

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
DSc.03/30.12.2020.I.16.02 RAQAMLI ILMIY KENGASH
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

YULDASHEVA DILOROM SHAXZOD QIZI

**RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNI
TAKOMILLASHTIRISH (BANK XIZMATLARI BOZORI MISOLIDA)**

08.00.11 – Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) darajasini olish uchun tayyorlangan
dissertatsiya**

**Ilmiy rahbar: i.f.d., professor
Tashmuradova Buvsara Egamovna**

Toshkent 2025 yil

MUNDARIJA

	KIRISH.....	3
I BOB.	RAQAMLI MARKETING VOSITALARINING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI.....	11
1.1 §	Raqamli marketing tushunchasining ilmiy-nazariy asoslari.....	11
1.2 §	Raqamli marketing vositalari turlari va ularning o'ziga xos xususiyatlari.....	19
1.3 §	Xorijiy mamlakatlarda raqamli marketing vositalaridan foydalanish tajribalari.....	28
	Birinchi bob bo'yicha xulosalar.....	39
II BOB.	RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH HOLATINI TAHLIL QILISH VA BAXOLASH.....	41
2.1 §	O'zbekistonda raqamli marketing vositalaridan foydalanish holatini tahlili.....	41
2.2 §	Raqamli marketing vositalari orqali bank xizmatlari rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni baholash	51
2.3 §	Raqamli marketingdan foydalanish holatini sotsiologik baholash	62
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar.....	75
III BOB.	RAQAMLI MARKETING VOSITALARINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.....	77
3.1 §	Raqamli marketing vositalarini bank xizmatlari bozorida qo'llash yo'nalishlari.....	77
3.2 §	Raqamli marketing vositalaridan innovatsion yondashuvlar asosida bank tizimida foydalanish imkoniyatlari	91
3.3 §	Raqamli marketing vositalari orqali bank xizmatlarini rivojlanishini ko'p omilli prognozlashni takomilashtirish.....	100
	Uchinchi bob bo'yicha xulosalar.....	110
	XULOSA	112
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI	116
	ILOVALAR	124

KIRISH

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati.

Hozirgi global iqtisodiyotda bank xizmatlari bozorining rivojlanishi marketing strategiyalarining samaradorligi bilan chambarchas bog'liq. Mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun innovatsion yondashuvlar talab etiladi, chunki an'anaviy marketing vositalari jadal o'zgarib borayotgan raqamli muhitda samarali bo'lmasligi mumkin. Amerikaning eng yirik banklaridan biri bo'lgan JP Morgan Chasening bergan hisobotiga ko'ra 2024 yil davomida mijozlarning talab va hoxishlarini o'rganishda katta ma'lumotlar va sun'iy intellektdan keng foydalangan. Ular mijozlarning karta tranzaksiyalari, onlayn faoliyati va ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatlarini tahlil qilib shaxsiylashtirish takliflari berilgan. Ushbu zamonaviy usullar orqali bank marketing xarajatlarini 20%ga kamaytirishga va mijozlar sadoqatini oshirishga erishilgan¹. Shu bois, raqamli marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirish, xususan, bank xizmatlari bozorida ularni tadbiq etish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Jahonda globallashtirish va shiddatli raqamlashtirish siyosati strategik ahamiyatni kasb etayotgan bir sharoitda hozirgi kunda xizmatlar bozorini raqamli marketing vositalaridan foydalanish asosida rivojlantirishga yo'naltirilgan tadqiqotlar amalga oshirilmoqda. Bu borada bank xizmatlari bozorida raqamli marketing konsepsiyasini joriy etishga qaratilgan tizimli ilmiy izlanishlar olib borish, aholini sifatli raqamli moliyaviy xizmatlar bilan ta'minlash, iste'molchilarning iqtisodiy manfaatlarini qo'llab quvvatlash va bank xizmatlari bozorida raqamli marketing faoliyatini yo'lga qo'yish nuqtai nazaridan tadqiq etish zaruratini ilgari surmoqda.

O'zbekiston Respublikasi bank xizmatlari bozorini rivojlantirish masalasi ustuvor yo'nalishlardan biri bo'lib, raqamli bank xizmatlarini rivojlantirish masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu borada raqamlashtirish masalasiga tegishli 30 dan ortiq me'yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilingan bo'lib,

¹ J.P. Morgan Research Publications

iqtisodiyotning barcha sohalari bo'yicha bir qator vazifalar belgilab berilmoqda². "So'nggi yillarda raqamli moliyaviy xizmatlarning mavjudligi va ulardan foydalanish imkoniyatlarining ortib borishi natijasida millionlab mijozlarga xavfsiz raqamli platformalardan rasmiy raqamli moliyaviy operatsiyalarga o'tishda yordam berib kelinmoqda"³. Shu sababdan ham bank xizmatlarini takomillashtirishda inson omilini kamaytirish, modernizatsiyalash, banklarning zamonaviy raqamlashtirilgan infratuzlmasini joriy etish, masofaviy bank xizmatlari ko'rsatish tizimini rivojlantirish maqsadida raqamli texnologiyalar asosida ilg'or bank xizmatlari turlarini amaliyotga joriy etish bo'yicha tadqiqotlarni amalga oshirish muhim ilmiy amaliy ahamiyat kasb etadi.

Dissertatsiya tadqiqoti O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026- yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning tarqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni, 2021-yil 17-fevraldagi "Sun'iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4996-sonli qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 12-maydagi "2020-2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida"gi PF-5992-sonli Farmoni va boshqa ushbu sohadagi normativ-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning Respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Mazkur dissertatsiya ishi respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Tijorat banklarida raqamli marketing vositalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy, ilmiy-uslubiy jihatlarini ko'plab xorijlik marketolog olimlarning ilmiy ishlanmalarida o'z aksini topgan. Bu

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-iyuldagi PQ-3832-son "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori. – <https://lex.uz/ru/docs/386053>

³ https://trustbank.uz/uz/press_center/news/raqamli-moliyaviy-xizmatlar-bank-va-mijozlar-o-rtasidagi-o-zaro-munosabatlarning-yangi-shakli

borada F.Kotler, Y.Chien, G.Sharma, S.Malhotra, S.Jain, P.Garg , B.Fan, P.Honnali, M.Carpenter, C.Gerling, S.Lessmann, H.Liu, V.Shankar, Y.Kim, G.Tan, W.Lim, A.Smith, D.Chaffey, J.Lee, R.Bansal, P.Verma va boshqa olimlarning ilmiy ishlarida tadqiq qilingan.⁴

Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi mamlakatlari olimlari, xususan A.Shevlyakova, I.Kotlyarevskaya, N.Ananenka, D.Taraxovich, M.Samoxovets, I.Soloveychik, S.Lobanova, M.Guseynova va boshqalarning asarlarida raqamli marketing strategiyalari, bank marketingi va uning tamoyillari aks etgan.⁵

Shuningdek, milliy iqtisodiyotning raqamlashtirish siyosati doirasida raqamli marketingdan xizmat ko'rsatish sohalari, xususan bank xizmatlari bozorida foydalanish masalalari O'zbekistonlik iqtisodchi olimlaridan S.Gulyamov, B.Begalov, M.Abdullayev, Y.Ilxamova, M.Ikramov, M.Jumaniyozova, U.Xaitmatov, A.Fattaxov, Sh.Ergashxodjayeva, A.Azlarova, M.Abduraxmanova,

⁴ Kotler, P., & Chien, Y. (2023). "Emerging Marketing Strategies for Post-Pandemic Recovery in the Banking Sector". *Journal of Bank Marketing*, 40(2), 76-88.; Malhotra, S., & Sharma, G. (2023). "Impact of Mobile Banking Apps on Marketing Strategies in Banks". *International Journal of Mobile Marketing*, 6(1), 28-39.; Jain, S., & Garg, P. (2023). "AI-Driven Marketing Campaigns in Banks: A Case Study Approach". *Journal of Marketing Research and Applications*, 13(4), 123-132.; Fan, B. (2023). Research on the Marketing Strategy of Banking and Finance Business Given Big Data Technology. *SHS Web of Conferences*, 135, 02018.; Honnali, P. (2018). Relevance of Effective Marketing Strategies in the Banking Sector. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 5(4), 371-373.; Carpenter, M. (2011). The Marketing Strategies of Banks to Small Businesses in the Republic of Ireland. *Dublin City University*.; Gerling, C., & Lessmann, S. (2024). Leveraging AI and NLP for Bank Marketing: A Systematic Review and Gap Analysis. *arXiv preprint arXiv:2411.14463*.; Liu, H., & Shankar, V. (2021). "The Impact of Digital Marketing Strategies on Bank Performance: Evidence from the United States". *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 123-137.; Kim, Y., (2020). "Social Media Marketing and Customer Engagement in the Banking Industry: Evidence from South Korea". *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1023-1040.; Tan, G., & Lim, W. (2019). "Mobile Banking Adoption and Customer Loyalty: A Study of Singapore Banks". *Journal of Financial Services Marketing*, 24(4), 245-258.; Smith, A., & Chaffey, D. (2020). "E-Marketing Strategies for Financial Institutions in the USA". *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 11(3), 215-230.; Lee, J. (2020). "Big Data Analytics in Banking: Opportunities and Challenges". *International Journal of Information Management*, 50, 1-12.; Bansal, R., & Verma, P. (2023). "Behavioral Targeting in Bank Marketing: A New Approach to Consumer Retention". *Journal of Behavioral Marketing*, 10(1), 44-53.

⁵ Котляревская, И.В. Стратегический маркетинг : учебное пособие.— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 159, [1] с. Шевлякова А.А "Особенности реализации стратегии развития в банковской сфере" Журнал: Вестник Кемеровского государственного университета. (2019) стр. 271–276.; Ананенко Н., Тарахович Д. "Страхование в банковской деятельности: современное состояние и перспективы развития" Журнал: Банковская система: устойчивость и перспективы развития (2024) стр 403–416.; Самоховец М.П. "Финансовая платформа как новая модель предоставления финансовых услуг" Журнал: Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы (2021) стр 461–465.; Соловейчик И., «Маркетинговые инновации как средство совершенствования банковских услуг» Экономический вектор №2(25) 2021 стр.111-117.; Лобанова С.Н. Зарубежный опыт использования маркетинга в банковской сфере // Вестник РГТУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2023. № 2. С. 85–101. Гусейнова М.Р «Маркетинг услуг в сфере банковской деятельности» магистрская диссертация БАКУ 2016

Sh.Djanibekova, B.Xonturayev, N.Yaxyoxonov, G.Bekmurodova, J.Yuldashev, O.Ortiqov, I.Quliyev va boshqa olimlar tadqiqotlarida o'z aksini topgan.⁶

Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Mazkur dissertatsiya ishi Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalariga muvofiq ilmiy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi O'zbekistonda raqamli marketing vositalaridan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat:

raqamli marketing tushunchasining ilmiy-nazariy asoslarini tadqiq etish;
raqamli marketing vositalari turlari va ularning o'ziga xos xususiyatlari;
xorijiy mamlakatlarda raqamli marketing vositalaridan foydalanish tajribalari;

o'zbekistonda raqamli marketing vositalaridan foydalanish holatini tahlili;
raqamli marketing vositalari orqali bank xizmatlari rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni baholash;

raqamli marketing vositalaridan foydalanish holatini sotsiologik baholash;
raqamli marketing vositalarini bank xizmatlari bozorida qo'llash yo'nalishlari;

raqamli marketing vositalaridan innovatsion yondashuvlar asosida bank tizimida foydalanish imkoniyatlari;

⁶С.Гулямов, А.Шермухамедов.Развитие цифровой экономики в Узбекистане//Круглый стол, 2019,-С,122-124.; Фаттахов А..А. Стратегия маркетинга в оптовой торговле и пути повышения ее эффективности. Монография.-Т.: Fan, 2005.179 с. Ergashxodjayeva Sh.D. Innovatsion marketing. Darslik. -Т.: IQTISODIYOT, 2019. 192 bet.; B.A.Begalov, M.K.Abdullayev. "Raqamli iqtisodiyot" / Darslik. - Т.: "Iqtisodiyot", 2023.-352 b. S.S.Gulyamov, Y.S.Ilxamova, M.M.Ikramov, M.Y.Jumaniyozova, U.T.Xaitmatov Iqtisodiyotda sun'iy intellect texnologiyalari (o'quv qo'llanma) -Т.: ООО "Diadema nur servis", 2024. 356 b. A.A.Azlarova, M.M.Abduraxmanova "Bank marketing va menejmenti" o'quv qo'llanma.- Т: IQTISODIYOT, 2019.-199b.; Djanibekova Sh.K. "Xizmatlar bozorini rivojlantirishda marketing strategiyasining xususiyatlari" "Иктисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журналы. № 5, сентябрь-октябрь, 2018 йил.; Xonturayev B.A "Bank xizmatlari bozorini raqamli marketing strategiyalari asosida rivojlantirish" PhD dissertatsiya.-Т:2023.; Yaxyoxonov N.B "Korxonalarda raqamli marketingdan foydalanishni takomillashtirish" PhD dissertatsiya.-S:2023.; Bekmurodova G.A. Tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing texnologiyalari samaradorligini oshirish yo'llari, Avtoreferat 2023.; Yuldashev J.A. Tijorat banklarida mijozlar bilan munosabatlar holatini baxolash usulini takomillashtirish // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. -№3, 2021.; Ortiqov O. A., Quliyev I. Ya. Bank menejmenti va marketingi. O'quv qo'llanma.:T. "Iqtisod-moliya". -2015 y.178 b.