

“IFRS” HOMLI  
KONFERENCIYA

CONFERENCE “GLOBAL AND NATIONAL ECONOMIC

TRENDS”

2nd FORUM OF  
DEVELOPMENT  
STRATEGY:  
GLOBAL AND  
NATIONAL  
ECONOMIC  
TRENDS



TASHKENT STATE  
UNIVERSITY OF ECONOMICS

1 йўналиш: ГЛОБАЛ  
ИҚТИСОДИЁТНИ  
РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ  
ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА  
ИСТИҚБОЛЛИ ЙўНАЛИШЛАРИ  
“Глобал ва миллий  
иқтисодий трендлари”

CONFERENCE

19-20  
OCTOBER

ФОРУМ

PARALLEL CONFERENCES  
“NEW2AN, ICFNDS  
AND ICDSIS”

2nd FORUM OF  
DEVELOPMENT  
STRATEGY:  
GLOBAL AND  
NATIONAL  
ECONOMIC  
TRENDS

“NEW2AN, ICFNDS AND ICDSIS”

CONFERENCE  
“IFRS”

GLOBAL  
ECONOMIC  
TRENDS

2nd FORUM OF  
DEVELOPMENT  
STRATEGY:

“IFRS”

2nd FORUM  
DEVELOPMENT

# RAQAMLI IQTISODIYOT VA AXBOROT TEKNOLOGIYALARI

2023

ELEKTRON ILMIY JURNALI / MAXSUS SON

ФОРУМ

19-20 OCTOBER

PARALLEL CONFERENCES

“NEW2AN, ICFNDS

AND ICDSIS”

РАҚАМЛИ ИҚТИСО  
АХБОРОТ ТЕХНОЛ  
ВА ТАЪЛИМНИНГ  
ИСТИҚБОЛЛИ ЙўН  
“NEW2AN, ICFNDS,  
номли параллель  
конференциялар

- Macroeconomic Stability
- Social Welfare
- Human Capital
- Decent Employment
- World Economy
- Gender Equality
- Industry 4.0
- Sustainable Agriculture

- Innovation in  
education



**РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ**  
**DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION TECHNOLOGY**  
**ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Электрон илмий журнал | Electronic scientific journal

**МУАССИС | FOUNDER**

Тошкент давлат иқтисодиёт университети  
Tashkent State University of Economics

**ТАҲРИР КЕНГАШИ РАИСИ | CHAIRMAN OF THE EDITORIAL BOARD**

Шарипов Конгратбой Аvezимбетович — т.ф.д., профессор  
Sharipov Kongratboy Avezimbetovich — doctor of technical sciences, professor

**БОШ МУҲАРРИР | EDITOR-IN-CHIEF**

Абдуллаев Мунис Курбонович – и.ф.ф.д. (PhD), доцент  
Abdullayev Munis Kurbonovich – PhD, docent

**БОШ МУҲАРРИР ЎРИНБОСАРИ | DEPUTY CHIEF EDITOR**

Вафоев Бобуржон Расулович – и.ф.н., доцент  
Vafoev Boburjon Rasulovich – PhD, docent

**МАСЪУЛ КОТИБ | EXECUTIVE SECRETARY**

Л.А. Аблазов | L.A. Ablazov

**ВЕБ-АДМИНИСТРАТОР | WEBMASTERS:**

Н.Я. Нурсаидов, А.Ш. Махмудов | N.Ya. Nursaidov, A.Sh. Makhmudov

**ТАҲРИРИЯТ АЪЗОЛАРИ | EDITORIAL BOARD**

С.С. Гулямов – и.ф.д., академик.  
Б.А. Бегалов – и.ф.д., профессор.  
М.П. Эшов – и.ф.д., профессор.  
О.Қ. Абдурахмонов – и.ф.д., доцент.  
К.Б. Ахмеджанов – и.ф.д., профессор.  
И.М. Алимардонов – и.ф.д., доцент.  
Р. Салиходжаев – и.ф.б.ф.д. (PhD).  
Проф. Холназар Амонов (Чехия).  
Проф. Карина Татек Банетти (Чехия).  
Проф. О. Абдураззаков (Германия).  
Проф. Эко Шри Маргианти (Индонезия).  
Проф. Д.М. Назаров (Россия).  
Проф. Н.М. Сурнина (Россия).  
Проф. Марк Розенбаум (АҚШ).  
PhD. Абдул-Рашид (Афғонистон).  
PhD. Аҳмед Моҳамед Азиз Исмоил (Миср).

PhD. Беҳзод Саидов (АҚШ).  
PhD. Умид Ахмедов (Дания Қироллиги).  
А.А. Исмаилов – и.ф.д., профессор.  
И.Е. Жуковская – и.ф.д., профессор.  
Т.С. Қўчқоров – и.ф.д., профессор.  
Р.А. Дадабаева – и.ф.н., доцент.  
Ш.И. Хашимходжаев – и.ф.н., доцент.  
А.А. Абидов – т.ф.н., доцент.  
И.М. Абдуллаева – и.ф.н., доцент.  
Н.Б. Абдусаломова – и.ф.д., доцент.  
Ш.С. Эгамбердиев – и.ф.б.ф.д. (PhD).  
Р.Х. Алимов – и.ф.д., профессор.  
А.У. Қобилов – и.ф.н., доцент.  
Р.Х. Насимов – т.ф.б.ф.д. (PhD).  
С.С. Қулматова – и.ф.б.ф.д. (PhD).

## МУНДАРИЖА:

<b>Шарипов К.А., Ишназаров А.И.</b>	ИҚТИСОДИЙ ЎСИШГА ИНВЕСТИЦИЯ ОҚИМЛАРИ ТАЪСИРИНИ ЭКОНОМЕТРИК ТАДҚИҚ ҚИЛИШ . . . . .	6
<b>Eshov M.P., Nasirkhodjaeva D.S.</b>	IMPACT OF THE DEVELOPMENT DIGITAL ECONOMY ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY . . . . .	14
<b>Abdurahmanova G.Q., Mirzaliyev S.M.</b>	OLIV TA'LIM TRANSFORMATSIYASINING TASHKILY-IQTISODIY MEKANIZMLARI . . . . .	25
<b>Гулямов С.С., Шермухамедов А.Т.</b>	ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ . . . . .	28
<b>Abdullayev M.K., Qulmatova S.S.</b>	LOYIHALASH JARAYONLARIDA AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEKNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHDA DIZAYN MUAMMOLARI . . . . .	34
<b>Абидов А.А.</b>	ДИАГНОСТИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ВОЗМУЩАЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ СРЕДЫ . . . . .	40
<b>Юлдашев А.А.</b>	ЛОГИСТИКА СОҲАСИДА БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ҚЎЛЛАШ САМАРАДОРЛИГИ . . . . .	47
<b>Yakubova Sh.Sh.</b>	DIGITAL DEVELOPMENT AND THE NATURE OF DIGITAL ASSETS	56
<b>Ergashodjayeva Sh.Dj.</b>	RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA XARIDORLAR MA'LUMOTLARI MAXFIYLIGINI TA'MINLASH: MUAMMOLAR VA YECHIMLAR . . . . .	64
<b>Xashimxodjayev Sh.I., Zhukovskaya I.E.</b>	DIGITAL TECHNOLOGIES ARE A STRONG BASIS FOR THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY . . . .	72
<b>Амридинова Д.Т., Курбанова С.А.</b>	ЦИФРОВАЯ ЭКАНОМИКА И ОНЛАЙН ОБРАЗОВАНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ . . . . .	79
<b>Fayziyeva Kh., Tursunov Kh., Khidirova M., Kulmanov T., Zikriyoev A.</b>	GROWING UP IN A CONNECTED WORLD: INTERNET USAGE DYNAMIC IS DIGITAL AGE OR HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT? . . . . .	88
<b>Fayziyeva M.X.</b>	TIJORAT BANKLARI TAKLIF ETGAN RAQAMLI TEKNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNI BAHOLASH . . . . .	104
<b>Qobilov A.O', Abdulaxatov M.M., Rajabov Sh.B., Zokirov S.Z.</b>	ASSOTSIATIV QOIDALAR VA BOZOR SAVATLARINING TAHLILI ..	115
<b>Ризакулов Ш.Ш.</b>	БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ: НА ПРИМЕРЕ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВО . . . . .	121
<b>Назарова Р.Р., Нигматуллаева Г.Н.</b>	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УЗБЕКИСТАНА . . . . .	126
<b>Meyliev O.R., Gofurova K.X.</b>	THE ROLE OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE DIGITAL ECONOMY . . . . .	132



Ma'murov B.X.	RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA HUDUDLAR IQTISODIYOTI TARKIBIY TUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISHNING MOHIYATI VA UNING OMILLARI .....	142
Gaipov J.B.	ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ НА ПРИБЫЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ .....	150
Maxmudov S.B.	MILLIY IQTISODIYOTDA EKSPORT AMALIYOTIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI EKONOMETRIK TAHLILINI BAHOLASH ...	160
Nursaidov N.Y., Vafoev B.R.	PROBLEM OF LIMITED ACCESS TO THE INTERNET IN MOBILE LEARNING .....	172
Xidirova B.I.	РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШГА НАЗАРИЙ ЁНДАШУВЛАР .....	179
Xalilova N.K.	O'ZBEKISTON SHAROITIDA XARIDORLARNI BOSHQARISH JARAYONLARINI RAQAMLASHTIRISH ISTIQBOLLARI .....	187
Rahmatova Sh.O.	РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯ ШАРОИТИДА БИЗНЕСНИНГ ҚЎШИЛГАН ҚИЙМАТИНИ БАҲОЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ .....	196
Ahmedova S.I.	RAQAMLI IQTISODIYOTDA SANOAT KORXONALARINING ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH BO'YICHA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI .....	203
Mirzarahimova A.B.	СОҒЛИҚНИ САҚЛАШ ТИЗИМИНИ РАҚАМЛАШТИРИШДА ЭЛЕКТРОН ТИББИЙ ЁЗУВЛАРИНИНГ РОЛИ .....	209
Abdurakhmonov A.A.	O'ZBEKISTONDA RAQAMLASHTIRISH TENDENSIYALARI VA UNDAGI MAVJUD MUAMMOLAR .....	215
Abdurahmanova Z.T.	O'ZBEKISTONDA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQRISHNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYALARNING O'RNI .....	223
Mustafakulov O.U.	STATISTIKA TIZIMIDAGI RAQAMLI PLATFORMALARNI BAHOLASH VA ULARNI TANLASH .....	232
Tal'atova D.B.	RAQAMLI TENGSIZLIKNI BARQARORLASHTIRISHNING IQTISODIY O'SISHDAGI O'RNI .....	238
Nabiyeva F.O.	RAQAMLI BANKING: QIYINCHILIKLAR, RIVOJLANAYOTGAN TEXNOLOGIYA TENDENSIYALARI VA KELAJAKDAGI TADQIQOTLAR .....	244
Yax'yayev O.Y.	"JUST IN TIME" XALQARO MENEJMENT MODEL, O'RGANILISHI, AMALIYOTI, RIVOJLANGAN DAVLATLAR TAJRIBASI .....	254
Yuldashov I.S., Ro'ziev N.I.	RAHBARNING BOSHQARUV KOMPETENTLIGINI SHAKLLANTIRISH MEKANIZMLARINI O'RGANISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI .....	260
Tyraeva H.O.	КИЧИК БИЗНЕС СУБЪЕКТЛАРИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ЖИХАТЛАРИ .....	265
Muzaffarova D.M.	TASHKILOTNING FUNKSIONAL OPERATSIYALARINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA QILISH YO'LLARI .....	275

<b>Rustamova M.M.</b>	<b>KOTLIN TILIDA YARATILGAN XIZMAT SIFATINI BAHOLOVCHI “SAFE MOBILE” ILOVASI .....</b>	<b>285</b>
<b>Zikirullaeva N.</b>	<b>THE ROLE OF GOVERNMENT POLICIES IN ATTRACTING DIRECT FOREIGN INVESTMENTS .....</b>	<b>294</b>
<b>Anvarova M.M.</b>	<b>RAQAMLI TRANSFORMATSIYA JARAYONINING KICHIK VA O‘RTA BIZNES KORXONALARIGA ASOSIY TA‘SIRI .....</b>	<b>305</b>
<b>Parpieva R.A., Norboyeva N.E., Anvarova M.M.</b>	<b>IMPROVING MEDIA LITERACY USING DIGITAL TECHNOLOGIES IN PROFESSIONAL EDUCATION .....</b>	<b>311</b>

**РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ**  
**DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION TECHNOLOGY**  
**ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

**ЭЛЕКТРОН ИЛМИЙ ЖУРНАЛ**

Мазкур электрон илмий журнал Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 19 декабрдаги “Оммавий ахборот ва коммуникациялар соҳасида давлат хизматлари кўрсатишнинг айрим маъмурий регламентларини тасдиқлаш тўғрисида”ги 1017-сонли қарорида белгиланган вазифалардан келиб чиқиб, Тошкент давлат иқтисодиёт университети томонидан 2021 йил март ойида таъсис этилган ҳамда халқаро интернет тармоғига жойлаштирилган.

This electronic scientific journal was established by the Tashkent State University of Economics in March 2021, based on the tasks defined in the decision of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated December 19, 2019 No. 1017 «On approval of some administrative regulations for the provision of public services in the field of public information and communications» posted on the internet.

Нашр қилинаётган “Рақамли иқтисодиёт ва ахборот технологиялари” электрон, илмий журнали Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг 2023 йил 31 январдаги 332/6-сон қарори билан Иқтисодиёт фанлари бўйича “Фан доктори” илмий даражасига талабгорларнинг диссертация ишлари, илмий натижалари юзасидан илмий мақолалар эълон қилиниши лозим бўлган Республика илмий журналлари рўйхатига киритилган.

The electronic scientific journal “Digital economy and information technologies” published by the decision of the Higher Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated January 31, 2023 No. 332/6 announces scientific articles on the scientific results of dissertations of candidates for the degree of Doctor of Science in «Economic Sciences» included in the list of republican scientific journals that should be published.

**Журналнинг интернет ахборот тармоғидаги манзили:**

<https://dgeconomy.tsue.uz/jurnal>

**The address of the journal on the internet:**

<https://dgeconomy.tsue.uz/jurnal>

# O'ZBEKISTON SHAROITIDA XARIDORLARNI BOSHQARISH JARAYONLARINI RAQAMLASHTIRISH ISTIQBOLLARI

**Xalilova Nafisa Komilovna**

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti "Marketing" kafedrasida assistenti*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada O'zbekiston misolida korxonalarining xaridorlarni boshqarish jarayonlarini raqamlashtirishning zarurati va ahamiyati ilmiy va nazariy ma'lumotlar asosida ochib berilgan. Shuningdek, maqolada mijozlarni boshqarishni raqamlashtirish imkoniyatlari uchta usul yordamida ko'rib chiqilgan. Birinchidan, mahalliy CRM to'liq nazorat qilish imkonini beradi, lekin ko'p resurslarni talab qiladi. Ikkinchidan, «Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minotini sotib olish» tejash va sozlashni taklif qiladi, lekin katta boshlang'ich sarmoyani talab qiladi. Nihoyat, "Boshqariladigan xizmatlar outsorsingi" tejamkor va tezdir, lekin nazorat va xavfsizlikni kamaytirishi mumkin. Ushbu tanlovlarni ko'rib chiqish orqali maqola O'zbekistondagi tashkilotlarga ularning ehtiyojlariga e'tibor qaratgan holda raqamli mijozlarni boshqarish bo'yicha ongli qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

**Kalit so'zlar:** marketing, xaridor, mijoz, xaridorlarni boshqarish, CRM strategiyasi, marketingni, CRM dasturiy ta'minoti, raqobat, avtomatlashtirish.

## **Kirish:**

Raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes jarayonlarida raqamlashtirish va avtomatlashtirishni rivojlantirish nafaqat marketing sohasida, balki korxonani umumiy boshqarishda ham muhim hisoblanadi. Kuchli raqobat muhitini hisobga olgan holda, har bir biznes rahbari mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun zamonaviy yondashuvlardan oqilona foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi juda muhimdir [1]. Bundan tashqari, istiqbolli mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish strategiyalarini shakllantirish va amalga oshirish orqali biznes egalari nafaqat kuchli raqobat sharoitida gullab-yashnashi, balki mijozlarning ehtiyojlari va afzalliklarini tez va uslubiy tahlil qilish va bashorat qilish qobiliyatiga ega bo'lishlari imkoniyatlari mavjud.

CRM qisqartmasi ingliz tilidan olingan bo'lib, "**customer relationship management**" – xaridorlar bilan munosabatlarni boshqarish darah ma'noni anglatadi. CRM kompaniya va xaridor uchun yuqori qiymat yaratish uchun tanlangan xaridorlarni sotib olish, saqlab qolish va ular bilan hamkorlik qilishning keng qamrovli strategiyasi va jarayoni [2]. U rentabellik, daromad va xaridorlar ehtiyojini qondirish uchun mo'ljallangan biznes strategiyasidir.

Hozirgi vaqtda tobora ko'proq kompaniyalar turli xil CRM amaliyotlarini o'zlashtirmoqda, chunki CRM ko'plab afzalliklarni va'da qilmoqda. Jumladan, qisqaroq savdo davrlari, integratsiyalangan xaridorlar fikr-mulohazalari, yaxshilangan aloqa, xaridorlar bilimini oshirish, samaradorlikni oshirish, xaridorlarni kuzatishni yaxshilash, xaridorlar qoniqishi hamda sodiqlikni oshirish.

CRM xaridorlarga ma'lumot berish hamda xaridorlar to'g'risida ma'lumot to'plash usuli bo'lib, korxonaga eng yaxshi qiymatni taqdim etadigan mahsulotlarni baholash va sotib olishga yordam beradi.

Xaridorlar bilan munosabatlarni boshqarish iste'molchilar va tashkilotlar o'rtasida uzoq muddatli o'zaro qimmatli munosabatlarni o'rnatish, rivojlantirish, saqlash va optimallashtirish.

CRM-ning biznes strategiyasi sifatida paydo bo'lishi tashkilotlarning ish uslubini tubdan o'zgartirdi. Biznes yo'nalishida an'anaviy marketingdan munosabatlar marketingiga o'tish yuz berdi, bunda xaridor barcha biznes faoliyatining markazida turadi va tashkilotlar hozirda o'z jarayonlarini strategik ahamiyatga ega bo'lgan xaridorlar ehtiyojlaridan kelib chiqib qayta qurishga astoydil harakat qilmoqdalar.

CRM dasturiy ta'minoti kompaniyalarga o'z xaridorlari bilan o'zaro munosabatlarini optimallashtirishga imkon beradi. CRM qo'shimcha murakkab xaridorlar o'zaro yondashuvlarini soddalashtirish va optimallashtirish yo'li bilan xaridorlar g'ururini yaxshilaydi.

Biznes ekotizimining dinamikasi kompaniyalarning munosabatlarni boshqarishda ham, ularning faoliyatini tartibga solishda ham biznes yuritish usullarini o'zgartirdi. Munosabatlar marketingi shiddatli raqobat muhitida ishlaydigan korxonalar uchun asosiy marketing faoliyati sifatida paydo bo'ladi.

O'rtacha hisobda korxonalar yangi xaridorlarni qo'lga kiritish uchun ularni ushlab qolishdan ko'ra olti baravar ko'p pul sarflaydi. Shu sababli, ko'plab firmalar mavjud xaridorlarni saqlab qolish va xaridorlarning xaridlaridagi ulushini oshirish uchun ular bilan munosabatlariga ko'proq e'tibor berishadi.

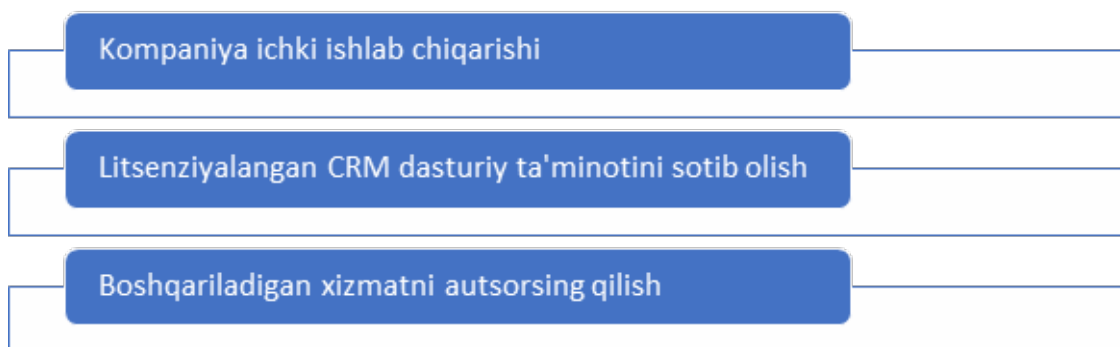
Munosabatlar marketingi amaliyoti, shuningdek, marketing samaradorligi va samaradorligini oshirish orqali marketingni samarali yaxshilash imkoniyatiga ega.

### **Metodologiya:**

Maqolada mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan barcha biznes subyektlarning marketing faoliyatida xaridorlar bilan munosabatlarni raqamlashtirish imkoniyatlari va zaruratini ilmiy asoslash maqsadida empiric tadqiqot usuli yordamida xorij olimlarining ilmiy ishlari tizimli tahlil qilingan hamda ushbu nazariy asoslarga mualliflik yondashuvlari keltirilgan. Shuningdek, maqolada xaridorlar bilan munosabatlarni boshqarish jarayonlarini raqamlashtirish va avtomatlashtirishning afzalliklari va kamchiliklari qiyosiy tahlil usuli yordamida ochib berilgan.

### **Natija va tahlil:**

CRM mijozlarni boshqarishdagi navbatdagi inqilob sifatida maqtovga sazovor bo'lib, firmalarga mijozlarni individual darajada boshqarish imkoniyatini taqdim etadi [3]. Biroq, kompaniyalar va manfaatdor tomonlarga salbiy ta'sir ko'rsatadigan muvaffaqiyatsiz amalga oshirish holatlari bo'lganligi sababli, CRM tizimlarini joriy qilish bilan bog'liq xavotirlarni yuzaga keltiradi.



**1-rasm. CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirish variantlari.**



Muvaffaqiyatsiz CRM ilovalari haqiqat bo'lsa-da, amalga oshirish variantlarini sinchkovlik bilan o'rganish bog'liq xavfning katta qismini kamaytirishi mumkin [4]. Har bir firmaning o'ziga xos talablari va vakolatlari bor va bu ehtiyojlarga mos keladigan va kompaniyaning vakolatlarini ta'kidlaydigan CRM tizimini va amalga oshirish strategiyasini tanlash juda muhimdir (1-rasm).

Amalga oshirish variantlaridan biri dasturiy ta'minotni kompaniyaning o'zi ishlab chiqishdir. Ushbu yondashuv kompaniyaga CRM yechimini o'ziga xos talablarga moslashtirishga imkon beradi, lekin rivojlanish, infratuzilma va tajriba nuqtai nazaridan katta sarmoyalarni talab qiladi [5]. Dastlabki xarajatlar pastroq bo'lishi mumkin bo'lsa-da, uzoq muddatli xarajatlar va texnik xizmat ko'rsatish yuklari odatda yuqori bo'ladi.

CRM yechimini kompaniyaning o'zi ishlab chiqishi kompaniyadan o'z talablarini aniqlashni, dasturiy ta'minotni ishlab chiqishga sarmoya kiritishni va barcha tegishli ilmiy-tadqiqot xarajatlarini o'z zimmasiga olishini talab qiladi. Ushbu yondashuv qo'shimcha xarajatlarga hissa qo'shadigan saqlash, amaliy dasturiy ta'minot va apparat vositalariga katta investitsiyalarni talab qiladi [6]. Biroq, apparat va dasturiy ta'minot uchun dastlabki xarajatlar umumiy xarajatlarning kichik qismini tashkil qiladi.

Ta'mirlash talablari, ayniqsa tashkilot ichidagi o'zgaruvchan talablar tufayli, asosan umumiy xarajatlarni shakllantiradi.

CRM dasturiy ta'minotini ichki ishlab chiqish moslashtirilgan yechim, moslashuvchanlik, integratsiya imkoniyatlari, ma'lumotlar xavfsizligi va uzoq muddatli iqtisodiy samaradorlik kabi afzalliklarni taqdim etadi [7]. Biroq, bu, shuningdek, yuqori boshlang'ich xarajatlar, resurslarga bo'lgan talablar, texnik ekspertiza talablari, doimiy texnik xizmat ko'rsatish majburiyatlari va so-tuvchilarni qo'llab-quvvatlashdagi mumkin bo'lgan cheklovlar bilan birga keladi.

Ba'zi kompaniyalar ma'lumotlarni to'plash va boshqarishda yordam berish uchun tashqi konsalting yordamiga murojaat qilishni afzal ko'rishadi, chunki bu vazifalar ularning asosiy vakolatlari bo'lmasligi mumkin (1-jadval).

Facebook o'z samaradorligini ichki ishlab chiqilgan xususiy dasturiy vositalar orqali boshqaradigan kompaniyaga misol bo'lib xizmat qiladi [8]. Facebook byudjet cheklovlari bilan cheklanishni yoki xususiylashtirishga muhtoj bo'lgan tashqi mahsulotlarga tayanishni istamadi. Buning o'rniga ular o'zlarining CRM dasturlarini yaratishni tanladilar. Ushbu ichki yechim Facebook-ga reklama beruvchilar tomonidan ko'tarilgan muammolarni hal qilishda kompaniyaning to'liq ma'lumotlariga darhol kirish imkonini beradi. Barcha tegishli ma'lumotlarga ega bo'lish orqali Facebook muammolarni tez va samarali hal qilishi mumkin.

### 1-jadval

#### Ichki ishlab chiqish afzaliklari va kamchiliklari [9]

Afzalliklar	Kamchiliklar
<p><b>Moslashtirilgan yechim:</b> O'zida dasturiy ta'minotni ishlab chiqish kompaniyaning o'ziga xos talablariga aniq javob beradigan moslashtirilgan CRM yechimini yaratishga imkon beradi. Tizim samaradorlikni oshirish uchun muayyan biznes jarayonlari, ish oqimlari va ma'lumotlar tuzilmalari bilan moslash uchun mo'ljallangan bo'lishi mumkin.</p>	<p><b>Yuqori boshlang'ich xarajatlar:</b> o'zidan dasturiy ta'minotni ishlab chiqish malakali ishlab chiquvchilarni yollash, infratuzilmani o'rnatish va doimiy texnik xizmat ko'rsatishni o'z ichiga olgan jiddiy dastlabki xarajatlarni o'z ichiga oladi. Bu xarajatlar katta bo'lishi mumkin, ayniqsa resurslari cheklangan kichik tashkilotlar uchun.</p>

<p><b>Moslashuvchanlik va boshqaruv:</b> Ichki ishlab chiqish CRM tizimining xususiyatlari, funksionalligi va foydalanuvchi interfeysi ustidan ko'proq nazoratni ta'minlaydi. Bu o'zgaruvchan biznes ehtiyojlariga asoslangan takroriy rivojlanish va tez-tez yangilash imkonini beradi/</p>	<p><b>Intensiv vaqt va resurslar:</b> CRM yechimini o'zida ishlab chiqish ichki IT guruhlar yoki tashqi maslahatchilardan ajratilgan vaqt, kuch va tajribani talab qiladi. Rivojlanish jarayoni ko'p vaqt talab qilishi va resurslarni boshqa muhim biznes operatsiyalaridan chalg'itishi mumkin.</p>
<p><b>Mavjud tizimlar bilan integratsiya:</b> Ichki ishlab chiqish ERP (Korxonalar resurslarini rejalashtirish) yoki buxgalteriya dasturlari kabi boshqa ichki tizimlar va ma'lumotlar bazalari bilan uzluksiz integratsiyani ta'minlaydi. Ushbu integratsiya ma'lumotlar izchilligini ta'minlaydi, ma'lumotlar siloslarini yo'q qiladi va mijozlar ma'lumotlarini to'liq boshqarishni osonlashtiradi.</p>	<p><b>Texnik qiyinchiliklar va tajriba:</b> Kuchli va kengaytiriladigan CRM tizimini yaratish maxsus texnik bilim va ko'nikmalarni talab qiladi. Tajribali ishlab chiquvchilar yoki tashqi maslahatchilardan foydalanmasdan yuqori sifatli, ishonchli va xavfsiz dasturiy ta'minot yechimini ishlab chiqishni ta'minlash qiyin bo'lishi mumkin.</p>
<p><b>Ma'lumotlar xavfsizligi va muvofiqligi:</b> Ichki CRM yechimi bilan kompaniya ma'lumotlar xavfsizligi choralari va muvofiqlik talablarini bevosita nazorat qiladi. Bu mustahkam xavfsizlik protokollarini, ma'lumotlar maxfiyligini ta'minlash choralari va sanoatga xos qoidalarga rioya qilishni amalga oshirish imkonini beradi.</p>	<p><b>Texnik xizmat ko'rsatish va yangilash:</b> kompaniyaning ichki CRM yechimi bilan kompaniya doimiy texnik xizmat ko'rsatish, xatolarni tuzatish, yangilash va texnologik yutuqlardan xabardor bo'lish uchun javobgardir. Ushbu faoliyat tizim barqarorligi va moslashuvchanligini ta'minlash uchun resurslar va tajribaga doimiy sarmoya kiritishni lozim.</p>
<p><b>Uzoq muddatda iqtisodiy samaradorlik:</b> O'z ichida dasturiy ta'minotni ishlab chiqishga dastlabki sarmoya yuqoriroq bo'lishi mumkin bo'lsa-da, uzoq muddatda xarajat tijorat CRM yechimlari bilan bog'liq davom etayotgan litsenziyalash to'lovlariga nisbatan past bo'lishi mumkin.</p>	<p><b>Sotuvchini qo'llab-quvvatlashning yetishmasligi:</b> O'z-o'zidan dasturiy ta'minotni ishlab chiqish, tijorat CRM dasturiy ta'minotidan foydalanish bilan taqqoslaganda, kompaniya sotuvchining yordamiga cheklangan kirish imkoniyatiga ega bo'lishi mumkinligini anglatadi.</p>

Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minotini sotib olish: To'liq ma'lumot yechimini joriy qilganda, tashkilotlar sotuvchidan litsenziyalangan CRM dasturini sotib olish imkoniyatiga ega. Litsenziyalangan CRM dasturini sotib olish bo'yicha to'liq ma'lumot, shu jumladan uning afzalliklari va kamchiliklari quyidagilardan iborat:

Tasdiqlangan muvaffaqiyat: Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minoti ko'pincha turli sohalarda muvaffaqiyatli amalga oshirish tajribasi bilan birga keladi. Dasturiy ta'minot sanoatning ilg'or amaliyotlari va foydalanuvchilarning fikr-mulohazalari asosida ishlab chiqilgan va takomillashtirilgan bo'lib, ishonchli va funksional yechimni ta'minlaydi.

Keng qamrovli xususiyatlar va funksionallik: Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minoti odatda mijozlarni boshqarishning turli jihatlarini qo'llab-quvvatlash uchun keng imkoniyatlar va funksiyalarni taklif etadi [10]. Bu xususiyatlar kontaktlarni boshqarish, etakchini kuzatish, imkoniyatlarni boshqarish, sotishni prognozlash, marketingni avtomatlashtirish va mijozlarga xizmat ko'rsatish vositalarini o'z ichiga olishi mumkin. Dastur umumiy CRM ehtiyojlarini qondirish va keng qamrovli yechimni ta'minlash uchun mo'ljallangan.

Sotuvchini qo'llab-quvvatlash va yangilanishlar: Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minoti texnik yordam va mijozlarga xizmat ko'rsatish imkoniyatini o'z ichiga olgan sotuvchilarni qo'llab-quvvatlash bilan birga keladi. Sotuvchilar ko'pincha xatolar, xavfsizlik zaifliklarini bartaraf etish va yangi xususiyatlarni qo'shish uchun muntazam yangilanishlar va yamoqlarni taqdim etadilar. Ushbu doimiy yordam CRM tizimining uzluksiz ishlashi va uzoq umr ko'rishini ta'minlashga yordam beradi.

Integratsiya imkoniyatlari: Litsenziyalangan CRM dasturi ko'pincha ERP, buxgalteriya hisobi yoki marketingni avtomatlashtirish dasturlari kabi boshqa biznes tizimlari bilan integratsiya qilish uchun mo'ljallangan [11]. Integratsiya imkoniyatlari tizimlar o'rtasida uzluksiz ma'lumotlar oqimini ta'minlaydi, bu esa mijozlar ma'lumotlarining yagona ko'rinishini ta'minlaydi va biznes jarayonlarini soddalashtiradi.

Shuningdek, uning quyidagi kamchiliklari mavjud:

Oldindan va doimiy xarajatlar: Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minoti dastlabki xarajatlarni, jumladan, dasturiy ta'minot uchun litsenziyalarni va potentsial qo'shimcha modullar yoki foydalanuvchi o'rindiqlarini sotib olishni o'z ichiga oladi. Doimiy xarajatlarga yillik litsenziyani yangilash, texnik xizmat ko'rsatish to'lovlari va qo'llab-quvvatlash obunalari kiradi. Bu xarajatlar, ayniqsa katta foydalanuvchilar bazasi yoki murakkab CRM talablari bo'lgan tashkilotlar uchun muhim bo'lishi mumkin.

Moslashtirish cheklovlari: Litsenziyalangan CRM dasturi keng imkoniyatlarni taklif qilsa-da, sozlash imkoniyatlari cheklangan bo'lishi mumkin. Tashkilotlar o'z jarayonlari va ish oqimlarini dasturiy ta'minot doirasida moslashtirishi kerak bo'lishi mumkin, bu murosaga yoki vaqtinchalik yechimlarga olib kelishi mumkin.

Potensial o'rganish egri chizig'i: Litsenziyalangan CRM dasturiy yechimini amalga oshirish foydalanuvchilardan yangi ish oqimlari va jarayonlarga moslashishni talab qilishi mumkin. O'qitish va o'zgartirish boshqaruvi harakatlari muammosiz qabul qilinishini ta'minlash va xodimlar duch keladigan har qanday qarshilik yoki muammolarni hal qilish uchun zarur bo'lishi mumkin.

Moslashtirish nazoratining yo'qligi: Litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minoti ba'zi konfiguratsiyalarga ruxsat berishi mumkin bo'lsa-da, tashkilotlar asosiy dasturiy ta'minot kodi ustidan cheklangan nazoratga ega. Bu dasturiy ta'minotni biznesning noyob talablariga ko'ra moslashtirish imkoniyatini cheklaydi.

Litsenziyalangan CRM dasturini sotib olish tasdiqlangan muvaffaqiyat, keng qamrovli xususiyatlar, sotuvchilarni qo'llab-quvvatlash va integratsiya qobiliyatlari kabi afzalliklarni taqdim etadi [12]. Biroq, tashkilotlar dastlabki va doimiy xarajatlarni, sozlashdagi potentsial cheklovlarni, sotuvchiga bog'liqlikni, potentsial o'rganish egri chizig'ini va dasturiy ta'minot kodi ustidan cheklangan nazoratni hisobga olishlari kerak. Litsenziyalangan CRM dasturiy yechimini tanlashdan oldin, uning tashkilot maqsadlariga mos kelishi va zarur funktsionallik va qo'llab-quvvatlanishini ta'minlash uchun CRMning o'ziga xos ehtiyojlari va biznes talablarini baholash zarur.

CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirishda boshqariladigan xizmatni outsorsing qilish tashkilot nomidan CRMni amalga oshirish jarayonining turli jihatlarini boshqarish uchun tashqi xizmat ko'rsatuvchi provayderni yollash amaliyotini anglatadi. Tashkilot CRMni amalga oshirishni ichki boshqarish o'rniga, maxsus vazifalarni yoki butun amalga oshirish jarayonini uchinchi tomon xizmat ko'rsatuvchi provayderga topshiradi.

CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirishda boshqariladigan xizmatni outsorsing qanday qo'llashi mumkin:

**Tizim konfiguratsiyasi va moslashuvi:** Xizmat ko'rsatuvchi provayder tashkilot talablari asosida CRM dasturiy ta'minotini sozlash va moslashtirish bilan shug'ullanishi mumkin. Bunga ma'lumotlar maydonlarini, ish oqimlarini, foydalanuvchiga kirish ruxsatlarini sozlash va tashkilot jarayonlari va brendingi bilan moslashish uchun foydalanuvchi interfeysini sozlash kiradi.

**Ma'lumotlarni ko'chirish va integratsiya:** Xizmat ko'rsatuvchi provayder mavjud tizimlar yoki ma'lumotlar bazalaridan ma'lumotlarni CRM dasturiga ko'chirishda yordam berishi mumkin [13]. Ular ma'lumotlarning silliq va to'g'ri uzatilishini, maydonlarni xaritalashini va har qanday nomuvofiqliklarni yarashtirishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, xizmat ko'rsatuvchi provayder CRM dasturiy ta'minotini ERP yoki marketingni avtomatlashtirish vositalari kabi boshqa tizimlar bilan integratsiyalashi mumkin, bu esa turli platformalar o'rtasida uzluksiz ma'lumotlar oqimini ta'minlaydi.

**O'qitish va foydalanuvchini qabul qilish:** CRMni amalga oshirish uchun boshqariladigan xizmatni outsorsing qilish tashkilot ichidagi oxirgi foydalanuvchilar uchun trening xizmatlarini o'z ichiga olishi mumkin. Xizmat ko'rsatuvchi provayder o'quv mashg'ulotlarini o'tkazishi yoki foydalanuvchilarni CRM dasturiy ta'minotidan samarali foydalanish bo'yicha o'rgatish uchun o'quv materiallarini yaratishi mumkin. Shuningdek, ular foydalanuvchining savollari, muammolarini hal qilish va foydalanuvchilarning CRM tizimini o'zlashtirishini rag'batlantirish uchun doimiy yordam ko'rsatishi mumkin.

**Tizimga texnik xizmat ko'rsatish va qo'llab-quvvatlash:** Xizmat ko'rsatuvchi provayder CRM tizimini joriy etishdan keyin saqlash va qo'llab-quvvatlash mas'uliyatini o'z zimmasiga olishi mumkin. Bunga dasturiy ta'minotni yangilash, xatolarni tuzatish, tizimni yaxshilash va yuzaga keladigan muammolarni hal qilish uchun texnik yordam ko'rsatish kiradi [14]. Xizmat ko'rsatuvchi provayder CRM tizimining funktsional, xavfsiz va tashkilotning o'zgaruvchan ehtiyojlariga mos kelishini ta'minlaydi.

**Ishlash monitoringi va hisoboti:** Xizmat ko'rsatuvchi provayder CRM tizimining ishlashini kuzatish uchun monitoring vositalari va jarayonlarini amalga oshirishi mumkin [15]. Ular tizimdan foydalanish, foydalanuvchi faoliyati va ishlash ko'rsatkichlari haqida ma'lumot berish uchun hisobotlar va tahlillarni yaratishi mumkin. Ushbu ma'lumotlar tashkilotga CRM tizimining samaradorligini baholashga va undan foydalanish va ta'sirini yaxshilash uchun ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirishda boshqariladigan xizmatni outsorsing qilishning afzalliklari:

**Ixtisoslashgan ekspertizadan foydalanish:** Xizmat ko'rsatuvchi provayderlar muammosiz va samarali jarayonni ta'minlaydigan CRM dasturiy ta'minotini joriy etish bo'yicha tajriba va tajribaga ega.

**Amalga oshirish vaqtining qisqarishi:** outsorsing amalga oshirish jarayonini tezlashtirishi mumkin, chunki xizmat ko'rsatuvchi provayder CRM joriy etishga alohida e'tibor qaratadi va shunga mos ravishda resurslarni taqsimlaydi.

**Xarajatlarni tejash:** Outsorsing CRMni amalga oshirish uchun ichki jamoani yollash va o'qitish bilan solishtirganda tejamkor bo'lishi mumkin.



Asosiy vakolatlarga e'tibor qarating: Tashkilot o'zining asosiy biznes faoliyatiga e'tibor qaratishi mumkin, shu bilan birga CRM joriy qilishni mutaxassislariga ishonib topshiradi.

Doimiy qo'llab-quvvatlash va texnik xizmat ko'rsatish: Xizmat ko'rsatuvchi provayder CRM tizimini doimiy qo'llab-quvvatlash va texnik xizmat ko'rsatishni ta'minlaydi va tashkilotni ushbu mas'uliyatdan ozod qiladi.

CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirish uchun boshqariladigan xizmatni outsorsing qilish bir qancha afzalliklarni taqdim etsa-da, mumkin bo'lgan kamchiliklarni ham hisobga olish muhimdir.

CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirishda boshqariladigan xizmatni outsorsing qilishning ba'zi mumkin bo'lgan kamchiliklari:

Nazoratni yo'qotish: CRMni amalga oshirishni outsorsing qilish orqali tashkilot jarayon ustidan nazoratni yo'qotishi mumkin. Ular muhim vazifalarni hal qilishda xizmat ko'rsatuvchi provayderga tayanadi va bu ko'rinishning pasayishiga va amalga oshirish qarorlari va muddatlariga ta'sir qilishi mumkin.

Xizmat ko'rsatuvchi provayderga bog'liqlik: CRMni amalga oshirishni outsorsing qilish doimiy qo'llab-quvvatlash, yangilash va texnik xizmat ko'rsatish uchun xizmat ko'rsatuvchi provayderga tayanishni anglatadi [16]. Agar xizmat ko'rsatuvchi provayder muammolarga duch kelsa yoki kutganlarga javob bermasa, bu tashkilotning CRM operatsiyalariga ta'sir qilishi mumkin va uni hal qilish uchun qo'shimcha harakatlar talab etiladi.

Ichki ekspertiza rivojlanishining yo'qligi: Amalga oshirishni outsorsing qilish tashkilotning CRM dasturiy ta'minotida ichki tajribani ishlab chiqish imkoniyatini cheklashi mumkin [17]. Agar tashkilot uzoq muddatda tizim ustidan ichki bilim va nazoratga ega bo'lishni niyat qilsa, bu kamchilik bo'lishi mumkin.

Muloqot va muvofiqlashtirish muammolari: CRMni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun samarali aloqa va muvofiqlashtirish juda muhimdir. Tashqi xizmat ko'rsatuvchi provayder bilan ishlash ustuvorliklarni muvofiqlashtirish, tashvishlarni zudlik bilan hal qilish va talablarni aniq tushunishni ta'minlash nuqtai nazaridan muammolarni keltirib chiqarishi mumkin.

Potensial xavfsizlik va ma'lumotlarning maxfiyligi bilan bog'liq muammolar: CRMni amalga oshirishni outsorsing qilishda tashkilot mijozlarning nozik ma'lumotlari va ma'lumotlarini xizmat ko'rsatuvchi provayder bilan bo'lishishi kerak [18]. Bu potensial xavfsizlik va ma'lumotlar maxfiyligi bilan bog'liq muammolarni keltirib chiqaradi. Xizmat ko'rsatuvchi provayder mustahkam xavfsizlik choralariga ega bo'lishini va tegishli ma'lumotlarni himoya qilish qoidalariga rioya qilishini ta'minlash muhimdir.

Xarajatlarni hisobga olish: outsorsing xarajatlarni tejash imkonini berishi mumkin bo'lsa-da, umumiy xarajatlar oqibatlarini diqqat bilan baholash muhimdir. Outsorsing, takroriy to'lovlar yoki uzoq muddatli shartnomalarni o'z ichiga olishi mumkin, bu kutilganidan qimmatroq bo'lishi mumkin, ayniqsa, agar tashkilotning CRM talablari vaqt o'tishi bilan o'zgarsa yoki kengaytirilsa.

Cheklangan moslashtirish: Xizmat ko'rsatuvchi provayderga va outsorsing xizmati ko'lamiga qarab, sozlash imkoniyatlari cheklangan bo'lishi mumkin. Tashkilotlar xizmat ko'rsatuvchi provayder tomonidan taqdim etilgan standart CRM yechimi bilan osongina moslasha olmaydigan muayyan talablar yoki noyob jarayonlar bo'yicha murosaga kelishlari mumkin.

## Xulosa:

Maqolada CRM dasturini amalga oshirishning uchta alohida varianti ko'rib chiqildi va ularning afzalliklari va kamchiliklari har tomonlama baholandi. Birinchidan, mahalliy joylashtirish yondashuvi kompaniyaning o'z serverlarida CRM dasturlarini joylashtirishni o'z ichiga oladi. Bu moslashtirilgan echimlar va ma'lumotlarni nazorat qilish imkonini beradi, lekin muhim IT infratuzilmasi va tajribasini talab qiladi.

Ikkinchidan, litsenziyalangan CRM dasturiy ta'minotini sotib olish egalik huquqini va uzoq muddatli xarajatlarni tejash imkonini beradi. Dasturiy ta'minotni noyob ehtiyojlarga moslashtirish ortiqcha, ammo bu yondashuv katta boshlang'ich investitsiyalar va doimiy IT-kompaniyani qo'llab-quvvatlashni talab qiladi.

Nihoyat, CRM xizmatlarini uchinchi tomon provayderiga outsorsing qilish tejamkorlik, tezkor joylashtirish va maxsus tajribani taklif etadi. Biroq, bu ma'lumotlar nazoratini kamroq talab qilishi va xavfsizlikka tahdid solishi mumkin. Bundan tashqari, provayderning amaliyotiga moslashish qiyin bo'lishi mumkin.

Ushbu variantlarni va ular bilan bog'liq ijobiy va salbiy tomonlarini ko'rsatib, maqola o'quvchilarga CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirishda ularning o'ziga xos tashkiliy talablari va cheklovlarini hisobga olgan holda ongli qarorlar qabul qilish imkoniyatini beradi.

Biroq, ishonchli xizmat ko'rsatuvchi provayderni diqqat bilan tanlash va CRM dasturiy ta'minotini amalga oshirish uchun muvaffaqiyatli outsorsing kelishuvini ta'minlash uchun aniq aloqa, taxminlar va xizmat ko'rsatish darajasidagi kelishuvlarni o'rnatish muhimdir.

## Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Nafosat Radjabovna, S. (2023). Possibilities of Using Methods and Digital Technologies of Data Analysis in Entrepreneurial Marketing Research in the Conditions of Uzbekistan: A Conceptual Framework. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(5), 262-270. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v6i5.1137>
2. Maggon, M., & Chaudhry, H. (2019). Moderating role of gender amongst various constructs of CRM: An empirical study of Indian hotels. *Journal of Advances in Management Research*, 16(1), 123-140. <https://doi.org/10.1108/JAMR-07-2017-0080>
3. Seo, H., Fu, L., & Song, T. H. (2022). Differential Impact of Customer Equity Drivers on Satisfaction: The Case of China's Telecommunications Industry. *Asia Marketing Journal*, 24(4), 178-189. <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1600>
4. Sharopova N. (2022). O'ZBEKISTON TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA CRM TIZIMLARIDAN FOYDALANISH. *Economics and Innovative Technologies*, 10(3), 339-347. [https://doi.org/10.55439/EIT/vol10\\_iss3/a35](https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss3/a35)
5. Pedron, C. D., Picoto, W. N., Colaco, M., & Araújo, C. C. (2018). Articles CRM system: The Role of Dynamic Capabilities in creating Innovation Capability. *Brazilian Business Review*, 15(5), 494-511. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.5.6>
6. Ngelyaratan, D., Soediantono, D., Staf, S., Tni, K., & Laut, A. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (Vol. 3, pp. 2722-8878)*. Retrieved from <http://www.jiemar.org>
7. Sharopova, N. (2022, December). Linking the potentials of customer behavior

focused digital marketing technologies and entrepreneurship growth: Developing an analytical hierarchy process framework of business growth supported by digital marketing technologies. In Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems (pp. 376-380).

8. Rodriguez, M., & Boyer, S. (2020). The impact of mobile customer relationship management (mCRM) on sales collaboration and sales performance. *Journal of Marketing Analytics*, 8(3), 137–148. <https://doi.org/10.1057/s41270-020-00087-3>

9. Rahman, M. S., Bag, S., Gupta, S., & Sivarajah, U. (2023). Technology readiness of B2B firms and AI-based customer relationship management capability for enhancing social sustainability performance. *Journal of Business Research*, 156. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113525>

10. Kim, O., & Cho, Y. (2023). Investigating Effects of Customer Satisfaction, Awareness, Participation for e-CRM-Oriented Non-Profit Organization's Public Sector Marketing: The Case of the Republic of Korea National Red Cross. *Journal of Marketing Management Research*, 28(1), 69–90. <https://doi.org/10.37202/kmmr.2023.28.1.69>

11. Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 33(1), 2733–2750. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1676283>

12. Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129, 83–87. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.050>

13. Zabukovšek, S. S., Tominc, P., & Bobek, S. (2019). Business informatics principles. In *Spatonomy: Spatial Exploration of Economic Data and Methods of Interdisciplinary Analytics* (pp. 93–118). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-26626-4\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-26626-4_4)

14. Zhao, X. (2023). Construction risk management research: intellectual structure and emerging themes. *International Journal of Construction Management*. <https://doi.org/10.1080/15623599.2023.2167303>

15. Singh, S., & Duque, L. C. (2020). Familiarity and format: cause-related marketing promotions in international markets. *International Marketing Review*, 37(5), 901–921. <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2018-0307>

16. Trif, S. M., Dutu, C., & Tuleu, D. L. (2019). Linking CRM capabilities to business performance: A comparison within markets and between products. *Management and Marketing*, 14(3), 292–303. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2019-0021>

17. Sharopova, N. (2020). Maktabgacha ta'lim xizmatlarining inson kapitalini oshirishdagi ta'sirini aniqlashda marketing tadqiqot usullarining samaradorligi. *Экономика и инновационные технологии*, (1(2), 167–178.

18. Udunuwara, M., Sanders, D., & Wilkins, H. (2019). The dichotomy of customer relationship management and variety-seeking behaviour in the hotel sector. *Journal of Vacation Marketing*, 25(4), 444–461. <https://doi.org/10.1177/1356766718817793>



**РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ**  
**DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION TECHNOLOGY**  
**ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Электрон илимий журнал | Electronic scientific journal

***Muharrirlar:***  
***Yaxshiyev H.T.***  
***Matxo'jayev A.O.***

***Musahhih:***  
***Matxo'jayev A.O.***

***Tehnik muharrir:***  
***Mirzayev J.O'.***

Litsenziya AI № 2537 08.02.2022 y. Bosishga ruxsat etildi 19.10.2023.  
Qog'oz bichimi 60x84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Shartli bosma tabog'i 19,9. Raqamli bosma.  
Adadi 50 nusxa. №16/10-2023 - sonli buyurtma.

“Zarafshon Foto” MCHJning matbaa bo'limida chop etildi.  
100164, Toshkent sh., Mirzo Ulug'bek tumani, Shahriobod ko'chasi, 3-uy.



CONFERENCE "GLOBAL AND NATIONAL ECONOMIC TRENDS" 19-20 OCTOBER

1st DIRECTION: TRENDS AND PROSPECTIVE DIRECTIONS OF GLOBAL ECONOMIC DEVELOPMENT.

CONFERENCE "GLOBAL AND NATIONAL ECONOMIC

TRENDS"

19-20 OCTOBER 2023

TASHKENT STATE

UNIVERSITY OF ECONOMICS,

TASHKENT, UZBEKISTAN

CONFERENCE "NEW2AN, ICFNDS and ICDSIS"

Parallel conferences

CONFERENCE "IFRS" ФОРУМ

DEVELOPMENT STRATEGY:

GLOBAL ECONOMIC TRENDS

"IFRS"

НОМЛИ

КОНФЕРЕНЦИЯ

CONFERENCE "GLOBAL AND NATIONAL ECONOMIC

TRENDS"

TASHKENT STATE

UNIVERSITY OF ECONOMICS

ЎНАЛИШ: ГЛОБАЛ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛИ ЎНАЛИШЛАРИ. "Глобал ва миллий иқтисодиёт трендлари" номли конференция

PARALLEL CONFERENCES

"NEW2AN, ICFNDS and ICDSIS"

AND ICDSIS



- Conditions for improvement
- Corporate Accounting
- Institutional problems
- Training personnel for
- Business environment
- Digital technologies in

CONFERENCE

TRENDS" CONFERENCE 19-20 OCTOBER



+998 71 239-28-94 <http://dgeconomy.tsue.uz/>

dgeconomy\_tdiu@mail.ru, dgeconomy@tsue.uz

100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy.

ФОРУМ

- Gender Equality
- Industry 4.0
- Sustainable Agricultural Development

- Digit
- Gree
- Envir
- Alter
- Artif
- digit