

UDK: 65.012.45:004.738.5:658.8

Loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlari: CRM orqali mijozlar bilan interaktiv aloqalar

Karamatova Malohatxon Akmal qizi

O‘zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlarining ahamiyati, xususan CRM (Customer Relationship Management) tizimlari orqali mijozlar bilan interaktiv aloqalarni tashkil etish masalalari yoritilgan. CRM platformalari yordamida mijozlar bilan doimiy muloqot, ma’lumot almashish, shikoyat va takliflarni tezkor ko‘rib chiqish, shuningdek, mijozlar ehtiyojlarini tahlil qilish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, raqamli texnologiyalar orqali loyiha samaradorligini oshirish, vaqt va resurslarni optimallashtirish bo‘yicha tavsiyalar beriladi.

Kalit so‘zlar: Loyiha boshqaruvi, raqamlashtirish, CRM tizimi, mijozlar bilan aloqa, interaktiv muloqot, ma’lumotlarni boshqarish, raqamli transformatsiya.

Аннотация: В данной статье рассматривается значение процессов цифровизации в управлении проектами, в частности, вопросы организации интерактивного взаимодействия с клиентами посредством систем CRM (Customer Relationship Management). Анализируются возможности CRM-платформ для поддержания постоянной коммуникации с клиентами, обмена информацией, оперативного рассмотрения жалоб и предложений, а также анализа потребностей клиентов. Кроме того, даются рекомендации по повышению эффективности проекта с помощью цифровых технологий, оптимизации времени и ресурсов.

Ключевые слова: Управление проектами, цифровизация, CRM-система, взаимодействие с клиентами, интерактивная коммуникация, управление данными, цифровая трансформация.

Kirish: So‘nggi yillarda dunyo miqyosida raqamli texnologiyalarni joriy etish jarayoni keskin sur‘atlar bilan rivojlanmoqda. Bu jarayon nafaqat ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarida, balki loyiha boshqaruvi tizimida ham tub o‘zgarishlarga olib kelmoqda. Loyiha boshqaruvi — bu belgilangan maqsadga

erishish uchun resurslarni samarali rejalashtirish, muvofiqlashtirish va nazorat qilish jarayonidir. Zamonaviy sharoitda bunday boshqaruvni yuqori darajada amalga oshirish uchun raqamlashtirishning innovatsion vositalaridan foydalanish talab etiladi.

CRM (Customer Relationship Management) tizimlari shu kabi vositalardan biri bo‘lib, ular tashkilot va mijoz o‘rtasidagi aloqalarni markazlashtirilgan holda boshqarishga, ma’lumotlarni yagona platformada jamlashga, xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishga va mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni mustahkamlashga imkon beradi. Ushbu tizimlar nafaqat savdo va marketing jarayonlarida, balki loyiha boshqaruvida ham mijoz ehtiyojlarini tezkor aniqlash, fikr-mulohazalarni qayd etish va real vaqt rejimida interaktiv muloqot tashkil etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Mazkur maqolada loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlarining mohiyati, CRM tizimlari orqali mijozlar bilan interaktiv aloqalarni tashkil etish imkoniyatlari hamda ushbu texnologiyalardan samarali foydalanish bo‘yicha tavsiyalar tahlil qilinadi.

Asosiy qism: Global raqobat sharoitida tashkilotlar uchun mijozlar bilan sifatli va samarali aloqa o‘rnatish — muvaffaqiyatning asosiy omillaridan biridir. An’anaviy aloqa va boshqaruv usullari bugungi tezkor axborot oqimi va o‘zgaruvchan bozor talablarini qondira olmaydi. Shu sababli, loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlarini joriy etish, ayniqsa, CRM tizimlari orqali interaktiv muloqot mexanizmlarini rivojlantirish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

CRM texnologiyalari yordamida tashkilotlar mijozlar haqidagi barcha ma’lumotlarni yagona platformada jamlaydi, aloqa kanallarini integratsiya qiladi va xizmat sifatini shaxsiylashtirish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bu esa loyihalarni amalga oshirish jarayonida mijoz ehtiyojlarini to‘g‘ri aniqlash, tezkor javob berish va ularning qoniqishini oshirishga xizmat qiladi.

O‘zbekiston sharoitida ham raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi, davlat tomonidan raqamli transformatsiya bo‘yicha strategik dasturlar qabul qilinishi va biznes jarayonlarda onlayn xizmatlarga talab ortib borishi mazkur mavzuning dolzarbligini yanada oshirmoqda. Shu bois loyiha boshqaruvida CRM orqali interaktiv aloqalarni yo‘lga qo‘yish nafaqat zamonaviy boshqaruv tamoyillariga mos keladi, balki tashkilotning raqobatbardoshligini ta‘minlaydigan muhim omilga aylanadi. Loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlarini, xususan CRM tizimlarini joriy etishning ahamiyati bir nechta asosiy jihatlarda namoyon bo‘ladi:



1. **Mijozlar bilan munosabatlarni sifat jihatdan yangi bosqichga ko‘tarish** – CRM tizimlari orqali mijozlar bilan muloqot avtomatlashtiriladi, shaxsiylashtiriladi va tezkorlik darajasi oshadi. Bu esa mijozlarning sodiqligini va qoniqishini ta‘minlaydi.

2. **Ma‘lumotlarni markazlashtirish va tahlil qilish imkoniyati** – barcha mijozlar haqidagi ma‘lumotlar yagona platformada jamlanadi, bu esa qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi va aniqroq qiladi.

3. **Loyiha samaradorligini oshirish** – raqamlashtirilgan boshqaruv jarayonlari vaqt va resurslarni tejashga, loyiha kechikishlarini kamaytirishga yordam beradi.

4. **Bozor sharoitlariga tez moslashish** – real vaqt rejimida olinadigan mijoz fikr-mulohazalari orqali mahsulot yoki xizmatlarni tezkor takomillashtirish imkoniyati yaratiladi.

5. **Raqobatbardoshlikni ta‘minlash** – zamonaviy raqamli echimlardan foydalanish tashkilotning innovatsion imidjini shakllantiradi va uni bozorda ustun mavqega olib chiqadi.

Muhokama:

Loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlarini joriy etish, xususan CRM tizimlaridan foydalanish, amaliyotda bir qator ijobiy natijalar berayotgan bo‘lsa-da, uni samarali qo‘llash uchun muayyan omillarni hisobga olish zarur.

Birinchidan, CRM tizimlari mijozlar bilan aloqalarni markazlashtirilgan tarzda boshqarish, barcha muloqot kanallarini birlashtirish va ma‘lumotlarni tahlil qilish imkonini beradi. Bu, o‘z navbatida, loyihalarni tezkor va sifatli amalga oshirishga xizmat qiladi. Masalan, mijozning avvalgi xarid tarixi, shikoyat va takliflari haqidagi ma‘lumotlar loyihani moslashtirish jarayonida katta yordam beradi.

Ikkinchidan, interaktiv aloqa kanallarining kengayishi (onlayn chat, mobil ilovalar, videoqo‘ng‘iroqlar) mijoz bilan doimiy muloqotni ta‘minlab, xizmat ko‘rsatish sifatini oshiradi. Shu bilan birga, bu tizimlar yordamida real vaqt rejimida mijoz fikr-mulohazalarini yig‘ish va qayta ishlash imkoniyati yaratiladi.

Biroq, amaliyot shuni ko‘rsatadiki, CRM tizimlarini joriy etishda bir nechta muammolar mavjud:

• **Xodimlarning raqamli kompetensiyasi yetarli bo‘lmasiligi** – tizimdan samarali foydalanish uchun maxsus o‘quv va treninglar o‘tkazish talab qilinadi.

• **Kiberxavfsizlik xatarlari** – mijozlar ma’lumotlarini himoya qilish bo’yicha kuchli xavfsizlik mexanizmlari joriy etilishi lozim.

• **Tizimni moslashtirish xarajatlari** – CRM dasturlarini tashkilot ehtiyojiga moslashtirish vaqt va mablag‘ talab etadi.

Shunday bo’lsa-da, mazkur texnologiyani to’g’ri yo’lga qo’yish orqali tashkilotlar nafaqat mijozlar bilan ishlash sifatini oshiradi, balki ichki ish jarayonlarini ham optimallashtiradi. Shu bois, CRM tizimlaridan foydalanish raqamli boshqaruv strategiyasining ajralmas qismi sifatida qaralishi kerak. Dunyo miqyosida loyiha boshqaruvida raqamlashtirish va CRM tizimlaridan foydalanish bo’yicha ko’plab ilg’or tajribalar mavjud bo’lib, ular mijozlar bilan interaktiv aloqalarni samarali tashkil etishda muhim o’rin tutadi. Quyida ayrim mamlakatlar misolida ushbu tajribalar yoritiladi:

AQSh

AQShda yirik kompaniyalar — Salesforce, HubSpot va Zoho kabi CRM platformalaridan keng foydalanadi. Ularning asosiy yutug’i — bulutli texnologiyalar asosida 24/7 mijoz bilan aloqa o’rnatish, mijoz ehtiyojlarini avtomatik tahlil qilish va sotuv strategiyasini moslashtirishdir. Masalan, Salesforce sun’iy intellekt modullari orqali mijozning kelgusidagi xarid ehtimolini taxmin qiladi.

Yevropa Ittifoqi mamlakatlari

Germaniya va Niderlandiyada CRM tizimlari ERP (Enterprise Resource Planning) platformalari bilan integratsiya qilinadi. Bu nafaqat mijoz bilan aloqa jarayonini, balki ishlab chiqarish, ombor, logistika va moliyaviy hisobotlarni birlashtirish imkonini beradi. Yevropada ma’lumotlarni himoya qilish bo’yicha GDPR talablari qat’iy bo’lgani uchun CRM tizimlari shifrlash va ma’lumotlarni minimal yig’ish tamoyiliga amal qiladi.

Janubiy Koreya va Yaponiya

Ushbu mamlakatlarda CRM tizimlari mobil ilovalar bilan integratsiyalashgan bo’lib, mijozlar kompaniya bilan messendjerlar, chat-botlar yoki ijtimoiy tarmoqlar orqali tezkor muloqot qilishi mumkin. Shuningdek, sun’iy intellekt asosida mijoz kayfiyatini aniqlash (sentiment analysis) tizimlari joriy qilingan.

Birlashgan Arab Amirliklari (BAA)

BAA kompaniyalari CRM tizimlarida ko’p tillilik funksiyalarini keng joriy qilgan, bu esa turli millat vakillari bilan samarali aloqa o’rnatishga yordam beradi.



Bundan tashqari, CRM tizimlari marketing avtomatlashtirish (Marketing Automation) bilan integratsiyalangan.

Xulosa va takliflar

Xulosa:

Loyiha boshqaruvida raqamlashtirish jarayonlarini joriy etish, xususan CRM tizimlari orqali mijozlar bilan interaktiv aloqalarni yo‘lga qo‘yish, bugungi kunda tashkilotning samaradorligini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini to‘liq qondirish va bozor sharoitlariga tez moslashish imkonini beradi. CRM texnologiyalari mijoz ma’lumotlarini yagona platformada jamlash, aloqa kanallarini integratsiya qilish, shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taklif etish va loyiha jarayonlarini optimallashtirishga yordam beradi. Shu bilan birga, xodimlarning raqamli kompetensiyasi, kiberxavfsizlik va texnik moslashtirish masalalari tizim samaradorligiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Takliflar:

1. **Xodimlarni malakasini oshirish** – CRM tizimlaridan samarali foydalanish uchun doimiy trening va o‘quv dasturlarini tashkil etish.
2. **Kiberxavfsizlik choralari kuchaytirish** – mijoz ma’lumotlarini himoya qilish uchun zamonaviy shifrlash va xavfsizlik protokollarini joriy etish.
3. **Tizimni mahalliy sharoitga moslashtirish** – CRM dasturlarini tashkilotning o‘ziga xos jarayonlariga mos qilib sozlash.
4. **Mijoz fikr-mulohazalarini tahlil qilish** – loyihalarni takomillashtirish va xizmat sifatini oshirish uchun muntazam ravishda mijozlardan kelib tushgan ma’lumotlarni qayta ishlash.
5. **Integratsiyani kengaytirish** – CRM tizimlarini boshqa ichki boshqaruv platformalari (ERP, Project Management Tools) bilan bog‘lash orqali yagona raqamli ekotizim yaratish.

To‘g‘ri strategiya asosida joriy etilgan CRM tizimlari nafaqat mijozlar bilan ishlash jarayonini rivojlantiradi, balki loyiha boshqaruvini ham zamonaviy talablar darajasiga olib chiqadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kerzner, H. Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. — Wiley, 2022. — B. 115–142.

2. Buttle, F., Maklan, S. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. — Routledge, 2019. — B. 78–101.
3. Davenport, T. Digital Transformation in Project Management. — Harvard Business Review Press, 2021. — B. 54–88.
4. Payne, A., Frow, P. Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM. — Cambridge University Press, 2017. — B. 132–160.
5. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi rasmiy ma’lumotlari — <https://mitc.uz> — (2024-yil hisobotlari, 25–37-betlar).



Research Science and
Innovation House

