

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

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи
УДК::6П2.15+336.5+71(575.1)

РУСТАМОВА МИНУРА МУРОДЖОН КИЗИ

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛЕЙ В2С В СФЕРЕ
ОБСЛУЖИВАНИЯ**

(на примере предприятий сферы услуг)

5A23041 «Маркетинг» (товаров и услуг)

Диссертация

На получение академического звания магистра

**Научный руководитель:
д.э.н., проф. Икрамов М.А.**

ТАШКЕНТ-2018

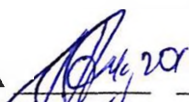
В магистерской диссертационной работе изучены теоретические основы реализации моделей управления взаимоотношениями с клиентами, характерные особенности банковской продукции и услуги, требования к разработке конкретных требований по выполнению классификации сферы услуг, сформирован организационно-маркетинговая стратегия АКБ «Киплок курилинт банк», разработан предложение по повышению экономической эффективности моделей В2С в сфере банковского маркетинга.

In the master's thesis the theoretical basis for the implementation of models of customer relationship management, the characteristics of banking products and services, the requirements for the development of specific requirements for the implementation of the classification of services, formed the organizational and marketing strategy of ATB "Kishlok kurilish Bank", developed a proposal to improve the economic efficiency of B2C models in the field of banking marketing.

Магистерская диссертационная работа прошла предварительную защиту на кафедре «Маркетинг»

Протокол № 7 от «14» 05 2018г.

Научный руководитель: д.э.н., проф. Икрамов М.А.

 14.05.2018г.

подпись дата

Магистр: Рустамова М.М.

 10.05.2018г.

подпись дата

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ	9
1.1. Значение сферы обслуживания в развитии экономики Республики Узбекистан.....	9
1.2. Модели управления взаимоотношениями с клиентами и их виды.....	19
1.3. Требования к классификации сферы услуг.....	28
Выводы по первой главе.....	45
ГЛАВА II. ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ В2С В СФЕРЕ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	46
2.1. Опыт организации банковского маркетинга в зарубежной практике.....	46
2.2. Анализ о конкурентоспособности исламских банков в международной банковской системе.....	58
2.3. Анализ организации маркетинговой деятельности в АКБ «Қишлоққурилишбанк».....	68
Выводы по второй главе.....	74
ГЛАВА III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ В2С В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ	75
3.1. Основные направления маркетинговой политики АКБ «Қишлоққурилишбанк».....	75
3.2. Разработка маркетинговой стратегии АКБ «Қишлоққурилишбанк».....	83
3.3. Социально-экономическая эффективность от внедрения современных услуг партнерства банка с клиентами.....	87
Выводы по третьей главе.....	93
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	95
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	98
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	104

ВВЕДЕНИЕ

Обоснованность темы магистерской диссертации и её актуальность.

Актуальность темы предлагаемого исследования заключается в том, что рынок банковских услуг является одной из важнейших и неотъемлемых составляющих современной рыночной экономики. Поэтому в настоящее время возрастает интерес к различным аспектам деятельности банковских систем и методов управления ими.

Как подчеркнул наш Президент Шавкат Мираманович Мирзиёев в своем докладе посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2016 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2017 год «Интересы человека – превыше всего» [14]. И это означает что, не народ, точнее не потребитель, а государство, государственные учреждения, предприниматели, и многие другие деятели, также и банковские учреждение должны служить народу. Исходя из этой поставленной цели, под руководством главы Узбекистана разработана стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017 — 2021 годах. В третьей главе стратегии развития «Приоритетные направления развития и либерализации экономики» [21], даны конкретные задачи банковской деятельности, которые имея столь высокие темпы роста, в итоге все равно остается не разработанными эффективно устойчивых, а также доверительных отношений между клиентами и банков на сегодняшний день.

Как правило, коммерческие банки стремятся выполнять широкий круг операций и услуг для своих клиентов для того, чтобы повысить рентабельность и конкурентоспособность. Из этого следует, что развитие банковской деятельности предполагает предоставление не только клиентам банковских услуг с минимальными издержками, но самого банка.

Одним из важнейших свойств банка является производительный характер, смысл которого заключен даже в такой простейшей форме, как, например, прием от клиентов денежных средств во вклады. Банк не просто