

***To'lqinboyev Sardorbek Hakimjon o'g'li***

*Andijan machine-building institute – bachelor student, Uzbekistan*

***tolqinboyevsardorbek17@gmail.com***

***[Tel:+998333968280](tel:+998333968280)***

***To'lqinboyev Otabek Hamidjon o'g'li***

*Andijan machine-building institute – bachelor student, Uzbekistan*

***otabektolqinboyev77@gmail.com***

***[Tel:+998888311008](tel:+998888311008)***

***Mahammadjonov Hayitali Muzaffarjon o'g'li***

*Andijan machine-building institute – bachelor student, Uzbekistan*

***[savdoelite@mail.ru](mailto:savdoelite@mail.ru)***

***[Tel:+998972082627](tel:+998972082627)***

**Kirish.**Bugungi bozorda logistika kompaniyalar muvaffaqiyatining asosiy omili hisoblanadi. Biroq, faqat operatsion samaradorlikka e'tibor qaratish o'rniga, tashkilotlar mijozlar tajribasining qiymatini strategik farqlovchi sifatida tan olishlari kerak. Ushbu maqolada biz mijozlar tajribasini yaxshilaydigan tegishli statistik ma'lumotlar va logistika tendentsiyalarini taqdim etishdan tashqari, logistika sohasida qanday raqobatdosh ustunlikka aylanishi mumkinligini ko'rib chiqamiz.

**Logistikada mijozlar tajribasining ahamiyati**

An'anaviy ravishda ta'minot zanjirini boshqarishga yo'naltirilgan logistika tobora ko'proq mijozlarga yo'naltirilgan. Mijozlarning umidlari rivojlandi va endi logistika jarayonining barcha bosqichlarida silliq va moslashtirilgan tajribani talab qilmoqda. Emplafining so'nggi ma'lumotlariga ko'ra, iste'molchilarning **61 foizi**, agar ularga yaxshi mijozlar tajribasi kafolatlangan bo'lsa, kamida **5 foiz** ko'proq to'laydi. Logistika sohasida mijozlar tajribasi statistikasi. Logistikada mijozlar tajribasining ahamiyatini yaxshiroq tushunish uchun ba'zi oshkora statistikasi ko'rib chiqaylik:

Iste'molchilarning 97 foizi va aloqa markazi rahbarlarining 98 foizi mijozlarga xizmat ko'rsatishning o'zaro ta'siri iste'molchilarning brendga sodiqligiga ta'sir qilishini aytishadi.

Iste'molchilarning 60% aloqa markazidagi salbiy tajriba tufayli brendni o'zgartirdi.

Brendlarning 70% mijozlarga xizmat ko'rsatish va brendning ishlashi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlikni ko'radi.

Mijozlarning 87 foizi o'zlari ishonmaydigan brendlarning mahsulotlarini sotib olishdan faol ravishda qochishadi.

CX rahbarlarining 74% mijozlar va xodimlarga kontent va bilimlarni yetkazib berishni yaxshilash muhimligini ta'kidlaydi.

Mijozlarning 81 foizi ijobiy mijozlar tajribasi boshqa xarid qilish imkoniyatini oshirishini aytishdi.

Iste'molchilarning 95% mijozlarga xizmat ko'rsatish ularning brendga sodiqligiga ta'sir qiladi, deb ta'kidlaydi, bunda qulay foydalanish, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va professional agentlarni muhim omillar sifatida ta'kidlaydi.

Rahbarlarning 64 foizi mijozlarga xizmat ko'rsatish kompaniyaning o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini

Rahbarlarning 60% mijozlarga xizmat ko'rsatish mijozlarni ushlab turishni yaxshilaydi.

Xaridorlarning 88% mijozlar tajribasi kompaniya mahsuloti yoki xizmatlari kabi muhim ekanligini ta'kidlaydi. Mijozlarning tajribasini yaxshilaydigan logistika tendentsiyalari. Logistika evolyutsiyasi ushbu sektorda mijozlar tajribasini o'zgartiradigan bir qator tendentsiyalarni keltirib chiqardi. Ushbu tendentsiyalarning ba'zilari quyidagilarni o'z ichiga oladi. Logistik kanal: elektron tijorat, jismoniy do'konlar va mijozga to'g'ridan-to'g'ri etkazib berish kabi savdo va tarqatish kanallarining integratsiyasi muammosiz va izchil xarid qilish tajribasiga imkon beradi. Haqiqiy vaqtda kuzatish: Kuzatuv va monitoring texnologiyalari yordamida mijozlar real vaqt rejimida o'z jo'natmalarining borishini kuzatishi mumkin, bu ishonchni mustahkamlaydi va noaniqlikni kamaytiradi.

Moslashuvchan yetkazib berish: O'sha kuni yetkazib berish yoki ma'lum vaqtlarda yetkazib berish kabi moslashuvchan yetkazib berish imkoniyatlarini taklif qilish mijozlarga qulaylik va shaxsiylashtirishni ta'minlaydi.

Avtomatlashtirish va robototexnika: Omborlar va tarqatish markazlarida avtomatlashtirish va robotlardan foydalanish logistika jarayonlarida yuqori samaradorlik va aniqlikni ta'minlaydi, natijada mijozlar tajribasi yaxshilanadi. Logistikada mijozlarga xizmat ko'rsatishning tanqidiy egri chizig'i Logistika sohasida "mijozlarga xizmat ko'rsatishning tanqidiy egri chizig'i" deb nomlanuvchi narsa mavjud. Ushbu egri chiziq mijozlarning qoniqish darajasi birinchi navbatda qanday tez ortib borishini ko'rsatadi, chunki asosiy xizmat kutganlari qondiriladi. Biroq, umidlar ko'tarilib, oshib ketganda, mijozlar ehtiyojini qondirish barqarorlashadi. Tashkilotlar o'zlarini farqlash va ajoyib mijozlar tajribasini taqdim etish uchun doimo kutgandan oshib ketishga va xizmat ko'rsatish darajasini oshirishga intilishi kerak.

### **Logistikada mijozlarni qo'llab-quvvatlash funktsiyalari**

Mijozlarni qo'llab-quvvatlash logistika sohasida mijozlar tajribasida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Mijozlarni qo'llab-quvvatlashning ba'zi asosiy funktsiyalariga quyidagilar kiradi:

Mijozlarga xizmat ko'rsatish: logistika jarayonida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan so'rovlar, shubhalar yoki muammolarga tez va samarali e'tibor berish.

Muammoni hal qilish: mijozlarga buyurtmalari bilan bog'liq muammolarni hal qilishda yordam berish, masalan, etkazib berish kechikishi yoki buzilgan mahsulotlar.

Da'volarni boshqarish: Mijozlarning shikoyatlari va da'volarini samarali ko'rib chiqish, qoniqarli yechim va ijobiy tajribani ta'minlash.

Qaytishlarni muvofiqlashtirish: mahsulotni qaytarish jarayonini osonlashtirish va tartibga solish, mijoz uchun muammosiz tajribani ta'minlash.

Ta'lim va ta'lim: mijozlarga ongli qarorlar qabul qilishda yordam berish uchun mavjud logistika xizmatlari, shuningdek siyosat va tartiblar haqida ma'lumot va ko'rsatmalar berish.

Logistika sektorida yaxshi mijozlarga xizmat ko'rsatish xususiyatlari. Logistika sohasida mijozlarga mukammal xizmat ko'rsatishni taklif qilish uchun ba'zi asosiy xususiyatlarni hisobga olish kerak:

Javob berish tezligi: Mijozlarning so'rovlari va so'rovlariga zudlik bilan javob berish, tez va samarali echimlarni taqdim etish.

Aniq va shaffof aloqa: mijozlarni logistika jarayonining barcha bosqichlarida xabardor qilish, ularning buyurtmalari holati va har qanday mumkin bo'lgan muvaffaqiyatsizliklar haqida yangilanishlarni taqdim etish.

Hamdardlik va mehribonlik: mijozlarning ehtiyojlari va tashvishlariga hamdardlik ko'rsatish, barcha o'zaro munosabatlarda ularga mehr va hurmat bilan munosabatda bo'lish.

Shaxsiylashtirilgan yechimlar: logistika xizmatlari va yechimlarini har bir mijozning shaxsiy ehtiyojlariga moslashtirish, moslashuvchan va moslashtirilgan variantlarni taklif qilish.

Kuzatuv va kuzatish: Mijozlarning qoniqishini ta'minlash, fikr-mulohazalarni olish va hal qilinmagan muammolarni hal qilish uchun faol kuzatuvni o'tkazish.

Logistika sektorida yaxshi mijozlarga xizmat ko'rsatish. Logistika sohasida mijozlarga yaxshi xizmat ko'rsatishni taklif qilish uchun tashkilotlar quyidagi jihatlarga e'tibor qaratishlari kerak:

Xodimlarni tayyorlash: Mijozlarga sifatli va izchil xizmat ko'rsatishni ta'minlash uchun mijozlar bilan o'zaro aloqada bo'lgan xodimlarni etarli darajada o'qitish.

Texnologiyani amalga oshirish: samaradorlik va mijozlar bilan aloqani yaxshilash uchun mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) tizimlari va buyurtmalarni kuzatish vositalari kabi ilg'or texnologiyalardan foydalanish.

Monitoring va uzluksiz takomillashtirish: yaxshilash uchun yo'nalishlarni aniqlash va zarur tuzatishlar kiritish uchun ko'rsatkichlarni o'rnatish va mijozlarga xizmat ko'rsatish samaradorligini kuzatish.

Kompaniyalar o'zlarini raqobatchilardan ajratib olishlari va uzoq muddatli sodiqlikni yaratishlari mumkin. Tegishli statistik ma'lumotlar va

tendentsiyalardan foydalanish va mijozlarga xizmat ko'rsatishning muhim egri chizig'iga e'tibor berish orqali tashkilotlar logistika sohasida mijozlar tajribasini yaxshilash uchun samarali strategiyalarni amalga oshirishlari mumkin. Bundan tashqari, mijozlarni qo'llab-quvvatlash funksiyalariga, yaxshi xizmat ko'rsatish xususiyatlariga va logistika sohasida mukammal mijozlarga xizmat ko'rsatish kalitlariga e'tibor qaratish orqali kompaniyalar ajralib turishi va o'z mijozlari bilan mustahkam aloqalar o'rnatishi mumkin.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. L.B. Mirotin M.: Transportnaya logistika. M.: "Examen", 2002, 512 p.
2. V.S. Lukinsky Model and method theory of logistics: Uchebn .p osobie . 2-e izd. – SPB.: Peter, 2007, 448 p.
3. A.M. Sarimsoqov. Logistika. M.: Logistika sohasida marketing tadqiqotlarining metodi va usullari, 2022, 154p.
4. V. V. Dybskaya , E. I. Zaitsev , V. I. Sergeev , A. N. Sterlikova . Logistics. Integration and optimization of logistics business processes and supply chain. M.: "EKSMO", 2011, 981 p.
5. Kh. Ch. Buriev , G. A. Samatov , I. B. Rustamova . Agrologistics basics . - T.: Uzbekistan national encyclopedia , 2003, 272 p.