MEHMONXONA BIZNESIDA MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLARNI BOSHQARISH (CRM) TIZIMINING ROLI

Xalimova Mashxura Xakimovna
Assistent "Boshqaruv va
Turizm" "TIQXMMI" MTU

Hozirgi kunda turizm va mehmonxona biznesi jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Globalizatsiya jarayonlari, transport va kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi natijasida turistik xizmatlarga bo‘lgan talab tobora ortib bormoqda. Shu bilan birga, mehmonxona korxonalari o‘rtasidagi raqobat ham kuchayib bormoqda. Bunday sharoitda mehmonxona biznesi nafaqat sifatli xizmat ko‘rsatishni, balki mijozlar bilan samarali va uzoq muddatli munosabatlarni yo‘lga qo‘yishni ham talab etadi. Ayniqsa, mijozlarning ehtiyoj va talablarini chuqur o‘rganish, ularga individual yondashuvni ta’minlash hamda ularning sodiqligini oshirish mehmonxona korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishida muhim omillardan biri hisoblanadi. Zamonaviy boshqaruv tizimlarida mijozlar bilan aloqalarni samarali tashkil etish uchun **Customer Relationship Management (CRM)** tizimlaridan keng foydalanilmoqda. CRM tizimi mijozlar haqidagi ma’lumotlarni yig‘ish, saqlash va tahlil qilish imkonini beruvchi axborot texnologiyalari majmuasidir. Ushbu tizim yordamida mehmonxona korxonalari mijozlarning ehtiyojlarini aniqroq aniqlashi, ularga mos xizmatlarni taklif qilishi hamda xizmat ko‘rsatish jarayonini yanada takomillashtirishi mumkin. Natijada mijozlarning qoniqish darajasi ortadi, ularning mehmonxonaga bo‘lgan ishonchi va sodiqligi mustahkamlanadi.

Bugungi kunda mehmonxona biznesida CRM tizimining ahamiyati tobora ortib bormoqda. Chunki mijozlar bilan samarali munosabatlarni yo‘lga qo‘yish mehmonxonaning barqaror rivojlanishi va bozor raqobatbardoshligini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi. CRM tizimi mehmonxona faoliyatining turli jarayonlarini,

jumladan, marketing, xizmat ko‘rsatish, mijozlar bilan aloqa va ma’lumotlarni boshqarishni yagona tizimga birlashtiradi. Bu esa boshqaruv qarorlarini qabul qilishda muhim axborot bazasini yaratadi. Shu bois mehmonxona biznesida CRM tizimlarini joriy etish va ulardan samarali foydalanish masalasi dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyatga ega hisoblanadi. Mazkur tezisda mehmonxona biznesida mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimining mohiyati, uning xizmat sifatini oshirishdagi roli hamda mehmonxona korxonalari faoliyatini rivojlantirishdagi ahamiyati o‘rganiladi.

Bundan tashqari, CRM tizimlarining mehmonxona faoliyatiga ta’sirini aniqlash maqsadida taqqoslash va statistik tahlil usullaridan foydalanildi. Ushbu usullar yordamida CRM tizimi joriy etilgan mehmonxona korxonalarida mijozlar qoniqish darajasi, xizmat sifati va marketing faoliyatining samaradorligi o‘rganildi. Olingan ma’lumotlar asosida CRM tizimining mehmonxona biznesida mijozlar bilan uzoq muddatli va barqaror munosabatlarni shakllantirishdagi ahamiyati aniqlab berildi. Shu tariqa, qo‘llanilgan metodologik yondashuvlar mehmonxona biznesida CRM tizimining ahamiyatini ilmiy jihatdan asoslash, uning samaradorligini tahlil qilish hamda sohada qo‘llash istiqbollarini aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot natijalari mehmonxona biznesida mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) tizimining joriy etilishi korxona faoliyatining samaradorligini sezilarli darajada oshirishini ko‘rsatdi. CRM tizimi yordamida mijozlar haqidagi ma’lumotlarni yig‘ish, saqlash va tahlil qilish imkoniyati yaratiladi. Bu esa mehmonxona xodimlariga mijozlarning ehtiyojlari va xohishlarini aniqroq aniqlash hamda ularga individual yondashuvni ta’minlash imkonini beradi. Bundan tashqari, CRM tizimlarining mehmonxona faoliyatiga ta’sirini aniqlash maqsadida taqqoslash va statistik tahlil usullaridan foydalanildi. Ushbu usullar yordamida CRM tizimi joriy etilgan mehmonxona korxonalarida mijozlar qoniqish darajasi, xizmat sifati va marketing faoliyatining samaradorligi o‘rganildi. Olingan ma’lumotlar asosida CRM tizimining mehmonxona biznesida mijozlar bilan uzoq muddatli va barqaror

munosabatlarni shakllantirishdagi ahamiyati aniqlab berildi. Shu tariqa, qo‘llanilgan metodologik yondashuvlar mehmonxona biznesida CRM tizimining ahamiyatini ilmiy jihatdan asoslash, uning samaradorligini tahlil qilish hamda sohada qo‘llash istiqbollarini aniqlash imkonini berdi.

Shuningdek, CRM tizimidan foydalanish mehmonxona xizmatlarini rejalashtirish va marketing faoliyatini samarali tashkil etishga yordam beradi. Mijozlarning oldingi tashriflari, xizmatlardan foydalanish darajasi va ularning fikr-mulohazalarini tahlil qilish orqali mehmonxona korxonalari mijozlarga moslashtirilgan takliflar va xizmatlar ishlab chiqishi mumkin. Natijada mijozlarning qoniqish darajasi oshadi hamda ularning mehmonxonaga qayta tashrif buyurish ehtimoli ortadi. Bundan tashqari, CRM tizimi mehmonxona boshqaruvida qaror qabul qilish jarayonini ham takomillashtiradi. Mijozlar bilan bog‘liq ma’lumotlar yagona tizimda jamlangani sababli rahbariyat xizmat sifatini oshirish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish hamda yangi xizmat turlarini joriy etish bo‘yicha aniq va asosli qarorlar qabul qilishi mumkin.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, CRM tizimining samarali qo‘llanilishi mehmonxona biznesida mijozlar sodiqligini oshirish, xizmat sifatini yaxshilash va korxonaning raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, ushbu tizim mehmonxona korxonalarining uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta’minlashda muhim boshqaruv vositasi sifatida namoyon bo‘ladi.

Xulosa qilib aytganda, mehmonxona biznesida mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) tizimi zamonaviy boshqaruvning muhim vositalaridan biri hisoblanadi. Raqobat kuchayib borayotgan turizm bozorida mehmonxona korxonalari uchun mijozlarning ehtiyoj va talablarini chuqur o‘rganish, ularga individual yondashuvni ta’minlash hamda yuqori sifatli xizmat ko‘rsatish muhim ahamiyat kasb etadi. Aynan shu jarayonlarda CRM tizimi samarali boshqaruv mexanizmi sifatida xizmat qiladi. CRM tizimi yordamida mijozlar haqidagi ma’lumotlar tizimli ravishda

yig‘iladi, tahlil qilinadi va ulardan xizmat ko‘rsatish jarayonini takomillashtirishda foydalaniladi. Bu esa mijozlar qoniqish darajasini oshirish, ularning mehmonxonaga bo‘lgan sodiqligini mustahkamlash hamda mehmonxona xizmatlarining raqobatbardoshligini ta’minlash imkonini beradi. Shuningdek, CRM tizimi marketing faoliyatini samarali tashkil etish, mijozlarga moslashtirilgan xizmatlarni taklif qilish hamda boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonini yanada takomillashtirishga yordam beradi. Shu sababli zamonaviy mehmonxona korxonalari faoliyatida CRM tizimlarini joriy etish va ulardan samarali foydalanish muhim strategik ahamiyatga ega. Ushbu tizim mehmonxona biznesining barqaror rivojlanishini ta’minlash, xizmat sifatini oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni shakllantirishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. Rahimi, R., Nadda, V. K., & Wang, H. (2015). CRM in tourism. In *Emerging innovative marketing strategies in the tourism industry* (pp. 142-160). IGI Global.

2. Ishanxodjayeva, D. (2023). Mehmonxona biznesida CRM tizim xizmatlarini loyihalash. *Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot jurnali*, *1*, 23-31.

3. Sharopova, N. (2022). Use of CRM systems in the activities of business entities of Uzbekistan. Iqtisodiyot va innovasion texnologiyalar, *4*, 58-66.

4.Gulomkodirov, M. (2024). Enhancing the customer experience with CRM systems: A case study of the hotel industry. Kokand University Research Base.

5. Oxunov, D. M. (2024). Customer relationship management based on the latest information and communication technologies. *Raqamli iqtisodiyot jurnali*, *2*, 15-27.

6. Yuldasheva, Sh. Sh., & Boboxonova, Z. O. (2024). ERP va CRM tizimlarining korxona samaradorligiga ta’siri. *Journal of New Century Innovations*, *1*, 40-49.

7. Кобяк, М. В., & Скобкин, С. С. (2021). *Управление качеством гостиничного предприятия.* Москва: Юрайт.