

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

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи:

УДК: 336.5(575.1)

Ван Чжен

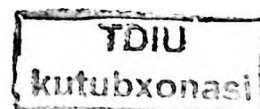
**Совершенствование маркетинговой стратегии работы с
потребителями в коммерческих банках**

**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**



1188

Ташкент – 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ ...	13
1.1. Развитие банковско-финансовой системы – как основное приоритетное направление экономических реформ Узбекистана.....	13
1.2. Теоретические аспекты маркетинговой стратегии привлечения клиентов коммерческих банков.....	30
1.3. Зарубежный опыт развития маркетинговой стратегии банковских услуг.....	45
Выводы по первой главе	56
ГЛАВА II. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ БАНКА ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ.....	58
2.1. Механизм и этапы привлечения новых клиентов в банковские услуги.....	58
2.2. Анализ рынка банковских услуг и маркетинговой деятельности коммерческих банков Узбекистана.....	71
2.3. Оценка маркетинговой деятельности и банковского имиджа Узпромстройбанка.....	90
Выводы по второй главе.....	99
ГЛАВА III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ.....	102
3.1. Перспективы внедрения клиентоориентированной стратегии, базирующаяся на концепции маркетинговой стратегии CRM.....	102
3.2. Клиентоориентированный подход к совершенствованию маркетинговой деятельности «Узпромстройбанка».....	122
Выводы по третьей главе.....	139
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	142
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	147
Приложения.....	153