

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№12 – SON

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621

2025-YIL, DEKABR





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/tidiumarketingjournal)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

MUASSIS

"Tadbirkor va ishbilarmon" MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektor;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU, "Marketing" kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NamDTU, "Marketing" kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU "Marketing" kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortqimrziyevich, i.f.d., prof., TDIU, Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU, Departament boshlig'i;

Musheva Shoirazimovna, i.f.n., SamSI, "Marketing" kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU, "Innovatsion menejment" kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU, "Axborot texnologiyalari" kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., NamDTU, "Menejment" kafedrasini mudiri, dotsenti;

Fayzullayev Jaylonbek Sultonovich, DSc., TDIU, "Yashil iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori;

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori;

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich, i.f.d., TDIU, "Turizm va servis" kafedrasini professori;

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU, "Biznes boshqaruvi va logistika" kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University "Iqtisodiyot" fakulteti dekani, professor;

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU, "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU, Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU, Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Bo'laev Umidjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti "Iqtisodiyot va bo'chmas mulkni boshqarish" kafedrasini dotsenti;

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich, i.f.d., DSc, NamDTU, "Menejment" kafedrasini dotsenti;

Maxmudov Toxirjon Olimjonovich, PhD., NamDTU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Pardayev Sherzod Xolmurodovich, i.f.f.d., PhD., TDIU, "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasini dotsenti;

Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasini dotsent v.b.

Rajabova Moxichexra Abduxolikovna, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

Ikromov Axmadjon Shavkat o'g'li, PhD., Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetining Ekonometrika va iqtisodiy modellashirish kafedrasini katta o'qituvchisi

Elektron nashr 655 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 25-dekabrda ruxsat etildi

MUNDARIJA

BARQAROR IQTISODIY RIVOJLANISHDA “YASHIRIN” HAMDA “XUFYONA” IQTISODIYOTNI KAMAYTIRISH ZARURATINING EMPERIK TAHLILI	7
Nazarova Ra’no Rustamovna, Najmiddinov Yahyo Fazliddin o’g’li	
O’ZBEKISTONDA TIKUV KIYIMLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI	23
Soliyev Axmadjon, Maxkamov Iqboljon	
IQTISODIY FAOLLIKNI BAHOLASHDA ILG’OR YONDASHUVLAR HAMDA O’ZBEKISTONDA BIZNES FAOLLIGI INDEKSINI JORIY ETISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI	32
Jumayev Olimjon Sadulloyevich, To’ymatov Muzaffarjon Yoqubjon o’g’li	
FIRIBGARLIK HOLATLARINI AUDITORLIK TEKSHIRUVLARI ORQALI ANIQLASHNING NAZARIY ASOSLARI	40
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
SANOAT TARMOG’INI RIVOJLANISHINING O’ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	47
Muxtarov Maxmudjon Marifovich	
PAXTA-TO’QIMACHILIK KLASSTERLARI FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISHGA ZAMONAVIY USLUBIY YONDASHUVLAR	56
Yusupova Feruza Yo’ldosheva	
IQTISODIY ISLOHATLARNING MILLIY MODEL VA YANGI O’ZBEKISTON STRATEGIYASI ...	62
Srajdinova Nodira Shavkatovna	
TEMIRYO’L TRANSPORT KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING O’RNI	69
Eshboyev Ulug’bek Farxodovich	
PAXTA-TO’QIMACHILIK KLASSTERLARI FAOLIYATINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH YO’LLARI	76
Yusupova Feruza Yo’ldosheva	
O’ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA VAKOLATLI IQTISODIY OPERATORLAR FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH	81
Ismatullayeva Shoiri Nurlibekovna	
SANOAT KORXONALARI DEMOGRAFIYASINING IQTISODIY SAMARADORLIKGA TA’SIRINING EKONOMETRIK MODELLARI	92
Xayitboev Abror Quvondiqovich	
O’ZBEKISTONDA LIZING XIZMATLARI KO’RSATISH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH	100
Xolov Bahodir O’ktamovich	
O’ZBEKISTON IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA TRANSPORT INFRATUZILMASI IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI	107
Qo’ziboyev Umarbek Ulug’bekovich	
OLIY TA’LIM RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGNING O’RNI	114
Nishonov Dilshod Shamsidinovich	
ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ГОТОВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА К ПРИЁМУ ПОСЕТИТЕЛЕЙ	121
Голышева Елена Вячеславовна, Адылова Диёра Улугбековна	
MINTAQANING QURILISH TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH NAZARIYALARI	134
Aminov Sardorbek Sanjarbekovich	
MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHDA MAHSULOT BOZORI REGULYATORI TIZIMINI QO’LLASHNING AXAMIYATI	139
Rustamov Narzillo Istamovich	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОВЕРИЯ К ТОВАРАМ НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ	147
Абдурашидова Нигора Алишеровна, Кахрамонова Шахзода Дилмурод кизи, Болтаева Севинч Учкун кизи	
XIZMAT KO’RSATISH SOHASIDA STRATEGIK MENEJMENTNING ROLI VA AHAMIYATI	158
Alimova Dildora Damirovna, Aslonov Abdulla Xolmurodovich	

ICHKI AGRAR BOZOR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH ORQALI OZIYQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASH YO'LLARI	169
Aliev Yashnarjon Egamberdievich	
INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNINGNI JORIY ETISH ORQALI TO'QIMACHILIK SANOATINING RAQOBATBARDOSHLIGI VA IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH	174
Xakimova Zebinisa Muzaffarovna	
MINTAQADA MAXSUS IQTISODIY ZONALAR RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI	182
Abdullayeva Zulfiya Sadullayevna	
ВЛИЯНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА И ИНСТРУМЕНТОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ.....	187
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Халикова Доно Джахангировна, Шавкатова Шахзода Шухратовна	
OILAVIY TADBIRKORLIKNING KAMBAG'ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHGA TA'SIRINI BAHOLASH.....	202
Zaxidova Umida Farxodovna	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ	216
В.И. Назаров	
QURILISH TARMOG'IDA OLIV BORILAYOTGAN ISLOHOTLAR VA SOXANI RIVOJLANISH TENDENSIYALARIGA TA'SIRI	225
Arifdjanova Zilola Dilshodovna	
MINTAQADA TASHQI MEHNAT MIGRATSIYASI OQIMLARINI TA'MINLASH YO'LLARI.....	234
Zakirov Mir Timur Zakir o'g'li	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ И УЗБЕКИСТАНЕ: ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ.....	242
Вдовиченко Лариса Юрьевна, Азизова Сайёра Хамидуллаевна	
ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА УСТОЙЧИВОСТЬ И ИННОВАЦИОННОСТЬ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ УЗБЕКИСТАНА	253
Кадирова Шарофат Амоновна	
РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УСИЛЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ.....	272
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Ж.Ж. Буриева, З.А. Юсупбекова	
ВЛИЯНИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ	282
Абдухамидова Мафтуна Турсунали кизи	
TEMIR YO'L TRANSPORTI KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHDA KPI TIZIMINI QO'LLASH.....	290
Mahmudova Dilafruz Hasanovna	
FACTORS AND METHODOLOGICAL APPROACHES INFLUENCING THE INNOVATION MANAGEMENT MECHANISM IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM.....	299
Karimov Muzaffar Abdumalik ugli	
CRM-УПРАВЛЕНИЕ В СЕТЕВЫХ СУПЕРМАРКЕТАХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН: РОЛЬ КЛИЕНТСКИХ ДАННЫХ, ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ И ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	305
Юсупов Улугбек Шукруллаевич	
TIJORAT BANKLARIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHDA CRM TIZIMLARINING O'RNI	314
Xayitaliyev Nazirjon Yunusaliyevich	
CHAKANA SAVDO KORXONALARI TA'MINOT TIZIMIDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH	323
Abduxalilova Laylo To'xtasinovna	
O'ZBEKISTONDA UY-JOY FONDINI BOSHQARISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASHNING ILG'OR XORIJIY TAJRIBALARIDAN FOYDALANISH	333
Raimov Otamurod Xolmurotovich	

O‘ZBEKISTONDA DAVLAT DASTURLARINING MOLİYAVIY IJROSINI TA’MINLASHDA MARKETINGDAN FOYDALANISH: EMPIRIK TAHLIL VA KONSEPTUAL MODEL.....	340
Primova Nigora Ikrom qizi	
HUDUDIY KICHIK SANOAT ZONALARINING SAMARADORLIGINI INTEGRALLASHGAN INDIKATORLAR TIZIMI ASOSIDA BAHOLASH	346
Jalolova Sarvinoz Ulug‘bek qizi	
KIMYO SANOATI KORXONALARINING ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGIGA EKOLOGIK VA INNOVATSION OMILLAR TA’SIRI	356
Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li	
MINTAQADA SOG‘LIQNI SAQLASH SOHASINING TUTGAN O‘RNI VA UNI RIVOJLANTIRISHNING OBYEKTIV ZARURIYATI.....	367
Boltayev Mag‘rurbek Allayarovich	
OLIY TA’LIM MUASSASASIDA ZAMONAVIY MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS JIXATLARI.....	374
Maxmudov Faxriddin Umarovich	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA ISHLAB CHIQARISHNI SIFAT MENEJMENTI TAMOYILLARI ASOSIDA TASHKIL ETISHNI BAHOLASH.....	381
Achilov Ilmurad Nematovich	
O‘ZBEKISTON OZIYQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINI BARQAROR RIVOJLANISHINI TA’MINLASHDA STRATEGIK BOSHQARUV VA INSTITUTSIONAL YONDASHUVLAR	391
Tuychieva Begoyim Voxidjon qizi	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARI MARKETING FAOLIYATIDA MOTIVATSIYA YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISH	400
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM AND HOSPITALITY: A COMPARATIVE ANALYSIS AND ROADMAP FOR UZBEKISTAN.....	407
Safaeva Sayyora Rixsibayevna	
THE EVOLUTION AND METHODOLOGICAL INTEGRATION OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE USE	417
Kilichov Mukhriddin	
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI STRATEGIK BOSHQARISHNING MAZMUNI, ASOSIY PRINSIPLARI VA FUNKSIONAL VAZIFALARI.....	433
Shakirova Madinaxon Gafurdjanovna	
BUXORO VILOYATI TURIZM XIZMATLARI JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	442
Jalolov Otabek Oybek o‘g‘li	
OLIY TA’LIMDAGI BAHOLASH TIZIMI BO‘YICHA ISHONCH DARAJASINI ANIQLASH VA ISHONCH INDIKATORLARINI HISOBLASH METODLARI	451
Hakimov Hakimjon Abdullo o‘g‘li, Hakimova Gulnora Abdullo qizi	
TANQIDIY FIKRLASHNI RIVOJLANTIRISHDA VIRTUAL TA’LIM PLATFORMALARINING ROLI	459
Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Hakimova Gulnora Abdullo qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHIDA ZAMONAVIY AXBOROTLARNI O‘RNI.....	467
Samatov Azizbek Abdulaxatovich	
MOYLI EGINLAR YETISHTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI.....	473
Valiyeva Aziza Anvar qizi	
THE ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN’S AGRICULTURAL SECTOR	481
Amonov Sardor Zamon ugli	
AMORTIZATSIYA QILINADIGAN AKTIVLAR VA ULARNI HISOBGA OLISHNING OBYEKTIV ZARURATI.....	490
Aminboyev Jaloliddin Otabek o‘g‘li	

DON MAHSULOTLARI KORXONALARIDA MARKETING JARAYONLARINI YO'LGA QO'YILGANLIK HOLATI VA RIVOJLANISH VEKTORLARI.....	500
Kurbanova Dildora Abduraxmanovna	
SANOAT KORXONALARIDA MOLIYAVIY BARQARORLIKNI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....	508
Salomova Sarvinoz Salimovna	
IJTIMOIIY-IQTISODIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI.....	515
Muxamedova Aziza Ravshanovna	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARINI ISHLAB CHIQARISHNING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILIGA DOIR.....	523
Saburov Jumanazar Saliyevich	
СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РЕСУРСА (HR) В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	531
Амирджанова Ситора Суннат кизи, Шаюсупова Наргиза Тургуновна, Урозбоев Хайрулла Муродбой угли, Умаров Фаёзбек Суннатилла угли	
MAHSULOT TANNARXINI HISOBLASH USULLARNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI..	542
Djumanov Saitmurod Alibekovich	
TADBIRKORLIKDA RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASHDA INSON RESURSLARINI BOSHQARISH VA MENEJMENTNING O'ZARO TA'SIRI	549
Sultonboyeva Munira Baxodirovna	
CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA TOVAR ZAXIRALARINI BOSHQARISH MASALALARI	558
Safarov Baxtiyor Djurakulovich	
IQTISODIYOTDA TARKIBIY O'ZGARISHLARNING O'RNI VA AHAMIYATI	566
Ochilov Akram Odilovich, Qo'ziboyeva Nargiza Hamro qizi	
JOZIBADOR TURISTIK MAHSULOTLARNI SHAKLLANTIRISH VA SIFATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....	574
Mirzabayev Jamshid Irkinovich	
OLIY TA'LIM MUASSASALARI BOSHQARUVIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING AHAMIYATI.....	581
Gafurov Anvar Bazarbayevich	
ЗНАЧЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ СТРАТЕГИЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	591
Тарават Абдул Салам	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA QAYTA SUG'URTALASH INSTITUTLARI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI VA YO'NALISHLARI	603
Sherov Sanjar Radjabovich	
BANKLAR VA MARKETING SIYOSATI O'RTASIDAGI BOG'LIQLIK	613
Boboxo'jayeva Fotima Kaxramonovna	
ВЛИЯНИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ	619
Абдухамидова Мафтуна Турсунали кизи	
O'ZBEKISTONDA BIZNES VA TADBIRKORLIK: HOZIRGI HOLAT VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	626
Ravshanov Azizbek Ravshanovich	
OILAVIY TADBIRKORLIKNING KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHGA TA'SIRI: NAMANGAN VILOYATI BO'YICHA KO'P OMILLI EKONOMETRIK BAHOLASH	634
Ernazarova Nilufar Nozimjonovna	
MINTAQA SANOAT TUZILMASINING STRUKTURAVIY O'ZGARISHLARI VA IQTISODIY O'SISH DINAMIKASI TAHLILI.....	644
G'aymatova Dilafro'z G'ofurjonovna	

BANKLAR VA MARKETING SIYOSATI O'RTASIDAGI BOG'LIQLIK

Boboxo'jayeva Fotima Kaxramonovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil tadqiqotchi.

E-mail: bibikhon@rambler.ru

Annotatsiya

Mazkur maqolada banklar faoliyatida marketing siyosatining o'rni va ahamiyati, shuningdek, uning banklarning strategik boshqaruvi, raqobatbardoshligi va mijozlarga yo'naltirilgan faoliyatini shakllantirishdagi roli ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot davomida bank marketingining asosiy yo'nalishlari – bozor tahlili, mijozlarni segmentatsiyalash, xizmatlar assortimentini boshqarish, kommunikatsiya strategiyalari, loyiqlik dasturlari hamda raqamli marketing vositalarining bank faoliyati samaradorligiga ta'siri yoritib berilgan. Maqolada raqamli transformatsiya sharoitida bank marketing siyosatining mazmunan boyib borishi va mijoz qiymatini shakllantirishdagi strategik ahamiyati asoslab berilgan. Tadqiqot natijalari bank marketing siyosatini takomillashtirish va uni strategik boshqaruv tizimiga integratsiyalash bo'yicha ilmiy-amaliy xulosalar chiqarishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: bank marketingi, marketing siyosati, mijozga yo'naltirilgan yondashuv, raqobatbardoshlik, raqamli marketing, bank xizmatlari, strategik boshqaruv.

Аннотация

В статье рассматривается роль и значение маркетинговой политики в деятельности банков, а также ее влияние на стратегическое управление, конкурентоспособность и ориентацию на клиента. В ходе исследования проанализированы основные направления банковского маркетинга, включая анализ рынка, сегментацию клиентов, управление ассортиментом банковских услуг, коммуникационные стратегии, программы лояльности и инструменты цифрового маркетинга. Особое внимание уделено трансформации маркетинговой политики банков в условиях цифровизации и ее роли в формировании клиентской ценности. Полученные результаты позволяют обосновать научно-практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой политики банков и ее интеграции в систему стратегического управления.

Ключевые слова: банковский маркетинг, маркетинговая политика, клиентоориентированность, конкурентоспособность, цифровой маркетинг, банковские услуги, стратегическое управление.

Abstract

This article examines the role and significance of marketing policy in banking activities, as well as its impact on strategic management, competitiveness, and customer-oriented development. The study analyzes key areas of bank marketing, including market analysis, customer segmentation, management of banking service portfolios, communication strategies, loyalty programs, and digital marketing tools. Particular attention is paid to the transformation of bank marketing policy in the context

of digitalization and its strategic importance in creating customer value. The findings of the research contribute to the development of scientific and practical recommendations aimed at improving bank marketing policy and integrating it into the strategic management system.

Keywords: bank marketing, marketing policy, customer-oriented approach, competitiveness, digital marketing, banking services, strategic management.

KIRISH

Zamonaviy bank tizimi globallashuv, moliyaviy xizmatlar bozorining kengayishi va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi sharoitida faoliyat yuritmoqda. Ushbu jarayonlar banklar oldiga nafaqat moliyaviy barqarorlikni saqlash, balki bozor muhitidagi o'zgarishlarga tezkor moslashish, mijozlar bilan samarali munosabatlarni shakllantirish va raqobatbardoshlikni mustahkamlash kabi strategik vazifalarni qo'yimoqda. Bunday sharoitda bank faoliyatini boshqarishda marketing siyosatining o'рни tobora ortib bormoqda.

Bank marketingi xizmatlar sohasiga xos xususiyatlarga ega bo'lib, u asosan nomoddiylik, ishonch omili va mijoz bilan uzoq muddatli hamkorlikka tayanadi. Shu sababli marketing siyosati banklar uchun faqat mahsulot va xizmatlarni targ'ib etish vositasi emas, balki strategik boshqaruvning muhim tarkibiy qismi sifatida namoyon bo'ladi. Marketing siyosati orqali banklar bozor ehtiyojlarini aniqlash, mijozlar talablariga mos xizmatlar taklif etish hamda o'z raqobat ustunliklarini shakllantirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Raqamli transformatsiya jarayonlari bank marketing siyosatining mazmunini yanada boyitib, uni yangi vositalar va yondashuvlar bilan to'ldirmoqda. Raqamli kommunikatsiya kanallari va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv usullari banklarga mijozlar bilan bevosita va uzluksiz aloqa o'rnatish, xizmatlar sifatini oshirish hamda marketing qarorlarining samaradorligini ta'minlash imkonini bermoqda. Natijada marketing siyosati banklarning strategik rivojlanishida muhim institutsional mexanizm sifatida qaralmoqda.

Mazkur maqolaning maqsadi banklar faoliyatida marketing siyosatining o'рни va ahamiyatini ilmiy jihatdan yoritish hamda uning banklarning strategik boshqaruvi va raqobatbardoshligidagi rolini tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot bank marketing siyosatini tizimli va mijozga yo'naltirilgan yondashuv asosida takomillashtirish zaruratini asoslashga qaratilgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Banklar faoliyatida marketing siyosatining o'рни va ahamiyati masalasi zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda keng yoritilgan bo'lib, ushbu yo'nalish banklarning raqobatbardoshligi, strategik boshqaruvi va mijozlarga yo'naltirilgan rivojlanishi bilan uzviy bog'liq holda tadqiq etilgan. Xizmatlar marketingi nazariyasiga oid fundamental ishlarda bank marketingi an'anaviy tovar marketingidan farqli ravishda mijoz tajribasi, xizmat sifati va ishonch omillariga tayanishi ilmiy asoslab berilgan [1].

Mijozga yo'naltirilgan marketing konsepsiyasi bank marketing siyosatining markaziy elementi sifatida qaraladi. Zeithaml va hammualliflar xizmatlar marketingida mijoz qiymatini shakllantirish, xizmat sifati va mijoz qoniqishini oshirish banklarning uzoq muddatli barqarorligi uchun muhim omil ekanini ta'kidlaydilar [1]. Ushbu

yondashuv bank marketing siyosatini qisqa muddatli savdo vositasi emas, balki strategik boshqaruv mexanizmi sifatida talqin qilishga asos bo'ladi.

Mijoz kapitali va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish masalalari Rust, Lemon va Zeithaml tadqiqotlarida chuqur tahlil qilingan bo'lib, bank marketing siyosati orqali mijozlar sodiqligini oshirish va mijoz hayotiy qiymatini maksimallashtirish imkoniyatlari ilmiy asoslangan [2]. Ushbu yondashuv bank marketingining moliyaviy natijalarga bevosita va bilvosita ta'sirini baholashga imkon beradi.

Sheth, Sisodia va Sharma tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda mijozga yo'naltirilgan marketing banklar uchun raqobat ustunligini shakllantiruvchi muhim strategik omil sifatida ko'rib chiqiladi [3]. Mualliflar bank marketing siyosatini mijoz ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, segmentatsiya va individual yondashuv asosida amalga oshirish bank faoliyatining samaradorligini oshirishini ilmiy jihatdan asoslab beradilar.

Bank marketing siyosatining strategik boshqaruv bilan bog'liqligi M. Porterning raqobat ustunligi nazariyasi doirasida ham keng yoritilgan. Porter marketing strategiyalarini banklarning bozor pozitsiyasini mustahkamlovchi, xizmatlar differentsiatsiyasini ta'minlovchi va raqobatbardoshlikni oshiruvchi muhim vosita sifatida baholaydi [4]. Ushbu yondashuv bank marketing siyosatini strategik qarorlar tizimining ajralmas qismi sifatida ko'rib chiqishga imkon beradi.

Marketing siyosatini shakllantirishda bozor tahlili, segmentatsiya va marketing kompleksining ahamiyati Kotler va Armstrong asarlarida batafsil yoritilgan [5]. Ushbu ilmiy ishlarda bank marketingi xizmatlar assortimentini boshqarish, narx siyosati, kommunikatsiya strategiyalari va tarqatish kanallari orqali mijoz qiymatini oshirishga xizmat qilishi ko'rsatib berilgan.

Raqamli texnologiyalar rivoji bank marketing siyosatining mazmunini sezilarli darajada boyitgani Chaffey va Ellis-Chadwick tadqiqotlarida asoslab berilgan [6]. Mualliflar raqamli marketing banklarga mijozlar bilan tezkor aloqa o'rnatish, ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va xizmatlarni individuallashtirish imkonini yaratishini ta'kidlaydilar.

Mijoz tajribasini boshqarish masalalari Homburg va hammualliflar tomonidan o'rganilib, bank marketing siyosatida xizmat ko'rsatish jarayonlarining sifati va mijoz bilan o'zaro aloqalarning uzluksizligi muhim ahamiyat kasb etishi ilmiy jihatdan asoslangan [7]. Ushbu yondashuv marketing siyosatini bank xizmatlari sifatini oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish vositasi sifatida baholash imkonini beradi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot banklar faoliyatida marketing siyosatining o'rni va uning strategik boshqaruv hamda raqobatbardoshlikka ta'sirini ilmiy asosda tahlil qilishga qaratilgan. Tadqiqot metodologiyasi xizmatlar marketingi nazariyasi, strategik menejment konsepsiyalari va mijozga yo'naltirilgan yondashuv tamoyillariga tayangan holda shakllantirildi. Tahlil jarayonida tizimli va mantiqiy yondashuvlardan foydalanilib, bank marketing siyosatining asosiy elementlari — bozor tahlili, segmentatsiya, xizmatlar assortimenti, kommunikatsiya strategiyalari va raqamli marketing vositalari o'zaro bog'liqlikda o'rganildi. Tadqiqotda taqqoslama va umumlashtirish usullari qo'llanib, ilmiy adabiyotlar hamda amaliy tajriba asosida bank marketing siyosatining samaradorligi

baholandi. Olingan natijalar marketing siyosatini strategik boshqaruv tizimiga integratsiyalash imkoniyatlarini aniqlashga xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Banklar faoliyatida marketing siyosatining tutgan oʻrni va uning boshqaruv samaradorligiga taʼsiri marketing yoʻnalishlari kesimida tahlil qilindi. Tadqiqot jarayonida marketing siyosatining asosiy elementlari banklarning mijozlar bilan munosabatlari, xizmatlar sifati, raqobatbardoshligi hamda strategik rivojlanish koʻrsatkichlari bilan oʻzaro bogʻliqlikda baholandi. Olingan natijalar marketing siyosati bank faoliyatida mustaqil funksional yoʻnalish sifatida emas, balki strategik boshqaruv samaradorligini taʼminlovchi muhim mexanizm ekanini koʻrsatadi.

1-jadval.

Bank marketing siyosati elementlarining bank faoliyatiga taʼsiri¹

Marketing siyosati elementi	Bank faoliyatiga taʼsiri	Misollar
Mijozni markazga qoʻyish	Mijozlarning talablariga muvofiq mahsulot va xizmatlar taklif qilish	Xalq banki va Agrobank mijozlari uchun qulay kredit shartlari taklif qiladi
Segmentatsiya va maqsadli marketing	Turli mijoz segmentlari uchun alohida marketing strategiyalarini ishlab chiqish	Ipoteka bank yosh oilalar uchun maxsus ipoteka kreditlari taklif qiladi
Kommunikatsiya strategiyalari	Reklama va jamoatchilik bilan aloqalar orqali mijozlar bilan munosabatlar oʻrnatish	Milliy bank oʻz mahsulotlarini televizor va radio orqali reklama qiladi
Loyallik dasturlari	Mijozlarning sodiqligini oshirish	UzKard turli bonus va chegirmalar taklif qiladi
Texnologiya va innovatsiyalar	Yangi texnologiyalar va innovatsiyalar orqali mijozlarga qulay xizmatlar koʻrsatish	Kapitalbank onlayn bank xizmatlarini rivojlantirgan
Raqamli marketing	Internet va raqamli kanallar orqali mijozlarga tez va samarali xizmat koʻrsatish	Ipak Yoʻli bank mobil ilova orqali xizmat koʻrsatadi
Bozor tahlili	Bozor tendensiyalarini va raqobatchilarni oʻrganish	Oʻzsanoatqurilishbank bozor tahlili asosida yangi mahsulotlar ishlab chiqaradi
Qonunchilikka muvofiqlik	Qonunchilik va tartib-qoidalarga rioya qilish	Har bir bank qonunchilik talablariga muvofiq ish olib boradi

1-jadval maʼlumotlari marketing siyosatining har bir elementi bank faoliyatining muayyan natijalariga bevosita taʼsir koʻrsatishini koʻrsatadi. Xususan, mijozga yoʻnaltirilgan yondashuv va segmentatsiya bank xizmatlarini individuallashtirish imkonini berib, mijozlar qoniqligi va sodiqligini oshiradi. Shu bilan birga, raqamli marketing va innovatsion texnologiyalar bank operatsiyalarining samaradorligini kuchaytirib, raqobat muhitida ustunlik yaratishga xizmat qilmoqda.

Marketing siyosatining strategik boshqaruv bilan uygʻunlashuvi banklarning uzoq muddatli rivojlanish maqsadlarini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Tahlillar shuni koʻrsatadiki, marketing siyosatini strategik darajada rejalashtirgan

¹ Muallif ishlanmasi

banklar bozor sharoitlaridagi o'zgarishlarga tezroq moslashadi va resurslardan yanada samarali foydalanadi. Bu holat marketing siyosatining bank missiyasi va strategik maqsadlari bilan integratsiyalashuvini taqozo etadi.

2-jadval.

Bank marketing siyosati yo'nalishlarining strategik boshqaruvga ta'siri va natijalari¹

Marketing siyosati yo'nalishi	Strategik boshqaruvga ta'siri	Bank faoliyatidagi natija
Bozor va raqobat tahlili	Strategik qarorlarni asoslash	Raqobat ustunligini shakllantirish
Mijozga yo'naltirilgan strategiya	Uzoq muddatli maqsadlarni belgilash	Mijoz sodiqligining oshishi
Assortiment siyosati	Resurslarni samarali taqsimlash	Foydalilikning o'sishi
Innovatsion marketing	Rivojlanish strategiyasini qo'llab-quvvatlash	Yangi xizmatlar joriy etilishi

2-jadval natijalari marketing siyosati yo'nalishlari bankning strategik boshqaruv qarorlariga bevosita ta'sir ko'rsatishini tasdiqlaydi. Bozor va raqobat tahliliga asoslangan marketing qarorlari banklarga raqobat ustunligini shakllantirish imkonini bersa, mijozga yo'naltirilgan strategiya uzoq muddatli barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Assortiment va innovatsion marketing siyosati esa bank faoliyatining moliyaviy natijalarini yaxshilash bilan bir qatorda xizmatlar portfelining doimiy yangilanib borishini ta'minlaydi.

Umuman olganda, tahlil natijalari bank marketing siyosati bank faoliyatining samaradorligini oshirish, strategik maqsadlarni amalga oshirish va raqobatbardosh pozitsiyani mustahkamlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi. Marketing siyosatini tizimli va strategik yondashuv asosida amalga oshirish banklar uchun barqaror rivojlanishning muhim sharti sifatida namoyon bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tadqiqot banklar faoliyatida marketing siyosati strategik boshqaruv tizimining ajralmas tarkibiy qismi ekanini ilmiy asosda tasdiqlaydi. Tahlillar bank marketingi nafaqat mijozlarni jalb qilish vositasi, balki bankning raqobatbardoshligini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va uzoq muddatli barqaror rivojlanishni ta'minlashga xizmat qiluvchi muhim strategik mexanizm ekanini ko'rsatdi. Marketing siyosatini tizimli va maqsadli qo'llash banklarga bozor talablariga moslashish, mijoz qiymatini shakllantirish hamda resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari bank marketing siyosatining mijozga yo'naltirilgan yondashuv, bozor va raqobat tahlili, xizmatlar assortimentini boshqarish hamda raqamli marketing vositalari bilan uzviy bog'liqligini aniqladi. Ayniqsa, raqamli transformatsiya sharoitida marketing siyosati bank xizmatlarini individuallashtirish, mijozlar bilan doimiy va samarali aloqani yo'lga qo'yish hamda xizmat ko'rsatish tezligi va qulayligini oshirishda muhim rol o'ynashi asoslandi.

Tadqiqot xulosalariga asoslanib, quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi. Birinchidan, banklarda marketing siyosatini strategik rejalashtirish tizimiga to'liq

¹ Muallif ishlanmasi

integratsiyalash orqali marketing qarorlarini bankning uzoq muddatli rivojlanish maqsadlari bilan uyg'unlashtirish maqsadga muvofiqdir. Ikkinchidan, mijozlarni segmentatsiyalash va ularning ehtiyojlarini muntazam tahlil qilish asosida xizmatlar assortimentini moslashtirish bank faoliyati samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.

Uchinchidan, raqamli marketing kanallari va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv yondashuvlarini keng joriy etish mijozlar tajribasini yaxshilash va marketing siyosatining natijadorligini oshirish imkonini beradi.

To'rtinchidan, marketing siyosati samaradorligini baholashda mijoz qoniqishi, sodiqlik darajasi va xizmatlardan foydalanish faolligi kabi aniq ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etiladi.

Marketing siyosatini ilmiy asoslangan, tizimli va mijozga yo'naltirilgan yondashuv asosida rivojlantirish banklarning raqobatbardoshligini mustahkamlash, moliyaviy barqarorligini ta'minlash hamda zamonaviy bank xizmatlari bozorida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishining muhim sharti hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. – McGraw-Hill, 2018.
2. Rust R.T., Lemon K.N., Zeithaml V.A. Driving Customer Equity. – Free Press, 2004.
3. Sheth J.N., Sisodia R.S., Sharma A. The Antecedents and Consequences of Customer-Centric Marketing. Journal of the Academy of Marketing Science, 2000, Vol. 28(1), pp. 55–66.
4. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – Free Press, 2008.
5. Armstrong G., Kotler Ph. Marketing: An Introduction. – Pearson, 2021.
6. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – 7th ed. – Pearson, 2019.
7. Homburg C., Jozić D., Kuehnl C. Customer Experience Management. Journal of Marketing, 2017, Vol. 81(1), pp. 377–401.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, dekabr, 12-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz

Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlari standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**