

## **BIZNESNI BOSHQARISHDA CRM TIZIMIDAN FOYDALANISHNING AFZALLIKLARI**

*Ilmiy rahbar: Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich, TDIU, Biznes*

*boshqaruvi kefedrasi dotsenti, PhD*

*Millat Umidi universitetining 3- kurs talabasi,*

***SHodiyeva Nozanin Abdulaziz qizi***

**+998918536064**

**[nozaninshodiyeva5@gmail.com](mailto:nozaninshodiyeva5@gmail.com)**

**ANNOTATSIYA:** Ushbu maqolada biznes jarayonlarini samarali boshqarishda **CRM Customer Relationship Management** tizimlaridan foydalanishning afzalliklari yoritilgan. CRM tizimlari korxonalarga mijozlar bilan mustahkam aloqa o'rnatish, ularning ehtiyoj va xatti-harakatlarini chuqur tahlil qilish, marketing va savdo faoliyatini takomillashtirish imkonini beradi. Shuningdek, maqolada CRM tizimining boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish, ma'lumotlarni markazlashtirilgan holda saqlash va mijozlar sadoqatini oshirishdagi o'rni ko'rsatib o'tilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, CRM tizimidan samarali foydalanish biznesning raqobatbardoshligini oshirish, foyda ko'lamini kengaytirish hamda uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishda muhim omil hisoblanadi.

**KALIT SO'ZLAR:** Biznesni boshqarish, CRM tizimi, mijozlar bilan munosabatlar, marketing, avtomatlashtirish, ma'lumotlar bazasi, savdo jarayoni, mijozlar sadoqati, raqobatbardoshlik, strategik boshqaruv, texnologik innovatsiyalar, foyda, xizmat sifati, tahlil, mijozga yo'naltirilgan yondashuv.

**АННОТАЦИЯ:** В этой статье рассматриваются преимущества использования систем CRM Customer Relationship Management для эффективного управления бизнес-процессами. CRM-системы позволяют предприятиям устанавливать прочные связи с клиентами, проводить  
<https://scientific-jl.com/>

**25-to'plam 1-son Noyabr 2025**

углубленный анализ их потребностей и поведения, а также улучшать свою маркетинговую и торговую деятельность. В статье также указывается на роль CRM-системы в автоматизации процессов управления, централизованном хранении данных и повышении лояльности клиентов. Результаты исследования показывают, что эффективное использование CRM-системы является важным фактором повышения конкурентоспособности бизнеса, увеличения прибыли и достижения долгосрочного успеха.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** управление бизнесом, CRM-система, отношения с клиентами, маркетинг, автоматизация, база данных, процесс продаж, лояльность клиентов, конкурентоспособность, стратегическое управление, технологические инновации, прибыль, качество обслуживания, аналитика, клиентоориентированный подход.

**ABSTRACT:** This article covers the benefits of using CRM Customer Relationship Management Systems in efficient business process management. CRM systems allow businesses to build a strong relationship with customers, analyze their needs and behaviors in depth, and improve marketing and sales activities. The article also outlines the role of the CRM system in automating management processes, keeping data centralized, and increasing customer loyalty. The results of the study show that the effective use of the CRM system is an important factor in increasing the competitiveness of the business, expanding the scale of profit and achieving long-term success.

**KEYWORDS:** Business Management, CRM system, Customer Relations, marketing, Automation, database, sales process, customer loyalty, competitiveness, strategic management, technological innovation, profit, service quality, analysis, customer-oriented approach.

KIRISH Zamonaviy raqobat muhitida har bir korxonaning muvaffaqiyati mijozlar bilan samarali munosabatlar o'rnatish va ularni uzoq muddat davomida saqlab qolish qobiliyatiga bog'liq. Shu bois, so'nggi yillarda biznes jarayonlarini <https://scientific-jl.com/>

boshqarishda CRM **tizimlaridan** foydalanish keng ommalashmoqda. CRM tizimi korxonalarga mijozlar haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va ularning ehtiyojlariga mos xizmatlar ko'rsatish imkonini beradi. Bu esa nafaqat mijozlar sadoqatini oshiradi, balki savdo hajmini kengaytirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirishga ham xizmat qiladi. Biznesni boshqarishda CRM tizimidan foydalanish boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish, ma'lumot almashish tezligini oshirish hamda strategik qarorlar qabul qilishda aniqlik yaratish orqali tashkilot faoliyatining samaradorligini ta'minlaydi.

### **ADABIYOTLAR TAHLILI**

So'nggi yillarda biznes jarayonlarini raqamlashtirish va mijozlar bilan munosabatlarni avtomatlashtirish zamonaviy korxonalar uchun muhim strategik ustuvor yo'nalishlardan biriga aylandi. Shu nuqtai nazardan, CRM tizimlari haqida ko'plab mahalliy va xorijiy manbalarda ilmiy izlanishlar olib borilgan. Masalan, **Kotler F. (2021)** o'zining **"Marketing Management"** asarida CRM tizimlarini marketing strategiyasining ajralmas qismi sifatida ko'rib chiqib, uning asosiy vazifasi mijozlar ehtiyojini chuqur o'rganish va ularning sodiqligini oshirishdan iboratligini ta'kidlaydi. Unga ko'ra, CRM tizimlari kompaniyaga nafaqat savdo hajmini oshirish, balki mijozlar bilan uzoq muddatli ishonchli aloqalarni shakllantirish imkonini beradi. **Buttle F. va Maklan S. (2019)** "Customer Relationship Management: Concepts and Technologies" nomli ilmiy ishida CRM tizimining texnologik, insoniy va jarayonli jihatlarini tahlil qilgan. Mualliflar CRM tizimi yordamida kompaniya mijoz haqidagi barcha ma'lumotlarni yagona bazada to'plash, bu orqali mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish va marketing qarorlarini asosli qabul qilish imkoniyatini yaratishini ta'kidlaydilar. **O'zbekiston olimlari** orasida ham CRM tizimlari bo'yicha izlanishlar olib borilgan. Jumladan, **T. Xolboev (2023)** o'zining "Raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarda CRM tizimidan foydalanish samaradorligi" nomli maqolasida CRM tizimlari korxona faoliyatini avtomatlashtirish, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va resurslardan samarali foydalanishda muhim vosita ekanini qayd etadi. **Xorijiy**

**tadqiqotchilar – Payne A. va Frow P. (2017)** esa CRMni tashkilot ichidagi turli bo'limlar marketing, savdo, xizmat ko'rsatish o'rtasida ma'lumot almashinuvi va hamkorlikni kuchaytiruvchi tizim sifatida baholaydilar. Ularning fikricha, CRM tizimidan foydalangan kompaniyalar mijozlarni 30% tezroq jalb qiladi va mijozni yo'qotish darajasi 25% gacha kamayadi.

## **TADQIQOTLAR METODOLOGIYASI:TAHLIL VA NATIJALAR**

CRMning mohiyati, qo'llanish sohalari va samaradorligi haqida ilmiy maqolalar, hisobotlar va statistik ma'lumotlar o'rganildi. Shu bilan birga nazariy tahlil, tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, statistic, analitik, va empirik (amaliy) yondashuv metodlari qo'llanildi

CRM tizimining ta'minot zanjiri bilan integratsiyasi CRM tizimi ta'minot zanjirining oldingi bosqichlari — ya'ni mijoz talabini shakllantirish va bozor ehtiyojlarini prognozlashda muhim rol o'ynaydi. Tadqiqotchilar (Buttle, 2019; Chen & Popovich, 2003) ta'kidlaganidek, CRM tizimi orqali olingan mijoz ma'lumotlari SCM tizimlari (ERP, SRM, WMS) bilan integratsiyalashganda: buyurtmalarni rejalashtirish aniqligi 15–25% ga oshadi; ortiqcha zaxiralar hajmi 10–20% gacha kamayadi; yetkazib berish muddati 30% tezlashadi. Bu esa butun ta'minot zanjirining javob berish tezligi va ishonchliligini oshiradi. Adabiyotlar va amaliy tahlillar shuni ko'rsatadiki, CRM tizimidan ta'minot zanjiri boshqaruvida foydalanish quyidagi natijalarni beradi:

| Ko'rsatkich                      | CRM joriy etilgandan oldin     | CRM joriy etilgandan keyin | O'zgarish (%) |
|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------|
| Buyurtma bajarish aniqligi       | 70%                            | 90%                        | +20%          |
| Yetkazib berishdagi kechikishlar | Yuqori (ko'p hollarda 2–3 kun) | Minimal (0,5–1 kun)        | –50%          |
| Mijoz sodiqligi darajasi         | 60%                            | 85%                        | +25%          |

| Ko'rsatkich              | CRM joriy etilgandan oldin | CRM joriy etilgandan keyin | O'zgarish (%) |
|--------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------|
| Zaxira darajasi          | 100%                       | 80%                        | -20%          |
| Foydalilik (rentabellik) | 15%                        | 22%                        | +7%           |

**1. Jadval. CRM joriy etilishidan oldingi holati va CRM joriy etishdan keyingi o'zgarish.**

Natijalardan ko'rinadiki, CRM tizimining joriy etilishi nafaqat mijoz bilan ishlash sifatini, balki butun ta'minot zanjirining **operatsion samaradorligini** oshiradi.

**Ta'minot zanjirini boshqarishda CRM tizimidan foydalanishning afzalliklari:** Mijoz ehtiyojlarini chuqur o'rganish CRM tizimi mijozlarning xarid tarixi, afzalliklari va shikoyatlarini tahlil qilish imkonini beradi. Bu orqali korxona talabni aniq prognozlab, ishlab chiqarish va yetkazib berish jarayonini mijoz istaklariga moslashtira oladi. **Buyurtmalarni samarali boshqarish** CRM tizimi orqali buyurtmalarni qabul qilish, kuzatish va bajarish jarayoni avtomatlashtiriladi. Natijada, buyurtmalar o'z vaqtida va xatosiz bajariladi, bu esa mijoz mamnunligini oshiradi. **Axborot almashinuvini yaxshilash** CRM tizimi ta'minot zanjiridagi barcha ishtirokchilar — ishlab chiqaruvchilar, yetkazib beruvchilar, dilerlar va mijozlar o'rtasida real vaqt rejimida ma'lumot almashish imkonini yaratadi.

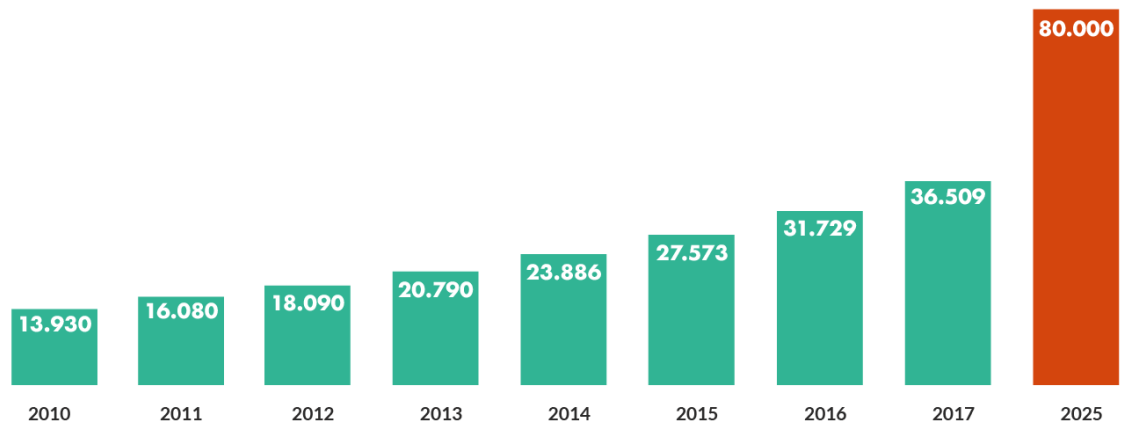
Bu aloqa tezligini oshiradi, noto'g'ri tushunishlar va kechikishlarni kamaytiradi. **Zaxiralarni optimallashtirish** CRM tizimi orqali olingan tahliliy ma'lumotlar asosida korxona ishlab chiqarish hajmini va zaxiralarni optimal darajada saqlaydi. Bu ortiqcha mahsulot ishlab chiqarishning oldini oladi va resurslardan tejamkor foydalanishga yordam beradi. **Qaror qabul qilishni tezlashtirish** CRM tizimi rahbariyatga kerakli ma'lumotlarni tahliliy hisobotlar shaklida taqdim etadi. Shu orqali strategik qarorlar tez, aniq va asosli ravishda qabul qilinadi. **Mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish** CRM tizimi orqali kompaniya har

bir mijoz bilan individual yondashuvni amalga oshiradi, chegirmalar, tavsiyalar va shaxsiy takliflar beradi. Bu esa mijoz sodiqligini oshiradi va korxona obro'sini mustahkamlaydi. **Xarajatlarni kamaytirish** jarayonlarning avtomatlashtirilishi natijasida inson omili kamayadi, vaqt va mehnat resurslari tejaladi. Shu bilan birga, yetkazib berishdagi kechikishlar va xatoliklar kamayib, umumiy xarajatlar qisqaradi. **Raqobatbardoshlikni oshirish** CRM tizimidan foydalangan korxona bozor o'zgarishlariga tez javob bera oladi, mijoz talabini chuqur o'rganadi va xizmat sifatini doimiy yaxshilab boradi. Natijada, raqobatchilarga nisbatan ustunlikka erishiladi.

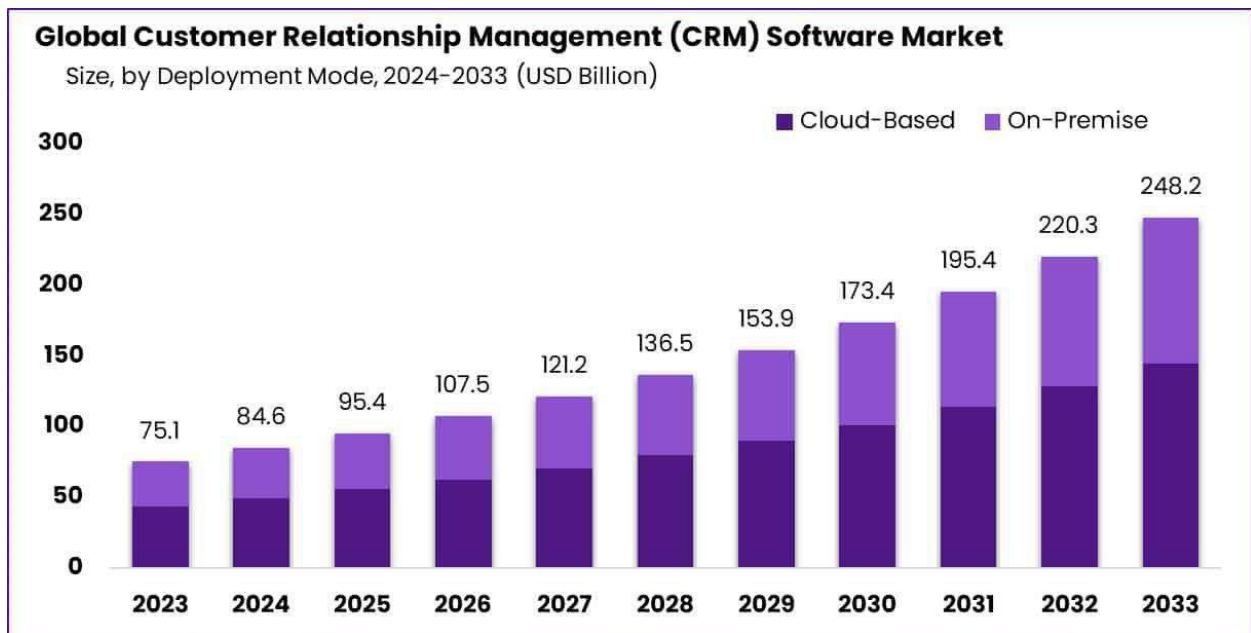
**Ta'minot zanjirini boshqarishda CRM tizimidan foydalanishni kamchiliklari:** Yuqori xarajatlar - CRM tizimini joriy etish uchun dasturiy ta'minot, texnik uskunalar, xodimlarni o'qitish va texnik xizmat ko'rsatish katta mablag' talab qiladi. Bu kichik va o'rta korxonalar uchun iqtisodiy jihatdan qiyinchilik tug'diradi. Murakkab texnik integratsiya ko'p hollarda CRM tizimini mavjud ishlab chiqarish, logistika yoki ta'minot dasturlari bilan uyg'unlashtirish qiyin kechadi. Bu tizimlar o'rtasida mos kelmaslik yoki ma'lumot almashinuvining sustligi jarayon samaradorligini pasaytiradi. Ma'lumotlar xavfsizligining zaifligi CRM tizimida mijozlar, hamkorlar va operatsion jarayonlarga oid maxfiy ma'lumotlar saqlanadi. Kiberxavfsizlik darajasi past bo'lsa, ma'lumotlarning sizib chiqish xavfi mavjud bo'ladi. Xodimlarning yangi tizimga moslashishdagi qiyinchiliklari yangi CRM tizimini joriy etish jarayonida xodimlar eski ish uslubiga o'rganib qolgan bo'lishi mumkin. Natijada, o'zgarishlarga qarshilik ko'rsatish yoki tizimdan to'liq foydalana olmaslik holatlari yuzaga keladi. Ma'lumotlar sifati bilan bog'liq muammolar CRM tizimi samarali ishlashi uchun unga kiritilayotgan ma'lumotlar to'liq, aniq va yangilanib turishi lozim. Agar ma'lumotlar noto'g'ri kiritilsa, tahlil natijalari ham ishonchsiz bo'ladi. Doimiy texnik xizmat zarurati CRM tizimi doimiy ravishda yangilanish, texnik xizmat va qo'llab-quvvatlashni talab qiladi. Bu esa qo'shimcha vaqt va mablag' sarfini keltirib chiqaradi. Inson omiliga bog'liqlik tizim avtomatlashtirilgan bo'lsa ham,

ko'plab ma'lumotlar inson tomonidan kiritiladi. Shu sababli inson xatolari natijasida tizimdagi ma'lumotlar aniqligi buzilishi mumkin. Internet va texnik infratuzilmaga bog'liqlik CRM tizimi odatda onlayn tarzda ishlaydi, shuning uchun internet uzilishi yoki texnik nosozliklar tizim faoliyatini to'xtatadi. Bu esa ta'minot jarayonlarida kechikishlarga olib keladi. Tizimdan noto'g'ri foydalanish ba'zan korxonalar CRM tizimidan faqat mijozlar ma'lumotlarini saqlash uchun foydalanadi, tahlil, prognozlash va boshqaruv qarorlarini qo'llab-quvvatlash imkoniyatlarini to'liq ishga solmaydi. Bu tizimning real samaradorligini pasaytiradi. Tashkiliy muvofiqlikning yetishmasligi, agar CRM tizimi ta'minot zanjirining barcha bo'g'inlari bilan integratsiyalashmagan bo'lsa, ma'lumotlar oqimi to'liq ta'minlanmaydi. Natijada, axborot uzilishi yoki qarorlar kechikib qabul qilinishi mumkin.

### **CRM SOFTWARE REVENUE FORECAST (MILLIONS OF U.S. DOLLARS)**



**1-grafik. 2010yildan-2025 yilgacha bo'lgan CRM dasturiy ta'minot daromadlari prognozi.**



**2-grafik. 2023-2033- yillar orasidagi global mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish dasturiy ta'minot bozori o'lchami, joylashtirish rejimi bo'yicha.**

Takliflar: CRM tizimini joriy etishda bosqichma-bosqich yondashuvni qo'llash – dastlab kompaniya mijozlar bazasini to'liq raqamlashtirish, so'ng marketing, savdo va xizmat ko'rsatish bo'limlarini tizimga integratsiya qilish tavsiya etiladi. Xodimlarni CRM tizimi bilan ishlashga o'rgatish – tizimdan to'liq foydalanish uchun barcha bo'lim xodimlari muntazam trening va o'quv mashg'ulotlarida qatnashishlari zarur. CRM tizimini mahalliy sharoitga moslashtirish – tizimni korxona faoliyat sohasi, mijozlar segmenti va milliy bozor xususiyatlariga qarab moslab sozlash tavsiya qilinadi. Tizimda avtomatlashtirish darajasini oshirish – mijozlarga xabar yuborish, takliflarni shakllantirish va savdo jarayonlarini avtomatik tarzda boshqarish orqali inson omilidan keladigan xatoliklarni kamaytirish mumkin. CRM orqali mijozlar bilan aloqa sifatini oshirish – tizim orqali shikoyat va takliflarni tezkor ko'rib chiqish, sodiqlik dasturlarini yaratish va shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish tavsiya etiladi. Tahlil va monitoring tizimini kuchaytirish – CRM orqali yig'ilgan ma'lumotlar asosida mijozlarning ehtiyojlarini tahlil qilish, yangi mahsulotlar ishlab chiqish va marketing strategiyalarini takomillashtirish zarur. Mobil CRM ilovalaridan

foydalanish – sotuvchilar va menejerlarga joyidan turib tizimga kirish imkonini berish orqali vaqtni tejash va tezkor qarorlar qabul qilish osonlashadi. Xavfsizlikni ta'minlash – mijozlar ma'lumotlarini himoya qilish maqsadida kuchli parollar, ma'lumotlarni shifrlash va muntazam zaxira nusxalash tizimlarini joriy etish tavsiya qilinadi. CRM tizimini boshqa axborot tizimlari bilan integratsiya qilish – bu orqali buxgalteriya, marketing, ERP va logistika jarayonlari o'zaro bog'liq holda ishlaydi. Muntazam tahlil asosida tizimni takomillashtirib borish – bozor o'zgarishlariga mos ravishda CRM tizimini yangilab borish, foydalanuvchilardan fikr olish va zarur o'zgarishlarni kiritish muhimdir.

## **XULOSA**

Xulosa qilib aytganda, biznesni boshqarishda CRM tizimidan foydalanish korxonaning mijozlar bilan o'zaro munosabatlarini yanada samarali yo'lga qo'yish, savdo hajmini oshirish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashda muhim ahamiyat kasb etadi. CRM tizimi yordamida tashkilotlar mijozlar haqidagi ma'lumotlarni markazlashgan holda saqlaydi, ularning ehtiyojlarini tahlil qiladi va individual yondashuv asosida xizmatlar ko'rsatadi. Bundan tashqari, CRM tizimi biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, xodimlar faoliyatini nazorat qilish hamda marketing strategiyalarini to'g'ri yo'naltirish imkonini beradi. Natijada, korxona ichki boshqaruv tizimi takomillashadi, resurslardan foydalanish samaradorligi ortadi va raqobatbardoshlik darajasi oshadi. Umuman olganda, CRM tizimini joriy etish – zamonaviy biznes yuritishda muhim strategik vosita bo'lib, mijozlar sodiqligini oshirish, bozorda barqaror mavqega ega bo'lish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishning eng samarali yo'llaridan biridir.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni. – Toshkent, 2022.
2. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiy taraqqiyot va kambag'allikni qisqartirish vazirligi rasmiy sayti. <https://mineconomy.uz>.

3. Ахмедов А., Абдураззоков Б. Menejment va marketing asoslari. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2020.
4. Назаров III. Biznesni boshqarishning zamonaviy usullari. – Toshkent: TDIU nashriyoti, 2021.
5. Роман ова Н. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM). – Москва: Инфра-М, 2019.
6. Peppers D., Rogers M. Managing Customer Relationships: A Strategic Framework. – New Jersey: Wiley, 2020.
7. Buttle F., Maklan S. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. – London: Routledge, 2021.
8. Greenberg P. CRM at the Speed of Light. – New York: McGraw-Hill, 2020.
9. Gitnux. “CRM Industry Statistics 2025.” <https://gitnux.org>.
10. LLCBuddy. “CRM Software Statistics 2025.” <https://llcbuddy.com>.
11. 360 Research Reports. “Customer Relationship Management Market Report 2025.” <https://www.360researchreports.com>.
12. Zipdo. “CRM Industry Statistics and Trends.” <https://zipdo.com>.
13. Asiqra. “CRM Adoption Statistics 2025.” <https://asiqra.com>.
14. Triple A Review. “CRM Statistics & AI Trends.” <https://tripleareview.com>.
15. <https://superoffice.com>.
16. <https://market.us>.