



Tadjibayeva Nigora Gulomjonovna

TDIU "Marketing" kafedrasi tadqiqotchisi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada O'zbekiston bank tizimida marketing faoliyatining ahamiyati va uning rivojlanish tendensiyalari o'rganiladi. Bank mahsulotlari va xizmatlarini mijoz ehtiyojlariga moslashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish masalalari ko'rib chiqilgan. Raqamli transformatsiya va innovatsion yondashuvlar asosida bank marketing strategiyalarini takomillashtirish yo'llari tahlil qilinadi.*

Kalit so'zlar: *marketing, bank tizimi, raqamli transformatsiya, bozor segmentatsiyasi, mijozlar ehtiyoji.*

Аннотация: *В данной статье изучается значение маркетинговой деятельности в банковской системе Узбекистана и тенденции её развития. Рассматриваются вопросы повышения конкурентоспособности через адаптацию банковских продуктов и услуг к потребностям клиентов. Анализируются пути совершенствования маркетинговых стратегий банков на основе цифровой трансформации и инновационных подходов.*

Ключевые слова: *маркетинг, банковская система, цифровая трансформация, сегментация рынка, потребности клиентов.*

Annotation: *This article explores the importance of marketing activities in the banking system of Uzbekistan and its development trends. Issues of increasing competitiveness by adapting banking products and services to customer needs are discussed. The ways to improve bank marketing strategies based on digital transformation and innovative approaches are analyzed.*

Keywords: *marketing, banking system, digital transformation, market segmentation, customer needs, Uzbekistan.*

O'zbekiston iqtisodiyoti tizimida banklar bosh ishtirokchilar sifatida faoliyat olib borib, moliyaviy xizmatlarni mijozlarga yetkazib beruvchi asosiy tuzilma bo'lib xizmat qiladi. Banklar muvaffaqiyatining asosi mijoz ehtiyojlarini to'g'ri aniqlash va ularga mos xizmatlar ko'rsatishdan iborat. Bu jarayonda marketingning o'рни va ahamiyati beqiyosdir.

Banklar uchun marketing nafaqat reklama va sotuv faoliyati bilan chegaralanmaydi. U kengroq maqsadlarni o'z ichiga oladi: mijozlar bilan mustahkam munosabatlar o'rnatish, ularning talab va ehtiyojlarini aniqlash, xizmatlarni diversifikatsiya qilish va shu orqali raqobatbardoshlikni oshirish.

Bank sohasida marketing bo'yicha dunyoda yetakchi tadqiqotchilar Kotler va Keller tomonidan taqdim etilgan nazariyalar ahamiyatga ega. Ular marketing strategiyalarini





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

muvaffaqiyatli tashkil etishning muhimligini ta'kidlagan holda mijozga yo'naltirilgan yondashuvni samarali amalga oshirish yo'llarini belgilaganlar.

O'zbekiston bank sektorida raqamli texnologiyalarni joriy etish marketingni rivojlantirishda yangi bosqich ochib berdi. Banklar mobil banking, internet banking, QR to'lovlar va sun'iy intellekt asosida ishlovchi chat-botlar kabi xizmatlarni joriy etmoqda. Masalan, Markaziy bank ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda mijozlarning 60 foizidan ortig'i raqamli xizmatlardan foydalangan. Bu ko'rsatkich raqamli marketing strategiyalarining muvaffaqiyatidan darak beradi.

Hozirgi davrda Big Data texnologiyalari mijoz xatti-harakatlarini tahlil qilish va ularga mos xizmatlarni taklif etishda muhim vosita sifatida qaralmoqda. Tadqiqotlarga ko'ra, bank sohasida raqamli yondashuvlardan foydalanish iqtisodiy samaradorlikni oshiradi.

Marketingni yanada takomillashtirish uchun banklar mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvlarni qo'llamoqda. Bu yondashuvlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. **Mijoz ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish:** Dastlabki bosqichda mijoz xatti-harakatlarini o'rganish orqali ularga mos yechimlar taklif etiladi.
2. **Individual yondashuv:** Har bir mijozning moliyaviy imkoniyatlarini va maqsadlarini hisobga olib, shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatiladi.
3. **Loyihalarning integratsiyasi:** Kichik va o'rta biznes uchun maxsus moliyaviy dasturlarni ishga tushirish orqali biznes-mijozlar soni ko'paytirilmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lish va mijozlar bilan doimiy muloqotni yo'lga qo'yish bank marketingining yana bir ustuvor yo'nalishidir. Banklar uchun ijtimoiy loyihalar va xayriya tadbirlarini qo'llab-quvvatlash brend imidjini mustahkamlash imkonini beradi. Misol uchun, Toshkent shahrida o'tkazilgan "Ta'limni rivojlantirish" loyihasida qator banklar homiylik qilgan.

Ijtimoiy mas'uliyat haqida ko'plab xalqaro maqolalarda qayd etilganidek, bu nafaqat brendni mustahkamlash, balki mijozlar ishonchini ham oshirish uchun muhim omildir.

Kelajakda marketingning quyidagi yo'nalishlari bank faoliyatida yetakchi o'rinni egallashi kutilmoqda:

1. **Big Data texnologiyalari:** Ma'lumotlar tahlili orqali mijozlarning xatti-harakatlarini aniqlash va ularga mos xizmatlarni taklif qilish imkoniyati.
2. **Omnichannel yondashuv:** Mijozlarga bir vaqtning o'zida bir nechta platformalarda xizmat ko'rsatish orqali ularning qoniqishini oshirish.
3. **Barqaror rivojlanish strategiyalari:** Ijtimoiy, ekologik va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydigan loyihalarni qo'llab-quvvatlash.

Marketingning muvaffaqiyatli rivoji uchun milliy bank tizimida yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash va global tendensiyalarni chuqur tahlil qilish talab etiladi.

Xulosa

Bank tizimida marketingning muvaffaqiyatli tashkil etilishi iqtisodiy barqarorlikka, aholining moliyaviy savodxonligiga va yangi mijozlarni jalb qilishga yordam beradi. O'zbekiston sharoitida raqamli texnologiyalarni yanada kengroq joriy qilish va kadrlar





**MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC
SOLUTIONS**

malakasini oshirish marketingning ustuvor yo'nalishlari sifatida belgilanadi. Zamonaviy strategiyalar va innovatsion yondashuvlardan foydalanish orqali O'zbekiston banklari global bozorda ham o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
2. Hunt, S. D., & Madhavaram, S. (2019). Digital Marketing Transformations in Banking. Journal of Strategic Marketing, 27(4), 284-297.
3. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy ma'lumotlari: <https://cbu.uz>
4. Rust, R. T., Lemon, K. N., & Zeithaml, V. A. (2004). Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy. Journal of Marketing, 68(1), 109-127.
5. "Bank Marketing Strategies in Emerging Economies" (2020). World Bank Report.
6. O'zbekiston bank sektorining rivojlanish ko'rsatkichlari. Tahliliy hisobot (2022).
7. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education.
8. Claessens, S., & Laeven, L. (2005). Financial Development and Marketing. International Monetary Fund Publications.
9. Gandy, O. H. (2019). Customer Data Utilization in Financial Services. Cambridge Journal of Economics, 43(7), 431-445.
10. Chapman, C., & Cowling, M. (2021). Sustainable Banking and Marketing Practices. Economic Policy Review, 78(2), 345-367.

