

KORXONALARDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ORQALI XIZMAT KO'RSATISH SIFATINI OSHIRISH OMILLARI

Abdiyev Nosir Raximovich

mustaqil tadqiqotchi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18239328>

So'nggi yillarda iqtisodiy rivojlanish va xizmat ko'rsatish sohasida sifatni oshirish uchun raqamli texnologiyalarni keng joriy etishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu jarayon mamlakatning "Raqamli O'zbekiston –2030" strategiyasi doirasida aniq maqsadlar va amaliy rejalar bilan qo'llab-quvvatlanmoqda. Mazkur strategiya iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida, ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasida innovatsion texnologiyalarni joriy etishni tezlashtirishga qaratilgan. Global miqyosda xizmat ko'rsatish sohasi raqamli iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylanmoqda. Shu bilan birga, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish orqali mijozlarga ko'rsatiladigan xizmat sifati sezilarli darajada oshmoqda. Raqamli transformatsiya xizmatlarni avtomatlashtirish, operatsion xarajatlarni kamaytirish va iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq qondirish imkoniyatini beradi. Xizmat ko'rsatish sohasida raqamli texnologiyalar, misol uchun sun'iy intellekt (AI) orqali har bir mijozga individual yondashish imkoniyatini beradi. Maxsus dasturlarning algoritmlari orqali har bir mijoz foydalangan xizmat turlari tahlil qilib boriladi, mijoz tomonidan berilgan baholar kelgusida taklif etiladigan xizmatlarni sifatli amalga oshirishga zamin yaratadi. Shuningdek, raqamli texnologiyalarni joriy etish yangi ish o'rinlarini yaratishda ham muhim ahamiyatga ega. Xizmat ko'rsatish sektorida avtomatlashtirilgan tizimlar, elektron savdo platformalari va onlayn xizmatlar yangi ish o'rinlarini ochadi, shu bilan birga malakali ishchi kuchini tayyorlashni talab qiladi.

Bunday texnologiyalar yangi mutaxassisliklar va malakalar yaratishga olib keladi. Biroq, bu jarayon nafaqat yangi ish o'rinlari yaratishni, balki mavjud ishchi kuchining malakasini oshirishni ham talab etadi. Tadqiqotimiz olib borilgan xizmat ko'rsatuvchi korxonalarining ish jarayonlari raqamli texnologiyalar joriy etilgunga qadar hamda joriy etilgandan keying ko'rsatkichlari orasida avvalo korxona daromadi oshishi, xizmat ko'rsatishga sarflangan vaqt tejallishi, xizmatlar sifati oshishi, korxona uchun eng muhim bo'lgan yangi mijozlar ortishi shuningdek, xarajatlar kamayishiga erishilganini ko'rishimiz mumkin. Yuqorida keltirilgan natijalarga erishishda nafaqat raqamli texnologiyalar, balki ushbu texnologiyalarni tushunadigan kadrlarning savodxonligi hamda raqamli kompetensiyalari – ya'ni axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish sohasidagi turli muammolarni hal qilish qobiliyati muhim ahamiyat kasb etadi.

Xizmat ko'rsatuvchi korxonalarda o'rganishlar natijasiga ko'ra quyidagi raqamli texnologiyalarni joriy etish takliflari ishlab chiqildi:

1. Ish jarayonlarini avtomatlashtirish – bunda tizimlar yoki dasturiy ta'minotga takrorlanadigan vazifalarni bajarishga imkon beradi, shu bilan birga muhimroq ishlarga vaqt ajratadi. Masalan, ixtisoslashgan vositalar yordamida potentsial mijozlarga elektron pochta xabarlarini yuborish yoki ijtimoiy media xabarlarini rejalashtirishni avtomatlashtirish mumkin. Bu savdo guruhlariga odatdagi vazifalarga vaqt sarflashdan ko'ra, mijozlar bilan shaxsiylashtirilgan o'zaro munosabatlarga e'tibor qaratish imkonini beradi.
2. CRM tizimlari (mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish) – bu Ushbu tizimlar mijozlar ma'lumotlarini, shu jumladan aloqa ma'lumotlari, o'zaro ta'sir tarixi va afzalliklarini Markaziy boshqarish imkonini beradi. Masalan, potentsial va joriy mijozlar ma'lumotlarini saqlash uchun

CRM - dan foydalanish mumkin, bu esa sotuvlarni yanada samarali kuzatish va mijozlarning o'ziga xos ma'lumotlari asosida o'zaro aloqalarni shaxsiylashtirish imkonini beradi.

3. Integratsiyalash – bu orqali korxona o'zida mavjud bo'lmagan xizmat turini boshqa korxonada mavjud xizmat turiga integratsiya qilishi, ya'ni korxonalar integratsiyasi orqali mavjud mijoz uchun qulaylik yaratish hamda yangi mijozlar jalb qilish imkonini beradi.

4. Chatbotlar - bu avtomatlashtirish shakli bo'lib, mijozlar bilan 24/7 muloqot qilish imkonini beradi. Ushbu tizimlar umumiy savollarga javob berish, tezkor yordam ko'rsatish va sotib olish jarayonida mijozlarga hamrohlik qilish uchun sun'iy intellektdan foydalanadi. Masalan, onlayn-do'kon veb-saytida chatbot tovarlar haqidagi savollarga javob berishi, tovarlarni tanlashda yordam berishi yoki buyurtma holati to'g'risida ma'lumot berishi mumkin.

Yuqorida keltirib o'tilgan tavsiyalarni korxona faoliyatiga joriy etish orqali xizmatlar sifatini oshirishga erishish asosiy maqsad bo'libgina qolmasdan, o'zgaruvchan mijoz talabiga moslashish imkonini ham beradi.

Xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi omillarning ilmiy izohi

1. Ishonchlilik (Reliability)

Ishonchlilik xizmatning barqarorligi va kutilgan natijalarni uzluksiz ta'minlash qobiliyatidir. Bu omil xizmat ko'rsatish jarayonidagi xatoliklar sonini kamaytirish, belgilangan standartlar va kelishuvlarga qat'iy rioya qilish orqali mijozning qoniqishini oshiradi. Ishonchlilik – xizmat sifatining asosiy ko'rsatkichlaridan biri bo'lib, uning yuqori darajasi mijozlar sadoqatini shakllantirishga olib keladi. Ishonchlilikni o'lchashda, odatda, xizmatning muvaffaqiyatsiz ishlashlari soni yoki xizmat ko'rsatishdagi xatolar chastotasi tahlil qilinadi (Bitner & Hubbert, 1994).

2. Vaqt omili (Timeliness)

Vaqt omili xizmatlarni belgilangan muddatda taqdim etish qobiliyatidir va bu mijozlar uchun muhim kutilmalarni qondiradi. Tez va o'z vaqtida xizmat ko'rsatish mijozlar ehtiyojlarini samarali qondirish va ularning umumiy qoniqish darajasini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Vaqt omilining yuqori darajada bajarilishi xizmat jarayonining samaradorligini va resurslardan optimal foydalanishni ta'minlaydi (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985).

3. Texnik xususiyatlarga mos kelish (Conformance to Specifications)

Bu omil xizmatning texnik va sifat standartlariga mosligini bildiradi. Ya'ni, xizmat mahsulotining mijoz tomonidan belgilangan talablar va spetsifikatsiyalarga qanchalik javob berishi. Texnik moslik yuqori sifatni ta'minlaydi va xizmatning ishlash samaradorligini oshiradi. Bu omil xizmatning tashqi va ichki sifatini o'lchashda qo'llaniladi, shuningdek, xizmatni ishlab chiqish va uni taqdim etishda standartlarni saqlash muhimdir (Gronroos, 1984).

4. Rag'batlantirish (Incentives)

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risidagi Farmon. — Toshkent, 2020.
2. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
3. Bitner, M. J., & Hubbert, A. R. (1994). Encounter Satisfaction versus Overall Satisfaction

versus Quality. In: Rust, R. T. & Oliver, R. L. (Eds.), Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Sage Publications.

4. Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. European Journal of Marketing, 18(4), 36–44.
5. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. Harvard Business Review, 92(11), 64–88.
6. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future. W. W. Norton & Company.