEKISTAN AND THEIR EFFECTIVENESS." *Лучшие интеллектуальные исследования* 59.2 (2025): 285-292.



- Farxodovich, Boronov Bobur. "STAGES OF DEVELOPMENT OF THE INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY SERVICES SYSTEM." *Лучшие интеллектуальные исследования* 59.2 (2025): 293-298.
- Farxodovich, Boronov Bobur, Xudaynazarova Dilnoza Gafurovna, and Yodgorov Xushvaqt Mansurovich. "FARMASEVTIKA KORXONALARIDA BUXGALTERIYA HISOBINING O 'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI." *FRONTIERS OF KNOWLEDGE AND INTERDISCIPLINARY DISCOVERY* 1.1 (2025): 282-289.
- Боронов, Бобур, and Заррух Мухаммадиев. "ПУТИ РАСШИРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЪЕМА УЧЕТА КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ В ХОЗЯЙСТВУЮЩИЕ СУБЪЕКТЫ." *Передовая экономика и педагогические технологии* 2.2 (2025): 444-450.
- Boronov, Bobur, and Zarrux Muxammadiev. "Kapital investitsiyalarga doir axborotlarni xususiy kapital to 'g 'risidagi hisobotda aks ettirish uslubi-yatini takomillashtirish." *YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT* 3.4 (2025).
- Боронов, Бобур, and Шавкат Саломов. "ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ." *Экономическое развитие и анализ* 3.2 (2025): 268-274.
- Боронов, Б. Ф., and Ш. Ф. Саломов. "МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТДА НОДАВЛАТ ТАЪЛИМ ТАШКИЛОТЛАРИНИНГ ЎРНИ ВА УНИ РИВОЖЛАТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ҲУҚУҚИЙ ЖИҲАТЛАРИ." *Экономика и социум* 5-2 (120) (2024): 921-925.