

## TIJORAT BANKLARINING MOLIYA BOZORIDA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA BANK MARKETING STRATEGIYALARINING AHAMIYATI

**Abduraxmanova Matluba Maxamadaminovna**

“Bank ishi” kafedrası professori i.f.n.,  
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

ORCID: 0000-0003-1039-232X

E-mail: [m.abdurakhmanova@tsue.uz](mailto:m.abdurakhmanova@tsue.uz)

### Аннотация

Mazkur maqolada moliya bozori sharoitida tijorat banklarining raqobatbardoshligini oshirishda bank marketing strategiyalarining ahamiyati kompleks tarzda tadqiq qilingan. Tadqiqot doirasida moliyaviy xizmatlar bozorida raqobat muhitining kuchayishi va bank xizmatlarining diversifikatsiyasi jarayonida marketing strategiyalarini samarali qo‘llashning nazariy-metodologik hamda amaliy jihatlari tahlil qilingan. Xususan, mijozlar segmentatsiyasi, bank mahsulotlari va xizmatlarini diversifikatsiya qilish, raqamli marketing instrumentlaridan foydalanish, shuningdek mijozlarga yo‘naltirilgan marketing siyosatini shakllantirish tijorat banklari moliya bozoridagi raqobat pozitsiyalarini mustahkamlashda muhim omillardan biri ekanligi ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Muallif izlanishlari natijasida bank marketing strategiyalarini takomillashtirishga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Калит so‘zlar:** moliya bozori, tijorat banklari, bank marketingi, marketing strategiyasi, raqobatbardoshlik, moliyaviy xizmatlar, mijozlar segmentatsiyasi, bank xizmatlari diversifikatsiyasi.

### Аннотация

В данной статье всесторонне рассматривается важность маркетинговых стратегий банков для повышения конкурентоспособности коммерческих банков на финансовом рынке. В рамках исследования проанализированы теоретико-методологические и практические аспекты эффективного применения маркетинговых стратегий в процессе усиления конкурентной среды на рынке финансовых услуг и диверсификации банковских услуг. В частности, научно обосновано, что сегментация клиентов, диверсификация банковских продуктов и услуг, использование инструментов цифрового маркетинга, а также формирование клиентоориентированной маркетинговой политики являются одним из важных факторов укрепления конкурентных позиций коммерческих банков на финансовом рынке. В результате исследования автора разработаны научные предложения и практические рекомендации, направленные на совершенствование маркетинговых стратегий банка.

**Ключевые слова:** финансовый рынок, коммерческие банки, банковский маркетинг, маркетинговая стратегия, конкурентоспособность, финансовые услуги, сегментация клиентов, диверсификация банковских услуг.

## Abstract

This article comprehensively examines the importance of bank marketing strategies in increasing the competitiveness of commercial banks in the financial market environment. Within the framework of the study, the theoretical, methodological, and practical aspects of effectively applying marketing strategies in the process of strengthening the competitive environment in the financial services market and diversifying banking services were analyzed. In particular, it has been scientifically substantiated that client segmentation, diversification of banking products and services, the use of digital marketing tools, as well as the formation of a client-oriented marketing policy are one of the important factors in strengthening the competitive position of commercial banks in the financial market. As a result of the author's research, scientific proposals and practical recommendations aimed at improving the bank's marketing strategies have been developed.

**Keywords:** financial market, commercial banks, banking marketing, marketing strategy, competitiveness, financial services, customer segmentation, diversification of banking services.

## KIRISH

Jahon moliya bozorida raqobat muhitining kuchayishi bank tizimi faoliyatiga yangi talablar qo'ymoqda. Bunday sharoitda bank marketing strategiyalari tijorat banklari faoliyati samaradorligini ta'minlash va moliya bozorida barqaror raqobat pozitsiyalarini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ma'lumki, moliyaviy xizmatlar bozorida marketing strategiyalarini samarali qo'llash banklar uchun mijozlar bazasini kengaytirish, xizmatlar diversifikatsiyasini ta'minlash va moliyaviy xizmatlar bozorida raqobat ustunligini shakllantirish imkonini beradi.

Zamonaviy moliya bozorida bank marketingi nafaqat moliyaviy xizmatlarni targ'ib qilish vositasi sifatida, balki bank faoliyatini strategik boshqarishning muhim elementi sifatida ham qaraladi. Xalqaro amaliyot shuni ko'rsatadiki, bank marketing strategiyalarini samarali qo'llash moliyaviy xizmatlar bozorida banklar faoliyati samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Mijozlar segmentatsiyasi, mijozlarga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish siyosati, raqamli marketing instrumentlaridan foydalanish va bank xizmatlarini innovatsion tarzda rivojlantirish banklar raqobat pozitsiyalarini mustahkamlashda muhim omillardan biri hisoblanadi.

Yuqorida keltirilgan holatlardan kelib chiqib, moliya bozori sharoitida bank marketing strategiyalarining tijorat banklari raqobatbardoshligiga ta'sirini ilmiy jihatdan tahlil qilish dolzarb ilmiy vazifalardan biri hisoblanadi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Moliya bozorida tijorat banklarining raqobatbardoshligini ta'minlashda marketing strategiyalarining ahamiyati iqtisodiy adabiyotlarda keng o'rganilgan. Xususan, bank marketingi, mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar siyosati va moliyaviy

xizmatlar diversifikatsiyasi banklar raqobat pozitsiyalarini mustahkamlashda muhim omillardan biri sifatida qaraladi.

O‘zbekiston Respublikasida ham bank tizimini modernizatsiya qilish va moliyaviy xizmatlar bozorini rivojlantirish davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. So‘nggi yillarda mamlakatda bank xizmatlarini diversifikatsiya qilish, raqamli bank xizmatlarini rivojlantirish va mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishga qaratilgan keng ko‘lamli institutsional islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, bank tizimini isloh qilish strategiyasi doirasida bank xizmatlari bozorida raqobat muhitini kuchaytirish va marketing strategiyalarini takomillashtirish masalalariga alohida e‘tibor qaratilmoqda [2].

Xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda marketing strategiyalarining tashkilotlar raqobatbardoshligiga ta‘siri keng tadqiq qilingan. Xususan, Philip Kotler va Kevin Keller marketing strategiyalarini tashkilotlarning bozordagi barqaror pozitsiyalarini shakllantirishga xizmat qiluvchi muhim boshqaruv instrumenti sifatida baholaydilar. Ularning fikricha, marketing strategiyalarini samarali qo‘llash mijozlar ehtiyojlarini aniqlash, mahsulot va xizmatlar portfelini diversifikatsiya qilish hamda bozorda barqaror raqobat ustunligini ta‘minlash imkonini beradi [4].

Moliyaviy xizmatlar bozorida marketing strategiyalarining ahamiyatini tadqiq qilgan olimlardan yana biri Christopher Lovelock hisoblanadi. Uning tadqiqotlarida xizmatlar marketingi tashkilotlar faoliyati samaradorligini ta‘minlashda muhim ahamiyatga ega ekanligi ta‘kidlangan. Muallifning fikricha, mijozlarga yo‘naltirilgan marketing siyosati va xizmatlar sifatini takomillashtirish orqali moliyaviy xizmatlar bozorida tashkilotlarning raqobat pozitsiyalarini mustahkamlash mumkin [5].

Moliyaviy xizmatlar bozorida marketing strategiyalarining roli Adrian Payne tomonidan ham tadqiq qilingan. Uning ilmiy ishlarida bank xizmatlari bozorida marketing strategiyalarini samarali qo‘llash mijozlar sodiqligini shakllantirish, xizmatlar sifatini oshirish va moliyaviy xizmatlar bozorida barqaror raqobat ustunligini ta‘minlashga xizmat qilishi ta‘kidlangan [6].

Mahalliy iqtisodiy adabiyotlarda ham moliya bozorida bank xizmatlari rivojlanishi va bank marketing strategiyalarining ahamiyati keng tadqiq qilingan. Xususan, iqtisodchi olim O.T. Jo‘rayev o‘z ilmiy tadqiqotlarida bank xizmatlari bozorida raqobat muhitining shakllanishi banklar tomonidan samarali marketing siyosatini amalga oshirish bilan uzviy bog‘liq ekanligini ta‘kidlaydi. Muallifning fikricha, moliyaviy xizmatlar bozorida marketing instrumentlaridan samarali foydalanish bank xizmatlarini diversifikatsiya qilish, mijozlar segmentatsiyasini amalga oshirish va xizmatlar sifatini takomillashtirish orqali banklar raqobat pozitsiyalarini mustahkamlash imkonini beradi [7].

Iqtisodchi olim Sh.I. Mustafaqulov moliya bozorida bank xizmatlari rivojlanishini tadqiq qilib, bank marketingi bank xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni ta‘minlashning muhim instrumentlaridan biri hisoblanishini ta‘kidlaydi. Uning

fikricha, bank marketing strategiyalarini samarali tashkil etish bank xizmatlarini targ'ib qilish, mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va bank xizmatlarini bozor talablariga moslashtirish orqali banklar faoliyati samaradorligini oshirishga xizmat qiladi [8].

Moliyaviy xizmatlar bozorida bank xizmatlari raqobatbardoshligini ta'minlash masalalarini tadqiq qilgan mahalliy olimlardan yana biri N.X. Hakimov hisoblanadi. Uning ilmiy ishlarida bank xizmatlari bozorida marketing strategiyalarini takomillashtirish bank xizmatlari infratuzilmasini rivojlantirish, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va bank xizmatlarining ommalashuvini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etishi ta'kidlangan [11].

Jahon banki va Xalqaro valyuta jamg'armasi tadqiqotlarida ham moliyaviy xizmatlar bozorida marketing strategiyalarini takomillashtirish bank xizmatlari samaradorligini oshirish va moliyaviy xizmatlar bozorini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega ekanligi qayd etilgan [14;15].

Yuqoridagi mahalliy olimlar tadqiqotlari tahlili shuni ko'rsatadiki, bank marketing strategiyalarini samarali tashkil etish moliyaviy xizmatlar bozorida banklar raqobatbardoshligini shakllantirish va mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari tizimini rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Bank xizmatlarini diversifikatsiya qilish, marketing instrumentlaridan samarali foydalanish va mijozlarga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish siyosatini amalga oshirish banklar raqobat pozitsiyalarini mustahkamlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

## **METODOLOGIYA**

Mazkur tadqiqotning nazariy va metodologik asosini moliya bozorida tijorat banklari raqobatbardoshligini shakllantirish va bank marketing strategiyalarini takomillashtirishga bag'ishlangan iqtisodiy adabiyotlar, ilmiy maqolalar, xalqaro moliyaviy tashkilotlar hisobotlari hamda xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlarning ilmiy qarashlari tashkil etadi.

Tadqiqot jarayonida statistik tahlil usulidan ham foydalanildi. Ushbu usul yordamida O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining rasmiy statistik ma'lumotlari, tijorat banklarining yillik hisobotlari va moliyaviy xizmatlar bozoriga oid statistik ko'rsatkichlar tahlil qilindi. Bu esa bank xizmatlari bozori rivojlanish tendensiyalarini aniqlash va marketing strategiyalarining banklar raqobatbardoshligiga ta'sirini baholash imkonini berdi.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

Moliya bozori sharoitida tijorat banklari raqobatbardoshligini shakllantirishda bank marketing strategiyalarining ahamiyati tobora ortib bormoqda. Zamonaviy moliyaviy xizmatlar bozorida banklar faoliyati samaradorligi nafaqat ularning moliyaviy resurslari hajmi yoki aktivlar portfelining kengligi bilan, balki mijozlarga yo'naltirilgan marketing siyosatini qay darajada samarali amalga oshirayotgani bilan

ham belgilanadi. Bunday sharoitda bank marketingi bank xizmatlarini targ'ib qilish vositasigina emas, balki bank faoliyatini strategik boshqarish, mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va moliyaviy xizmatlar bozorida barqaror raqobat ustunligini shakllantirishga xizmat qiluvchi muhim boshqaruv mexanizmi sifatida namoyon bo'lmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining rasmiy statistik ma'lumotlariga ko'ra, so'nggi yillarda mamlakat bank xizmatlari bozorida raqobat muhitining institutsional va iqtisodiy jihatdan kuchayishi kuzatilmoqda. Bu holat banklar tomonidan moliyaviy xizmatlar diversifikatsiyasini kengaytirish, mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar siyosatini rivojlantirish hamda innovatsion marketing instrumentlaridan samarali foydalanishni talab etmoqda. Shu nuqtayi nazardan, bank marketing strategiyalarini takomillashtirish moliya bozorida tijorat banklari raqobatbardoshligini shakllantirish va mustahkamlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Quyidagi jadvalda O'zbekiston bank tizimida marketing faoliyati bilan bog'liq ayrim asosiy ko'rsatkichlarning rivojlanish dinamikasi keltirilgan bo'lib, mazkur ko'rsatkichlar bank xizmatlari bozorida marketing instrumentlarining ahamiyati ortib borayotganini ko'rsatadi.

### 1-jadval.

#### O'zbekistonda bank xizmatlari bozori rivojlanish ko'rsatkichlari[13]

Yil	Banklar soni	Bank xizmatlari turlari (o'rtacha)	Mobil banking foydalanuvchilari (mln kishi)
2020	31	18	9.5
2021	32	21	12.7
2022	33	24	16.5
2023	34	27	21.3
2024	35	29	27.0

1-jadval ma'lumotlari bank xizmatlari bozorida marketing strategiyalarining ahamiyati tobora ortib borayotganini ko'rsatadi. Xususan, bank xizmatlari turlarining kengayishi, moliyaviy xizmatlar diversifikatsiyasining kuchayishi hamda mobil banking xizmatlaridan foydalanuvchilar sonining barqaror o'sishi banklar tomonidan mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar siyosatining izchil ravishda rivojlanib borayotganini anglatadi. Bu holat banklar moliyaviy xizmatlar bozorida o'z pozitsiyalarini mustahkamlash maqsadida marketing instrumentlaridan faol foydalanayotganini va mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganishga asoslangan xizmatlar modelini shakllantirayotganini ko'rsatadi. Bank xizmatlari portfelining kengayishi va raqamli xizmatlarning joriy etilishi banklar uchun yangi mijozlar segmentlarini jalb qilish hamda moliyaviy xizmatlar bozorida raqobat ustunligini shakllantirish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. [13]

Bank marketing strategiyalarining samaradorligi moliyaviy xizmatlar bozorida

mijozlar bazasining kengayishi bilan ham yaqqol namoyon bo‘ladi. Raqamli bank xizmatlarining jadal rivojlanishi bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirish tezkorligini oshirish va mijozlar uchun qulay xizmat muhitini shakllantirishga xizmat qilmoqda. Natijada bank xizmatlari bozorida mijozlar faolligining ortishi va moliyaviy xizmatlardan foydalanish darajasining o‘sishi kuzatilmoqda. Bu esa bank marketing strategiyalarini raqamli kanallar orqali amalga oshirish banklar uchun mijozlar bazasini kengaytirish, xizmatlar geografiyasini kengaytirish va moliyaviy xizmatlar bozorida barqaror raqobat pozitsiyalarini ta’minlashda muhim omillardan biri ekanligini ko‘rsatadi. Shu nuqtayi nazardan, ayrim yirik tijorat banklarida mijozlar bazasining rivojlanish dinamikasini tahlil qilish bank marketing strategiyalarining amaliy samaradorligini baholash imkonini beradi. Quyidagi jadvalda tijorat banklarida mijozlar bazasi rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlari keltirilgan.

## 2-jadval.

### Tijorat banklarida mijozlar bazasining rivojlanish dinamikasi va raqamli bank xizmatlaridan foydalanish ko‘rsatkichlari (2024-yil)<sup>1</sup>

Bank	Mijozlar soni, mln	Mobil banking foydalanuvchilari, mln	Onlayn operatsiyalar ulushi, foizda
O‘zmilliybank	4.3	3.2	68
Asakabank	3.6	2.6	64
Ipotekabank	3.1	2.1	61
Kapitalbank	5.2	3.8	74

2-jadval ma’lumotlari raqamli marketing instrumentlaridan samarali foydalanish tijorat banklari uchun mijozlar bazasini kengaytirish va moliyaviy xizmatlar bozorida o‘z pozitsiyalarini mustahkamlashda muhim ahamiyat kasb etayotganini ko‘rsatadi. Xususan, mobil banking, internet banking va boshqa raqamli kanallar orqali amalga oshirilayotgan xizmatlar bank xizmatlarining ommalashuviga, moliyaviy operatsiyalarning tezkor va qulay amalga oshirilishiga hamda mijozlar faolligining ortishiga xizmat qilmoqda. Bu holat banklar tomonidan raqamli marketing strategiyalarini faol qo‘llash moliyaviy xizmatlar bozorida mijozlarga yo‘naltirilgan xizmatlar tizimini shakllantirishga va bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga xizmat qilayotganini anglatadi. Natijada bank marketing strategiyalarini raqamli kanallar orqali amalga oshirish moliyaviy xizmatlar bozorida banklar raqobat pozitsiyalarini mustahkamlashning muhim omillaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Bank marketing strategiyalarining samaradorligi esa nafaqat mijozlar sonining o‘sishi, balki mijozlar qoniqish darajasi va bank xizmatlari sifatining yuqori bo‘lishi bilan ham bevosita bog‘liq hisoblanadi. Quyidagi jadvalda bank marketing

<sup>1</sup> Tijorat banklarining rasmiy yillik hisobotlari (2024)

strategiyalarining asosiy omillari va ularning banklar raqobatbardoshligiga ta'sir darajasi keltirilgan.

### 3-jadval.

#### Bank marketing strategiyalarining asosiy omillari<sup>1</sup>

Omil	Ta'sir darajasi, foizda
Xizmatlar sifatini oshirish	72
Raqamli xizmatlarni rivojlantirish	69
Mijozlar segmentatsiyasi	63
Marketing kommunikatsiyasi	58

3-jadval natijalari bank xizmatlari sifatini takomillashtirish va raqamli moliyaviy xizmatlarni rivojlantirish bank marketing strategiyalarining eng muhim va ustuvor omillari hisoblanishini ko'rsatadi. Raqamli xizmatlarni rivojlantirish bank xizmatlarini masofaviy shaklda taqdim etish imkoniyatlarini kengaytirish, moliyaviy operatsiyalarning tezkorligi va qulayligini ta'minlash hamda mijozlar uchun bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini yanada kengaytirishga xizmat qiladi. Mobil banking va internet banking xizmatlarining jadal rivojlanishi bank xizmatlari bozorida raqamli kanallar orqali marketing strategiyalarini amalga oshirish imkoniyatlarini kengaytirmoqda.

Mijozlar segmentatsiyasi va marketing kommunikatsiyasini samarali tashkil etish bank xizmatlari bozorida mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar tizimini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Mijozlar segmentatsiyasi banklarga turli mijozlar guruhlarining moliyaviy ehtiyojlarini aniqlash, ularga moslashtirilgan bank mahsulotlari va xizmatlarini taklif qilish hamda marketing strategiyalarini maqsadli ravishda amalga oshirish imkonini beradi. Marketing kommunikatsiyalarini samarali tashkil etish esa bank xizmatlari haqida axborot tarqatish, mijozlar bilan samarali aloqa o'rnatish va bank brendining moliyaviy xizmatlar bozoridagi imidjini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Zamonaviy moliya bozori sharoitida bank marketing faoliyati nafaqat xizmatlarni targ'ib qilish bilan cheklanib qolmasdan, balki mijozlar ehtiyojlarini kompleks tahlil qilish, xizmatlar portfelini diversifikatsiya qilish va mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar siyosatini shakllantirish kabi muhim vazifalarni ham qamrab oladi. Bunday yondashuv bank marketing faoliyatining moliya bozoridagi amaliy samaradorligini baholash va banklar raqobatbardoshligini ta'minlashda marketing strategiyalarining ahamiyatini aniqlash imkonini beradi. 4-jadvalda tijorat banklarida marketing faoliyati samaradorligini baholashning kompleks indikatorlari keltirilgan. 4-jadval ma'lumotlari tijorat banklarida marketing faoliyati samaradorligi bir qator muhim omillar bilan belgilanishini ko'rsatadi. Xususan, mijozlar qoniqish indeksi va mijozlar

<sup>1</sup> Ekspert baholash usuli asosida muallif tahlili.

bazasining o'sish sur'ati bank marketing strategiyalarining eng muhim natijaviy ko'rsatkichlari hisoblanadi. Raqamli marketing kanallaridan foydalanish va bank xizmatlari diversifikatsiyasi moliyaviy xizmatlar bozorida banklar raqobat pozitsiyalarini mustahkamlashda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu holat bank marketing strategiyalarini raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlashtirish, mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar siyosatini rivojlantirish va moliyaviy xizmatlar bozorida innovatsion marketing instrumentlaridan samarali foydalanish zaruratini ko'rsatadi.

**4-jadval.**

**Tijorat banklarida marketing faoliyati samaradorligini baholash ko'rsatkichlari<sup>1</sup>**

№	Marketing ko'rsatkichlari	O'lchov birligi	Vazn koeffitsiyenti	2024-yil ko'rsatkichi	Ta'sir darajasi, foizda
1	Mijozlar bazasining o'sish sur'ati	foizda	0.20	16.3	75
2	Raqamli marketing kanallari orqali jalb qilingan mijozlar ulushi	foizda	0.18	43.7	72
3	Bank xizmatlari diversifikatsiya indeksi	koeffitsiyent	0.17	0.67	68
4	Mijozlar qoniqish indeksi (CSI)	indeks	0.21	0.81	77
5	Marketing kommunikatsiyalari samaradorligi	foizda	0.12	60.5	64
6	Raqamli xizmatlardan foydalanuvchi mijozlar ulushi	foizda	0.12	69.8	73

Yuqorida keltirilgan jadvallar tahlili moliya bozori sharoitida tijorat banklari raqobatbardoshligini ta'minlashda bank marketing strategiyalari hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. Xususan, bank xizmatlari bozori rivojlanish dinamikasi, mijozlar bazasining o'sishi va raqamli bank xizmatlaridan foydalanish ko'rsatkichlarining ortishi banklar tomonidan mijozlarga yo'naltirilgan marketing siyosatining izchil amalga oshirilayotganini tasdiqlaydi.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, bank marketing strategiyalarining samaradorligi mijozlar qoniqish darajasi, xizmatlar sifati va raqamli xizmatlarning rivojlanish darajasi bilan bevosita bog'liq hisoblanadi. Mobil banking va internet banking xizmatlarining keng joriy etilishi bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirish tezkorligini oshirish va mijozlar uchun qulay xizmat muhitini shakllantirishga xizmat qilmoqda.

<sup>1</sup> O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma'lumotlari va tijorat banklari yillik hisobotlari asosida muallif hisob-kitoblari

Bu holat bank marketing strategiyalarini raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlashtirish moliya bozorida tijorat banklari raqobatbardoshligini shakllantirishning muhim omillaridan biri ekanligini ko'rsatadi.

Marketing strategiyalarini samarali amalga oshirish orqali bank xizmatlari diversifikatsiyasini ta'minlash, mijozlar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, xizmatlar sifatini takomillashtirish va innovatsion moliyaviy xizmatlarni joriy etish banklar raqobatbardoshligini ta'minlashning asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

### **XULOSA VA TAKLIFLAR**

Olib borilgan tadqiqot natijalari moliya bozori sharoitida tijorat banklari raqobatbardoshligini shakllantirish va mustahkamlashda bank marketing strategiyalari muhim strategik ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi. Bank marketing strategiyalari nafaqat bank xizmatlarini targ'ib qilish vositasi sifatida, balki bank faoliyatini strategik boshqarish, mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va moliyaviy xizmatlar bozorida barqaror raqobat ustunligini shakllantirishga xizmat qiluvchi muhim boshqaruv mexanizmi sifatida namoyon bo'lmoqda.

Tadqiqot doirasida amalga oshirilgan tahlillar natijasida bank xizmatlari bozori rivojlanishining asosiy tendensiyalari aniqlandi. Xususan, bank xizmatlari turlarining kengayishi, raqamli bank xizmatlaridan foydalanuvchilar sonining ortishi hamda mijozlar bazasining barqaror o'sishi banklar tomonidan mijozlarga yo'naltirilgan marketing siyosatining izchil amalga oshirilayotganini ko'rsatadi. Mobil banking va internet banking xizmatlarining jadal rivojlanishi bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirish jarayonlarining tezkorligini ta'minlash va mijozlar uchun qulay xizmat muhitini shakllantirishga xizmat qilmoqda.

Olib borilgan tadqiqotlar natijasida moliya bozori sharoitida tijorat banklari raqobatbardoshligini ta'minlash va bank marketing strategiyalarini takomillashtirishga qaratilgan quyidagi ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqildi:

- tijorat banklarida mijozlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini shakllantirish va ularni amalga oshirishning institutsional mexanizmlarini takomillashtirish zarur. Bu bank xizmatlari bozorida mijozlar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, xizmatlar portfelini diversifikatsiya qilish va mijozlarga individual yondashuvni ta'minlash imkonini beradi.

- bank marketing strategiyalarini raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlashtirish va raqamli marketing instrumentlaridan foydalanishni kengaytirish maqsadga muvofiq. Xususan, raqamli kommunikatsiya kanallari, mobil banking platformalari va internet banking xizmatlaridan samarali foydalanish banklar uchun mijozlar bazasini kengaytirish va xizmatlar samaradorligini oshirish imkonini beradi.

- bank xizmatlari diversifikatsiyasini ta'minlash va innovatsion moliyaviy mahsulotlarni joriy etish banklar raqobatbardoshligini mustahkamlashning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Bu moliyaviy xizmatlar bozorida banklar uchun

yangi mijozlar segmentlarini jalb qilish va xizmatlar bozorini kengaytirish imkonini beradi.

- bank xizmatlari sifatini takomillashtirish va mijozlar qoniqish darajasini oshirishga qaratilgan marketing siyosatini rivojlantirish zarur. Bu mijozlar sodiqligini shakllantirish va bank xizmatlaridan foydalanish darajasini oshirishga xizmat qiladi.

- bank marketing faoliyati samaradorligini baholash uchun kompleks indikatorlar tizimini joriy etish maqsadga muvofiq. Bunday yondashuv bank marketing strategiyalarining amaliy samaradorligini baholash va moliyaviy xizmatlar bozorida banklar raqobatbardoshligini ta'minlash mexanizmlarini takomillashtirish imkonini beradi.

Bank marketing strategiyalarini kompleks tarzda takomillashtirish moliya bozori sharoitida tijorat banklari raqobatbardoshligini ta'minlash, moliyaviy xizmatlar bozorida barqaror raqobat ustunligini shakllantirish va bank xizmatlari bozorini rivojlantirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, bank marketing siyosatini strategik boshqaruv tizimi bilan uyg'unlashtirish va raqamli marketing instrumentlaridan samarali foydalanish banklar faoliyati samaradorligini oshirishning muhim yo'nalishlaridan biri sifatida namoyon bo'ladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. O'zbekiston Respublikasining 2019-yil 5-noyabr "Banklar va bank faoliyati to'g'risida"gi Qonuni <https://lex.uz/docs/-4581969>.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 12-may PF-5992-son "2020 - 2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-4811025>

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-aprel PQ-4699-son "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori <https://lex.uz/docs/-4800657>

4. Kotler P., Keller K. Marketing Management. - 15th ed. - Pearson Education, 2016.

5. Lovelock C., Wirtz J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. - World Scientific Publishing, 2016.

6. Payne A. The Essence of Services Marketing. - Prentice Hall, 2012.

7. Jo'rayev O.T. Bank marketingi. - Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2017.

8. Mustafaqulov Sh.I. Bank xizmatlari bozori va uni rivojlantirish masalalari. - Toshkent: Iqtisodiyot, 2018.

9. Abdurakhmanova, Matluba, et al. "Transformation of Commercial Banks in the Conditions of Digital TECHNOLOGY Development." Economic Development and Analysis, vol. 2, no. 3, 30 Mar. 2024, pp. 210-215, doi:10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss3-pp210-215.

10. Azlarova, Aziza, et al. "Transformation and Development of the Banking Sector AT the Modern Stage." *Economic Development and Analysis*, vol. 3, no. 1, 31 Jan. 2025, pp. 261-268, doi:10.60078/2992-877X-2025-vol3-iss1-pp261-268.
11. Hakimov N.X. *Bank xizmatlari marketingi*. - Toshkent: Fan va texnologiya, 2019
12. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. *Bank tizimi faoliyati to‘g‘risida yillik hisobot*. - Toshkent, 2024.
13. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. *Bank tizimi statistik byulleteni*. - Toshkent, 2024.
14. World Bank. *Global Financial Development Report 2023*. - Washington DC: World Bank, 2023.
15. International Monetary Fund (IMF). *Global Financial Stability Report*. - Washington DC: IMF, 2023.
16. Asian Development Bank. *Financial Sector Development in Central Asia*. - Manila: ADB, 2022.
17. “Kapitalbank” ATB. *Yillik moliyaviy hisobot*. - Toshkent, 2024.
18. “Asaka bank” AJ. *Yillik moliyaviy hisobot*. - Toshkent, 2024.
19. “Ipoteka-bank” ATIB. *Yillik moliyaviy hisobot*. - Toshkent, 2024.
20. O‘zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki (O‘zmilliybank). *Yillik moliyaviy hisobot*. - Toshkent, 2024.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

<b>Muharrir:</b>	Xakimov Ziyodulla Axmadovich
<b>Ingliz tili muharriri:</b>	Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
<b>Rus tili muharriri:</b>	Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
<b>Musahhah:</b>	Karimova Shirin Zoxid qizi
<b>Sahifalovchi va dizaynerlar:</b>	Sadikov Shoxrux Shuxratovich Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2026-yil, mart, 3-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](mailto: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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlartaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**