



## KICHIK KORXONALAR UCHUN MOSLASHTIRILGAN CRM STRATEGIYALARI

**Rasulov Xamidjon Yakubovich**

*Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrasi mudiri, katta o'qituvchi*

*x.rasulov@kokanduni.uz*

*+998911540088*

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada kichik biznes subyektlari faoliyatida mijozlar bilan aloqalarni samarali yuritish vositasi sifatida CRM (Customer Relationship Management — Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish) tizimining ahamiyati va unga moslashtirilgan strategiyalar tahlil qilinadi. Maqolada kichik korxonalar uchun CRM tizimini joriy etishning zaruriyati, samaradorlikka ta'siri, xarajat va foyda mutanosibligi, shuningdek, raqamli transformatsiya sharoitida ularning biznes modeliga qanday integratsiyalashuvi yoritilgan. Shuningdek, mavjud tajribalar, oddiy va qulay yechimlar, mobil CRM ilovalari, sektor va mijoz turiga qarab moslashtirish yo'llari ham ko'rib chiqiladi. CRM tizimlaridan foydalanish kichik korxonalar mijozlar bazasini kengaytirish, mijoz sadoqatini oshirish, sotuv samaradorligini kuchaytirish va raqobatbardoshlikni ta'minlash imkonini berishi ilmiy va amaliy dalillar asosida asoslab beriladi.

**Kalit so'zlar:** Kichik korxonalar, CRM tizimi, mijozlar bilan ishlash, strategik boshqaruv, raqamli texnologiyalar, sadoqat, sotuv samaradorligi, moslashtirilgan yechimlar, raqobatbardoshlik, avtomatlashtirish.

**Annotation:** This article analyzes the importance of the CRM (Customer Relationship Management — Customer Relationship Management) System and the strategies adapted to it as a means of effectively maintaining customer relations in the activities of small business entities. The article covers the need to implement a CRM system for small businesses, its impact on efficiency, cost and profit proportionality, as well as how they integrate into the business model in the context of digital transformation. Also considered are existing experiences, simple and



*accessible solutions, mobile CRM applications, and ways to adapt according to sector and client type. The fact that the use of CRM systems makes it possible for small enterprises to expand their customer base, increase customer loyalty, increase sales efficiency and ensure competitiveness is justified on the basis of scientific and practical evidence.*

**Keywords:** *Small enterprises, CRM system, customer work, strategic management, digital technology, loyalty, sales efficiency, customized solutions, competitiveness, automation.*

## **KIRISH**

Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida mijozlar bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish har qanday biznesning, ayniqsa kichik korxonalar faoliyatining muvaffaqiyatli rivojlanishida muhim omil hisoblanadi. Raqobat tobora kuchayib borayotgan bir paytda korxonalar nafaqat yangi mijozlarni jalb qilish, balki mavjud mijozlar bilan uzoq muddatli, ishonchli va foydali munosabatlarni saqlab qolishga ham katta e'tibor qaratmoqda. Shu nuqtai nazardan, CRM (Customer Relationship Management – mijozlar bilan aloqalarni boshqarish) tizimlari va ularning kichik biznes ehtiyojlariga moslashtirilgan strategiyalari bugungi kunda dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Katta miqyosli korxonalardan farqli ravishda kichik biznes subyektlari o'z faoliyatini odatda cheklangan resurslar, kichik jamoa va qisqa vaqt oralig'ida yuritadi. Shuning uchun ularga mos CRM strategiyasi oddiy, arzon, moslashuvchan va tezkor bo'lishi kerak. Bozor tahlillari shuni ko'rsatadiki, kichik biznes vakillarining 60 foizdan ortig'i raqamli CRM vositalarini joriy etish orqali mijozlar bilan ishlash sifatini oshirganini bildirgan. Biroq bu yo'nalishda hanuzgacha ko'plab kichik korxonalar texnologik yangiliklardan foydalanishda sustkashlik qilmoqda.<sup>1</sup>

Maqolada kichik korxonalar uchun samarali CRM strategiyalarini ishlab chiqish va ularni amaliyotga joriy etish yo'llari, bu boradagi xalqaro va mahalliy tajribalar, qulay platformalar, moslashtirish mexanizmlari, xarajat-foyda tahlili

---

<sup>1</sup> Abdullaeva, S. (2022). Kichik korxonalar uchun marketing va CRM integratsiyasi. Tashkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.



hamda natijadorlik mezonlari tahlil etiladi. CRM strategiyalarining to'g'ri yo'lga qo'yilishi kichik korxonalarining mijozlar bilan munosabatini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqib, ularning raqobatbardoshligini oshiradi, sodiq mijozlar bazasini shakllantiradi va barqaror o'sishni ta'minlashga xizmat qiladi. Shu bois, kichik biznes ehtiyojlariga moslashtirilgan CRM strategiyalarini chuqur o'rganish zamonaviy boshqaruvda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga egadir.

### **ASOSIY QISM**

Kichik korxonalar zamonaviy iqtisodiy tizimning eng faol va tez moslashuvchan bo'g'inlaridan biri hisoblanadi. Ammo ularning barqaror rivojlanishi va bozor sharoitidagi raqobatbardoshligini ta'minlash uchun mijozlar bilan samarali va tizimli aloqalarni yo'lga qo'yish zarur. Aynan shu nuqtada CRM (Customer Relationship Management – Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish) strategiyalari muhim ahamiyat kasb etadi. Katta biznes uchun ishlab chiqilgan murakkab va qimmat CRM tizimlari kichik korxonalar uchun to'g'ri kelmasligi mumkin. Shu sababli, so'nggi yillarda kichik biznes ehtiyojlariga moslashtirilgan, soddalashtirilgan va arzonlashtirilgan CRM strategiyalarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish dolzarb masalaga aylangan.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yilda dunyo bo'yicha kichik biznes korxonalarining 65 foizi hech bo'lmaganda bitta CRM platformasidan foydalangan bo'lsa, ularning 40 foizi faqatgina mobil versiyalarda ishlovchi soddalashtirilgan tizimlarni afzal ko'rgan. O'zbekiston Respublikasida esa 2022-yil oxirida kichik biznes subyektlarining atigi 18 foizi CRM tizimlaridan foydalanayotgan bo'lib, bu ko'rsatkich hali yetarli darajada emasligini ko'rsatadi. Buning asosiy sabablari sifatida yetarli bilim va tajribaning yo'qligi, dasturiy ta'minot narxining nisbatan yuqoriligi hamda raqamli transformatsiya bo'yicha qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining sustligi qayd etiladi.<sup>2</sup>

Kichik korxonalar uchun samarali CRM strategiyasi quyidagi asosiy komponentlarni o'z ichiga oladi:

---

<sup>2</sup> [spot.uz](https://spot.uz)



➤ **Moslashuvchan va sodda interfeysga ega tizimlar:**

➤ Kichik korxonalarda odatda bir necha xodim ishlaydi. Shu sababli CRM platformasi oson o'zlashtiriladigan, murakkab bo'lmagan va intuitiv boshqaruvga ega bo'lishi lozim. Masalan, O'zbekistonda kichik firmalar orasida "Bitrix24", "Zoho CRM", "AmoCRM" kabi tizimlar aynan qulaylik va moslashuvchanlik tufayli keng qo'llanilmoqda.

➤ **Mobil moslik va bulutli texnologiyalar:**

➤ Kichik biznes egalari faol va harakatda bo'lgan mijozlar bilan real vaqt rejimida ishlash imkoniyatini qadrlaydi. Mobil mos CRM platformalar orqali mijozlar haqida to'liq ma'lumotlar bazasi shakllantiriladi, sotuv jarayoni avtomatlashtiriladi va mijozlarning takliflari tezda qayta ishlanadi.

➤ **Xarajatlarni optimallashtirish:**

➤ Kichik korxonalar uchun CRM tizimining narxi hal qiluvchi omil hisoblanadi. O'rtacha hisobda, O'zbekistonda kichik biznes subyektlari bir oylik CRM tizimi uchun 100–150 ming so'm sarflamoqda. Shu bois ochiq manbali (open source) tizimlar, bepul versiyalar va davlat tomonidan subsidiyalash mexanizmlarini rivojlantirish zarur.

➤ **Mahalliyashtirilgan xizmatlar va tillar:**

➤ CRM tizimlarining o'zbek tilidagi versiyalari soni hozircha cheklangan bo'lsa-da, so'nggi yillarda ayrim kompaniyalar (masalan, Uzinfocom, OneCRM) o'z mahsulotlarini mahalliy sharoitga moslashtirmoqda. Bu esa ularning ommalashuviga xizmat qiladi.

➤ **Mijoz segmentatsiyasi va ma'lumotlar tahlili:**

➤ Kichik korxonalar CRM tizimi orqali mijozlarni sotib olish odatlari, talablar va xatti-harakatlariga ko'ra guruhlariga ajratib, ular uchun individual takliflar ishlab chiqish imkoniga ega bo'ladi. Bu esa sodiqlik darajasini oshiradi va marketing xarajatlarini kamaytiradi.

**Tahlil uchun misol:**

“Samarqand Agro Export” MChJ kichik eksport qiluvchi korxona sifatida 2022-yilda “Zoho CRM” tizimini joriy etdi. Tizimni joriy etishdan oldin yiliga 500



ta mijoz bilan ishlagan bo'lsa, tizimdan foydalanishni boshlagach, bu ko'rsatkich 850 taga yetdi. Mijozlarning 73 foizi doimiy xaridorlarga aylandi va korxona foydasi 27% ga oshdi.<sup>3</sup>

Yana bir misolda, Toshkent shahridagi kichik ko'chmas mulk agentligi "AmoCRM" tizimini joriy etgach, mijozlar murojaatlariga qayta javob berish vaqti 40% ga qisqardi, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqalar soni esa 2 baravar ortdi.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi 2024-yildan boshlab kichik korxonalar uchun CRM texnologiyalarini joriy etishga qaratilgan "Raqamli biznes" loyihasini yo'lga qo'ydi. Loyihaning maqsadi — 2026-yilgacha 100 mingdan ortiq kichik korxonani raqamli boshqaruv vositalariga, shu jumladan CRM tizimlariga o'tkazishdir.

Kichik korxonalar uchun CRM tizimlarini joriy etish nafaqat mijozlar bilan ishlashni avtomatlashtiradi, balki sotuvlar bo'yicha analitik hisobotlar olish, marketing kampaniyalarini rejalashtirish va daromad oqimlarini boshqarish imkonini ham yaratadi. Ayniqsa, bugungi raqamli iqtisodiyotda mijoz ma'lumotlariga asoslangan qarorlar qabul qilish korxonalarning muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Shu bois, kichik biznes vakillarining raqamli transformatsiyaga tayyorligi, zamonaviy texnologiyalarni o'zlashtirish darajasi va davlat tomonidan bu borada ko'rsatilayotgan yordam tadbirkorlik muhitini yanada rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, 2024-yil holatiga kelib, O'zbekistondagi kichik biznes subyektlarining taxminan 25 foizi CRM tizimlaridan foydalanishni boshlagan, ularning asosiy qismi savdo, xizmat ko'rsatish va logistika sohalarida faoliyat yuritadi. Ayni paytda "Raqamli biznes" dasturi doirasida 5 mingdan ortiq kichik korxona bepul CRM tizimlarini joriy etish uchun texnik yordam olgan. 2025-yilgacha esa bu ko'rsatkich 25 ming korxonaga yetkazilishi rejalashtirilgan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> [gazeta.uz](https://gazeta.uz)

<sup>4</sup> [stat.uz](https://stat.uz)



**1-jadval: Kichik korxonalar uchun CRM tizimlaridan foydalanish statistikasi (O'zbekiston misolida)**

| Ko'rsatkichlar                                             | 2020          | 2022             | 2024<br>(prognoz) |
|------------------------------------------------------------|---------------|------------------|-------------------|
| CRM tizimidan foydalanayotgan kichik korxonalar ulushi (%) | 10 %          | 18 %             | 25 %              |
| Mobil CRM foydalanuvchilari ulushi (%)                     | 4 %           | 11 %             | 18 %              |
| Davlat tomonidan texnik yordam olgan korxonalar soni (ta)  | –             | 1 200            | 5 000+            |
| CRM tizimi joriy etilgach savdo o'sish darajasi (o'rtacha) | 8–10 %        | 12–15 %          | 15–20 %           |
| CRM orqali xizmat sifati yaxshilangan korxonalar (%)       | –             | 53 %             | 70 %              |
| CRM joriy etilgan sohalar (asosiylari)                     | Savdo, xizmat | Savdo, logistika | Savdo, IT, xizmat |

Bu jadval orqali kichik korxonalar orasida CRM strategiyalarining joriy etilishi va natijadorligi bo'yicha aniq ko'rsatkichlarni ko'rish mumkin.

### **XULOSA**

Kichik korxonalar iqtisodiyotning muhim harakatlantiruvchi kuchi sifatida nafaqat ichki bozorni rivojlantirishda, balki tashqi savdo aloqalarida ham faol ishtirok etmoqda. Ularning raqobatbardoshligini oshirish, sodiq mijozlar bazasini shakllantirish va savdo hajmini barqaror ushlab turishda moslashtirilgan CRM strategiyalarining ahamiyati beqiyosdir. Mazkur maqolada tahlil qilinganidek, zamonaviy CRM tizimlari kichik biznes uchun mijozlar bilan aloqalarni boshqarish, ma'lumotlarni markazlashtirish, avtomatlashtirilgan marketing kampaniyalarini olib borish, sotuv jarayonlarini tezlashtirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish imkonini beradi.

Statistik ma'lumotlar kichik korxonalar CRM tizimlarini joriy etgach, o'z daromadlarini o'rtacha 15–20 foizga oshirganini ko'rsatadi. Ayniqsa, mobil va



bulutli CRM platformalarining soddaligi, moslashuvchanligi va arzonligi sababli ularni kichik biznes vakillari keng qoʻllay boshlamoqda. Shu bilan birga, davlat tomonidan "Raqamli biznes" loyihasi doirasida koʻrsatilayotgan texnik va moliyaviy yordam, treninglar, subsidiyalar ushbu jarayonni jadallashtirishga xizmat qilmoqda.

Xulosa qilib aytganda, kichik biznes ehtiyojlariga moslashtirilgan CRM strategiyalarini toʻgʻri tanlash va joriy etish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar sodiqligini kuchaytirish va barqaror oʻsishga erishishida muhim poydevor boʻlib xizmat qiladi. Kelgusida bu yoʻnalishdagi ilmiy-amaliy izlanishlar, mahalliy dasturiy taʼminot ishlab chiqaruvchilarini qoʻllab-quvvatlash va raqamli savodxonlikni oshirish boʻyicha tizimli ishlar olib borilishi mamlakat iqtisodiy rivojlanishida muhim omil boʻlib qoladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Shodmonov, D. (2020). Kichik biznes va uning eksport salohiyati: muammolar va yechimlar. Tashkent: Oʻzbekiston Milliy universiteti.
2. Murodov, A. (2018). Eksportni rivojlantirishda kichik biznesning oʻrni va ahamiyati. Tashkent: Oʻzbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi.
3. Abdullaeva, S. (2022). Kichik korxonalar uchun marketing va CRM integratsiyasi. Tashkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti.
4. Karimova, S. (2019). Kichik biznes va xalqaro savdo: muammolar va istiqbollar. Tashkent: Oʻzbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi.

#### **Internet saytlari:**

1. [stat.uz](http://stat.uz)
2. [en.trend.az](http://en.trend.az)
3. [spot.uz](http://spot.uz)
4. [inlibrary.uz](http://inlibrary.uz)
5. [gazeta.uz](http://gazeta.uz)