

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО  
СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ  
УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**На правах рукописи:**

**УДК: 336.5(575.1)**

**Ван Чжен**

**Совершенствование маркетинговой стратегии работы с  
потребителями в коммерческих банках**

**08.00.07 – Финансы, денежное обращение и кредит  
08.00.11 - Маркетинг**

**ДИССЕРТАЦИЯ  
на соискание ученой степени доктора философии по экономике (PhD)**

**Научный руководитель:  
д.э.н., проф. Н.Г.Каримов**

**Ташкент – 2022**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ ...</b>	<b>11</b>
1.1. Развитие банковско-финансовой системы – как основное приоритетное направление экономических реформ Узбекистана.....	11
1.2. Теоретические аспекты маркетинговой стратегии привлечения клиентов коммерческих банков.....	27
1.3. Зарубежный опыт развития маркетинговой стратегии банковских услуг.....	41
<b>Выводы по первой главе .....</b>	<b>53</b>
<b>ГЛАВА II. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ БАНКА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ.....</b>	<b>55</b>
2.1. Механизм и этапы привлечения новых клиентов в банковские услуги.....	55
2.2. Анализ рынка банковских услуг и маркетинговой деятельности коммерческих банков Узбекистана.....	68
2.3. Оценка маркетинговой деятельности и банковского имиджа Узпромстройбанка.....	86
<b>Выводы по второй главе.....</b>	<b>95</b>
<b>ГЛАВА III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ.....</b>	<b>98</b>
3.1. Перспективы внедрения клиентаориентированной стратегии, базируящаяся на концепции маркетинговой стратегии CRM.....	98
3.2. Клиентаориентированный подход к совершенствованию деятельности «Узпромстройбанка».....	118
<b>Выводы по третьей главе.....</b>	<b>135</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>138</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>143</b>
<b>Приложения.....</b>	<b>148</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** В мировой практике банковская система играет важную роль в развитии национальной экономики любой страны и выполняет задачу финансового обеспечения предприятий и предпринимателей. Увеличение спроса на услуги коммерческих банков, наряду с ростом небанковских учреждений, усиливает конкуренцию на рынке банковских услуг. Это требует от коммерческих банков внедрения новых банковских продуктов и услуг и расширения дистанционного обслуживания. Крупнейшие коммерческие банки Великобритании (клиринговые банки) осуществляют около 100 видов операций по обслуживанию своих клиентов, американские коммерческие банки — более 150, китайские и японские банки — около 300 видов операций<sup>1</sup>. Конкурентная среда, сформировавшаяся на рынке современных банковских услуг, и расширение опыта использования банковских услуг клиентами требуют разработки эффективных маркетинговых стратегий работы с клиентами.

В ведущих странах мира коммерческие банки и научные учреждения проводят ряд исследований по привлечению клиентов к банковским услугам и их удержанию. В частности, для привлечения клиентов в развитых странах используются такие маркетинговые инструменты, как предоставление беспроцентных кредитов, предоставление бесплатных дополнительных банковских услуг, вручение подарков клиентам. В поиске эффективных методов привлечения клиентов в коммерческие банки использование маркетинговых исследований, разработка целевых маркетинговых программ,

---

<sup>1</sup> Горнев С.А. "Зарубежный опыт аккумулирования и инвестирования финансовых накоплений населения" Финансы и кредит, no. 22 (112), 2002, pp. 104-110.

широкое использование принципов маркетинга для повышения эффективности банковской деятельности, проведение исследований, направленных на совершенствование их теоретико-методологических основ. являются приоритетами. Эти обстоятельства делают еще более актуальной разработку эффективных маркетинговых стратегий работы с клиентами в коммерческих банках, являющихся основными драйверами мирового финансового рынка.

В условиях процесса поэтапной трансформации банковской системы Республики Узбекистан «...реформа коммерческих банков поддерживается Всемирным банком, Европейским банком реконструкции и развития, Азиатским банком развития и международными компаниями, такими как «МакКинзи», «Бостон Консалтинг Групп», «Ротшильд»»<sup>2</sup>. В целях коренного изменения механизмов работы коммерческих банков путем приватизации и вывода качества обслуживания клиентов на новый уровень «... реализация стратегии реформирования банковской системы Республики Узбекистан на 2020-2025 годы, направленная на увеличение доли частного сектора в банковских активах с 15 процентов до 60 процентов и ускорение процесса преобразования коммерческих банков» была поставлена первоочередной задачей. Исходя из этого, в рамках трансформации коммерческих банков необходимо дальнейшее укрепление доверия клиентов к банковской системе, обеспечение высокого качества услуг, предоставляемых коммерческими банками, разработка продуманной маркетинговой стратегии по привлечению клиентов, и в то же время использовать имеющиеся свободные денежные и инвестиционные ресурсы вне банка, сокращение налично-денежного оборота и широкое внедрение гибких банковских услуг, ориентированных на

---

<sup>2</sup> Послание Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева Олий Мажлису. 29.12.2020. <https://president.uz/uz/lists/view/4057>