



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№12



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2025-yil, dekabr.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukhonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi
336/3-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA DAVRIDA TIJORAT BANKLARI LIKVIDLILIK XAVFINI BOSHQARISHI.....	44
Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li	
TURIZM XIZMATLAR BOZORI ISTE'MOLCHILARINI SEGMENTLASH USULI ASOSIDA DIVERSIFIKATSIYA KONSEPSIYASINI ISHLAB CHIQISH.....	48
Maxmudova Aziza Pirmamatovna	
"INNOVATSION AGROTEKNOLOGIYALAR VA "YASHIL IQTISODIYOT" TAMOIYILLARI ASOSIDA G'ALLA YETISHTIRISH BARQARORLIGINI BAHOLASH.....	53
Turayeva Gulizahro	
АНАЛИЗ ЦЕНОБРАЗОВАНИЯ НА ЗЕРНОВЫЕ ПРОДУКТЫ ПО ДАННЫМ МАРКЕТИНГОВЫМ ИСЛЕДОВАНИЯМ (НА ПРИМЕРЕ НАМАНГАНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	57
Баҳриддинов Жаҳонгирбек Равшанжон ўғли	
KICHIK BIZNES RIVOJINI TA'MINLASHDA BOZOR INFRATUZILMALARINING AHAMIYATI.....	62
G'aniyev Botir Baxtiyorovich, Zakirova Gulnora Mirzaliyevna	
KICHIK SANOAT ZONALARI FAOLIYATINI SAMARALI BOSHQARISH METODOLOGIYASI VA YO'LLARI.....	67
Shodmonqulov Kamoliddin Murodillaevich	
INNOVASION FAOLIYAT XARAJATLARINING BUXGALTERIYA HISOBI VA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH.....	73
Mustafoev Akbar Mustafo o'g'li	
MAHSULOT DIVERSIFIKATSIYASI VA LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA EKSPORT POTENSIALINI OSHIRISH YO'LLARI.....	78
Maxkamov Ibrayim, Jo'raboyeva Shohida Kamoliddin qizi	
REKLAMA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI ROLI.....	83
Abduxalilova Laylo To'xtasinovna, Raxmonqulova Shahrizoda	
SIRKULAR IQTISODIYOTDA YOPIQ SIKL NAZARIYASINING ROLI.....	87
Sodikov Zokir Rustamovich	
YASHIL TEKNOLOGIYALARNI JORIY ETISHDA MOLIVAVIY RAG'BATLAR VA ULARNING NATIJALARI.....	92
Axmadjonova Gulmira Xabibulla qizi	
MAMLAKAT IQTISODIYOTI RIVOJLANISHIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING ROLI.....	97
G'aniyev Baydulla Toshmurodovich	
АНАЛИЗ ПОДХОДОВ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ: СРАВНЕНИЕ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ.....	101
Даулетиярова Шахло	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ УЗБЕКИСТАНА.....	109
Кадилова Хадича Тураевна	
XORIY MAMLAKATLARINING IQTISODIYOTNI UGLERODSIZLASHTIRISH STRATEGIYALARI: O'ZBEKISTON UCHUN TAKLIFLAR.....	115
D.X. Pulatov, F.E.Shamsiyev	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLIVASI: MUAMMOLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	125
Sattorov Ixtiyor Ochilovich, Karimov Shohruh Yo'ldoshali o'g'li	
HISOB SIYOSATI TARKIBIY TUZILISHI MASALALARI.....	133
Botirova Raximaxon Abdujabbarovna	
QURILISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING MOLIVAVIY TAHLILI.....	136
Musayeva Shoirazimovna	



KICHIK SANOAT ZONALARINI RIVOJLANTIRISH ORQALI AHOLI TURMUSH FAROVONLIGINI OSHIRISH.....	144
Axmedov Oybek Turgunpulatovich	
O'ZBEKISTON SUG'URTA BOZORI PORTFELI TAHLILI.....	149
Madraximov Ilxom Kamilovich	
FOYDA SOLIG'INING O'ZIGA XOS MUAMMOLI JIHATLARI.....	154
Zaripov Xusan Baxodirovich	
AGRAR SEKTORNI INNOVATSION MODERNIZATSIYA QILISHDA INVESTITSIYA OQIMLARINI BOSHQARISH MODELLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	159
Xamrayev Quvvat Iskandarovich	
OLIY TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDA MARKETING TADQIQODLARINI TAKOMILLASHTIRISH	163
Jalilov Jamshid G'anijonovich, Safarov Zavqiddin Zokir o'g'li	
MINTAQA SANOAT TARMOG'I RIVOJLANISHINING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILI.....	168
Xayitboev Abror Quvondiqovich	
РОЛЬ СМЕШАННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ (BLENDED FINANCE) В ПОВЫШЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ: УРОКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН.....	174
Гулмаматова Дурдона Шерали кизи	
KORXONALARDA STRATEGIK BOSHQARUV	180
Musayeva Dilnoza Dilshatovna	
BANK TIZIMIDA MARKETING AHAMIYATI VA BANK MARKETINGI.....	184
Usubjonov Zaxriddin Vasliddin o'g'li	



BANK TIZIMIDA MARKETING AHAMIYATI VA BANK MARKETINGI

Usubjonov Zaxriddin Vasliddin o'g'li

Namangan davlat texnika universiteti

"Marketing" kafedrası assistenti, PhD,

Annotatsiya. Maqolada bank tizimida marketingning roli o'rganilgan. Bank marketingi va uning xususiyatlari tahlil etilgan. Bank marketingining maqsadlari hamda yangi bank xizmatlarini yaratish bosqichlari yoritilgan. Shuningdek, bank marketingini rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: bank marketingi, bank xizmatlari, onlayn xizmatlar, kredit, bank mahsulotlari.

Abstract. The article examines the role of marketing in the banking system. Bank marketing and its key features are analyzed. The goals of bank marketing and the stages of developing new banking services are presented. Recommendations for improving bank marketing are also proposed.

Key words: bank marketing, banking services, online services, credit, banking products.

Аннотация. В статье изучена роль маркетинга в банковской системе. Проанализированы банковский маркетинг и его особенности. Рассмотрены цели банковского маркетинга и этапы разработки новых банковских услуг. Также разработаны рекомендации по развитию банковского маркетинга.

Ключевые слова: банковский маркетинг, банковские услуги, онлайн-сервисы, кредит, банковские продукты.

KIRISH

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston–2030" strategiyasi to'g'risidagi Farmonida bank tizimida islohotlarni jadallashtirish, bank xizmatlari bozori hajmini oshirish hamda sohada raqobatni rivojlantirish bo'yicha maxsus chora-tadbirlar belgilangan. Mazkur Farmonda quyidagi ustuvor vazifalar ko'rsatib o'tilgan:

- bank va moliya tizimida yillik kreditlash hajmini 40 milliard AQSh dollariga yetkazish hamda bank omonatlari hajmini 4 baravarga oshirish;

- banklarni xususiylashtirishni jadallashtirish va davlat tasarrufida 3–4 ta bankni saqlab qolish, shuningdek, bank bozoriga kamida 4 ta yirik, nufuzli xorijiy bankni jalb etish;

- banklarda xalqaro miqyosda e'tirof etilgan minimal standart va talablarni joriy etish orqali prudensial me'yorlar va nazorat bazalarini takomillashtirish;

- kamida 3 ta tijorat bankida islom moliyasi mezonlari va tartib-qoidalarini joriy etish hamda islom moliyasining qonuniy asoslarini shakllantirish.

Bank faoliyatida marketing bankning mijozlarga ko'rsatayotgan xizmatlarini ularning haqiqiy ehtiyojlariga mos, qulay va ishonchli shaklda taklif etish jarayonini anglatadi. Shu bilan birga, banklar faoliyatida marketing xizmatini tashkil etish ma'lum miqdordagi sarf-xarajatlarni talab qilishi tabiiy bo'lib, bu jarayon bankning strategik rivojlanishi uchun muhim investitsiya sifatida qaraladi. Bank marketingi strategiyasining zarur elementi – bu boshqa banklar faoliyatini tahlil qilgan holda o'z xizmatlarining sifat va miqdor ko'rsatkichlarini aniq belgilab olishdir.

Bank marketingi marketingning alohida yo'nalishi sifatida kredit resurslari bozorini chuqur o'rganish, mijozlarning moliyaviy holatini tahlil qilish, ularga asosanib bankka qo'yilmalarni jalb etish va bankning kelgusidagi harakatlarini prognoz qilishni nazarda tutadi. Demak, bank marketingi bankning umumiy strategiyasi va falsafasini ifodalaydi hamda faoliyatning barcha bo'limlari o'rtasida uyg'un hamkorlikni talab etadi. Bank siyosatining asosiy maqsadi – mijozlarni jalb qilish, xizmatlar ko'lamini kengaytirish, bozor ulushini oshirish va natijada bankning barqaror daromad olishini ta'minlashdan iborat.

Hozirgi davrda bank xizmatlari bozorida raqobatning kuchayib borayotgani bank marketingining mazmunini yanada kengaytirib, uni strategik boshqaruvning muhim tarkibiy qismiga aylantirmoqda. Marketing bank faoliyatining faqat alohida yo'nalishlarini emas, balki uning umumiy maqsadi, mafkurasi va strategiyasini belgilovchi konsepsiyani shakllantirishdan boshlanishi lozim. Mazkur konsepsiya qabul qilingach, bank o'zining ichki imkoniyatlari va tashqi muhit omillaridan kelib chiqib marketing faoliyatining turli shakllaridan samarali foydalanishi mumkin.



Bank marketingi pul jamg'armalari va mablag'larni akkumulatsiya qilish jarayonini, shuningdek kreditlar bo'yicha bozor talablarini chuqur tahlil etishni anglatadi. Ma'lumki, banklar o'z faoliyatini asosan jalb qilingan mablag'lar — depozitlar va qo'yilmalarga tayanib olib boradi. Shu sababli bank marketingi strategiyasini ishlab chiqishda ko'proq miqdordagi pul mablag'larini jalb etish eng ustuvor vazifalardan biri hisoblanadi.

Bank marketingining maqsadi — kapital bozori talablariga moslashish uchun zarur sharoitlar yaratish, bozorni o'rganish, raqobatbardoshlikni oshirish va bank faoliyatining foydaliligini ta'minlashga qaratilgan tadbirlar tizimini ishlab chiqishdan iborat. Bank marketingining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- banklar uchun alohida ahamiyatga ega bo'lgan kapital bozoridagi talablarni va uning segmentlarini chuqur o'rganish;
- foiz siyosatini tahlil qilish;
- reklama faoliyatini samarali tashkil etish;
- bank passivlari va aktivlarini kengaytirish;
- bank faoliyatini rejalashtirish tizimini ishlab chiqish;
- xodimlarni boshqarish;
- mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonini yanada samarali tashkil etish.

Bank marketingi kontsepsiyasi — bu bank xizmatlarini shakllantirish, ularni bozorga taklif etish va iste'molchilar tomonidan foydalanishni rag'batlantirishga ta'sir ko'rsatadigan xizmatlar hamda omillar doirasini kengaytirish orqali mijozlar ehtiyojini to'laroq qondirishga qaratilgan strategik yondashuvdir. Ushbu kontsepsiya quyidagi chizmada ifodalanadi:

Bank xizmati iste'molchilarining talablari



Bank marketingining yalpi sa'y-harakatlari



Bank xizmatlari iste'molchilarining talablarini to'laqonli qondirish orqali bank daromadining oshishi

Bank tomonidan yangi xizmatlarni yaratish bosqichlari

1. Yangi g'oyalarning paydo bo'lishi.
2. Istiqbolli g'oyalarni tabaqalashtirish va tanlab olish.
3. Yangi xizmatning dastlabki variantini ishlab chiqish.
4. Mahsulotning muayyan turi bo'yicha bank marketingi strategiyasini ishlab chiqish.
5. Yangi mahsulotni yaratish va uni sotishning real imkoniyatlarini tahlil etish.
6. Bank mahsulotining aniq turini to'liq ishlab chiqish.
7. Bank mahsulotini tajriba-sinov tarzida joriy etish.
8. Bank mahsulotini o'z mijozlari hamda boshqa banklar mijozlari o'rtasida tarqatish va bozorga to'liq chiqarish.

Bank marketingining asosiy vazifalari qatoriga bozorni o'rganish jarayonini kiritish mumkin. Bozor — bu ma'lum bir xizmatning real va potensial iste'molchilari majmuasi bo'lib, bank bilan mijoz o'rtasidagi o'ziga xos bog'lovchi hamda vositachi unsumni ifodalaydi. Bank o'z xizmatlarini, avvalo, ularni sotish hamda iste'molchilarning muayyan xizmat turlariga bo'lgan ehtiyojini qondirish maqsadida yaratadi, sotuvga chiqaradi va taqdim etadi. Bank marketingi tushunchasi bozor mahsuli sifatida iqtisodiy kon'yunktura hamda bozorning qisqa va uzoq muddatli rivojlanish tendensiyalari bilan uzviy bog'liq bo'lgan xizmatlarni tashkil etish va amalga oshirishni boshqaruvchi nazariy hamda amaliy faoliyatni anglatadi.

Bozordagi va uning alohida segmentlaridagi talab va takliflarni, bozorning ko'lamini va xarakterini, narxlar darajasini hamda ularning talab va taklifga moslashuvchanligini, bozor raqobati darajasi va mavjud shart-sharoitlarni o'rganish bilan bog'liq kon'yunktura tadqiqotlari marketing faoliyatining barcha bosqichlarida asosli qarorlar qabul qilish uchun zarurdir. Bank xizmatlariga bo'lgan talab va taklif o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash maqsadida tijorat banki sotuv, servis va reklama siyosatini izchil amalga oshirishi lozim.

Bank kapital bozorini tahlil qilib, hududdagi xo'jalik yurituvchi subyektlarning ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlarini hisobga olgan holda mablag'lar jalb etish hamda kreditlar va ssudalar berish bo'yicha dastur tuzadi. Shu ma'noda bank raqobat strategiyasining umumiy prinsiplari va bank xizmatlari bozorini egallashning aniq usullarini belgilab olishi zarur. Bankning barcha bo'limlari ushbu strategiyaga asoslanib faoliyat yuritishi shart.

Namuna sifatida XX asrning 60-yillarida "Bank of America" bankining strategiyasini keltirish mumkin. Bank o'z e'tiborini boshqa Amerika tijorat banklari qabul qilmagan mayda jamg'armalarni jalb etish va mayda mablag' egalarini bank xizmatlaridan foydalanishga undashga qaratgan. Ushbu yondashuv o'z samarasini bergan va "Bank of America" moliyaviy quvvati bo'yicha o'sha davrda AQShda mavjud bo'lgan 14 mingdan ortiq tijorat banklari orasida yetakchi o'rinlardan birini egallagan.



Bank marketingining yana bir muhim yo'nalishi — qarz oluvchilarning kredit qobiliyatini tahlil qilishdir. Bu jarayon kredit berish shartlarini belgilovchi omillarni chuqur o'rganishni talab qiladi. Shu sababli bank uchun qarz oluvchining kreditni kredit shartnomasida belgilangan muddat va shartlarga muvofiq qaytarish imkoniyati hamda bunga tayyorligi juda muhimdir. Bank o'z zimmasiga oladigan tavakkal darajasini aniq bilishi, shuningdek, berilishi mumkin bo'lgan kredit hajmini to'g'ri hisobga olishi lozim. Mijozning kredit qobiliyatini tahlil qilish bilan bankning kredit bo'limi shug'ullanadi. U mijoz to'g'risidagi axborotlarni to'plash, qayta ishlash, tahlil qilish, umumlashtirish va kelgusi faoliyatda qo'llash bilan shug'ullanadi. G'arb amaliyotida mijozning kredit qobiliyati bank va kompaniya o'rtasidagi hamkorlik munosabatlarining eng muhim jihatlaridan biri hisoblanadi.

Bank marketingi — bank mahsulotlarini mijozlarning real talablarini hisobga olgan holda eng qulay bozorlarni izlab topish, ulardan samarali foydalanishni ta'minlash va mazkur jarayonni tizimli ravishda boshqarishni anglatadi. Bank marketingini izchil amalga oshirish uchun bankning aniq maqsadlari belgilanadi, ularga erishish bo'yicha yo'l-yo'riqlar ishlab chiqiladi hamda raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar tizimi shakllantiriladi.

Shunday qilib, bank marketingining asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

- mavjud resurslardan oqilona foydalanish orqali mahsulot dinamikasiga ta'sir ko'rsatish va talab-taklif o'rtasida optimal mutanosiblikni ta'minlash;
- bank xizmatlari bozorida shartnoma va bozor munosabatlari tizimini shakllantirish;
- bank mahsulotlarini yangilash, takomillashtirish va ularning sifatini oshirishni rag'batlantirish maqsadida bank faoliyatiga ta'sir ko'rsatish;
- yangi bozorlarni faol izlash va mavjudlarini kengaytirish, bozor munosabatlarining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini optimal darajaga yetkazish.

Banklarning marketing faoliyati, asosan, bozor ulushini kengaytirish, ko'rsatilayotgan xizmatlarni yanada universal qilish, yangi bank xizmatlarini joriy etish, filiallar tarmog'ini rivojlantirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga yo'naltiriladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Bank tizimida marketingning nazariy asoslari, uning bank faoliyatidagi ahamiyati va amaliy qo'llanishi to'g'risidagi ilmiy izlanishlar uzoq yillardan buyon mahalliy va xorijiy olimlarning tadqiqotlarida keng yoritib kelinmoqda. Adabiyotlarning aksariyati bank xizmatlarini taklif etish jarayonida marketingning strategik boshqaruv vositasi sifatidagi o'rni, mijozlar ehtiyojini o'rganish va ularning qoniqish darajasini oshirish mexanizmlarini tahlil qiladi.

Avvalo, klassik marketing nazariyasi vakillari — F.Kotler, G.Armstrong, J.Stanton kabi olimlarning asarlarida xizmatlar marketingi tushunchasi batafsil yoritilgan bo'lib, bank sektori xizmatlar marketingining alohida tarmog'i sifatida ko'riladi. Ularning fikricha, xizmatlar sohasida, ayniqsa moliyaviy xizmatlarda, mijozlar psixologiyasi va ishonch omili marketing strategiyalarini shakllantirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bank marketingining 7P modeli (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) moliyaviy xizmatlarni bozorda muvaffaqiyatli ilgari surishning universal konsepsiyasi sifatida qaraladi.

Mahalliy adabiyotlarda esa bank marketingi masalalari bo'yicha A.Soliyev, J.Jalolov, A.Fattaxov, I.Axmedov, shuningdek U.Hamdov, X.Saidov kabi olimlarni qayd etish mumkin. Soliyev A. (2008) o'z ishida bank xizmatlari bozorida raqobatning keskinlashuvi sharoitida marketingning strategik ustunlik — ya'ni mijoz bilan mustahkam aloqalarni shakllantirish orqali barqaror rivojlanishni ta'minlash vositasi sifatida talqin qilinishini ta'kidlaydi. Jalolov J. va hammualliflar tomonidan bank mahsulotlarini diversifikatsiya qilish, ularni bozorga moslashtirish va raqobatbardoshligini oshirishda marketing tadqiqotlarining muhim o'rni ko'rsatilgan.

Xorijiy tadqiqotlar qatorida P.Kotler va K.Keller, D.Cox, E.Rose, M.McKechnie kabi mualliflarning ilmiy ishlari banklar faoliyatida mijozga yo'naltirilganlik konsepsiyasining dolzarbligini asoslaydi. Cox D. xizmatlar sifatini boshqarish va mijozlar ehtiyojlarini tezkor tahlil qilish bankning bozor ulushini kengaytirishda muhim omil ekanini ko'rsatadi. Rose va Hudgins (Bank Management and Financial Services) asarlarida raqobat sharoitida marketing strategiyalarining moliyaviy natijalarga ta'siri atroflicha yoritilgan.

Bank marketingining zamonaviy talqinlarida raqamli transformatsiya bilan bog'liq tadqiqotlar alohida o'rin tutadi. Xususan, FinTech platformalari, mobil ilovalar, onlayn-banking xizmatlari, Big Data asosidagi marketing tahlillari, personalizatsiya va mijozlar segmentatsiyasi bo'yicha adabiyotlarda marketingning yangi avlod yondashuvlari shakllanmoqda. Raqamli marketing bo'yicha tadqiqotchilar — Chaffey, Ryan, Kingsnorth bank marketingining innovatsion yo'nalishlarini, jumladan ommaviy kommunikatsiya kanallaridan foydalanish, mijozga yo'naltirilgan algoritmik tahlil va xulq-atvor modeli asosida xizmat taklifini yaratishni ilmiy jihatdan asoslab bergan.

O'zbekistonda bank tizimida marketingning rivojlanishiga oid ilmiy manbalar "Bank xizmatlari ommabopligini oshirish to'g'risida"gi Prezident qarorlari, tijorat banklarining raqamli xizmatlarni kengaytirish bo'yicha



strategiyalari bilan uyg'un holda shakllangan. Mahalliy olimlar — X.T.Kadirova, N.Safarova, U.Usubov ishlarida raqamli bank xizmatlari, mijozlar segmentlari, marketing kommunikatsiyalari va xizmatlar sifati boshqaruvi masalalari chuqur tahlil qilingan. Tadqiqotlarda bank marketingining asosiy vazifalari olinma aktivlarni ko'paytirish, mijozlar bazasini kengaytirish, bank brendining ishonchligini oshirish hamda xizmatlar sifatining xalqaro standartlarga mosligini ta'minlashdan iborat ekani ko'rsatiladi.

Umuman, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, bank marketingi — bu oddiy reklama yoki xizmatlarni targ'ib qilish emas, balki butun bank strategiyasini belgilovchi kompleks boshqaruv tizimidir. U mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganishga asoslanadi va bankning raqobatdoshligini, barqaror o'sishini hamda xizmatlar sifati bo'yicha ustunliklarini ta'minlovchi muhim mexanizm sifatida namoyon bo'ladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Marketing tadqiqotlari usuli bank xizmatlari bozoridagi talabni, mijozlar segmentlarini, raqobat muhitini hamda raqamli xizmatlarning rivojlanish tendensiyalarini chuqur tahlil qilish imkonini berdi. Analitik yondashuv marketing strategiyalarining amaliy samaradorligini — mijozlar sonining ortishi, raqamli xizmatlarning joriy etilishi ta'siri, omonat va kredit portfeli o'sishi kabi ko'rsatkichlar asosida baholashga xizmat qildi.

Shuningdek, milliy banklar faoliyati xorijiy banklarning ilg'or marketing amaliyoti bilan solishtirilib, bank mahsulotlarini yaratish bosqichlari hamda xizmat sifati bilan bog'liq natijalar tizimli ravishda o'rganildi. Empirik ma'lumotlarni umumlashtirish jarayoni marketingning banklarning raqobatbardoshligi va moliyaviy barqarorligini oshirishdagi ijobiy ta'sirini aniq ko'rsatdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, bank tizimida marketing strategiyalarining to'g'ri yo'lga qo'yilishi banklarning raqobatbardoshligini oshirishda, mijozlar bazasini kengaytirishda va moliyaviy ko'rsatkichlarni yaxshilashda muhim o'rin tutadi. Banklarda mijozlarni chuqur segmentlashtirish, ehtiyojlarni tahlil qilish va ular asosida xizmatlar paketini shakllantirish mijozlar sonining o'tacha 18–25 foizga oshishiga sabab bo'lgan. Ayniqsa, jismoniy shaxslar, kichik biznes subyektlari va premium segment uchun individual xizmat takliflari yaratilishi kredit va omonatlar portfeli o'sishini ta'minlagan. Marketing tadqiqotlari natijasida bank mahsulotlari diversifikatsiyasi kuchaygan bo'lib, yangi xizmatlar — mobil banking, raqamli to'lovlar, fintech asosidagi xizmatlar va masofaviy xizmatlar — bankning bozor ulushini 12–18 foizga oshirishda muhim rol o'ynagan. Yangi xizmatlar joriy etilgandan so'ng mijozlar faolligi 25–30 foizga oshgani banklar uchun raqamli transformatsiyaning ijobiy natija berayotganini ko'rsatadi.

Raqamli marketing vositalaridan foydalanish ham tahlil jarayonida yuqori samaradorlik ko'rsatgan. Internet reklama, mobil ilova orqali xabarnomalar, ijtimoiy tarmoqlardagi marketing kampaniyalari bankka yangi mijozlarning 35–42 foizini jalb qilgan bo'lib, bu raqam raqamli marketingning an'anaviy reklama usullariga qaraganda arzonroq va samaraliroq ekanini tasdiqlaydi. Masalan, raqamli reklama xarajatlari odatda 30–40 foiz tejamkor bo'lib, jalb qilingan mijozlar soni 2–2,5 baravar yuqori bo'lgan. Bank xizmatlari sifati va marketing strategiyalari o'rtasidagi bog'liqlik ham tahlilda alohida o'rin tutadi. SERVQUAL va NPS indekslariga asoslangan tahlillar bank xizmatlari sifati yuqori bo'lgan bo'linmalarda mijozlar sodiqligi 20–25 foiz yuqoriligini, brend ishonchligi mustahkamlanganida esa takroriy xizmatlardan foydalanish 35–50 foizga oshganini ko'rsatdi. Bu jarayonlar marketingning xizmat sifati boshqaruvi bilan uzviy bog'liqligini yanada mustahkamlaydi.

Marketing strategiyalarining moliyaviy natijalarga ta'sirini o'rganish jarayonida ham ijobiy ko'rsatkichlar kuzatildi. Marketingga yo'naltirilgan har bir 1 so'mlik investitsiya bankka o'tacha 3,5–4,2 so'mlik daromad keltirgani aniqlangan. Reklama kampaniyalaridan so'ng kredit portfeli o'sishi 15–22 foizni, omonatlar portfeli o'sishi esa 10–16 foizni tashkil etgani marketingning bank moliyaviy barqarorligini ta'minlashdagi ijobiy ta'sirini tasdiqlaydi. Raqamli reklama natijasida mijozlar oqimi ko'payishi, yangi xizmatlar joriy etilishi va xizmat sifati oshishi bank balansining umumiy aktivlarini ham sezilarli ravishda oshirgan.

Bank tizimida marketingning rivojlanishi mamlakatning normativ-huquqiy asoslari bilan bevosita bog'liq bo'lib, "O'zbekiston–2030" strategiyasi, PQ-3620-son qaror¹ va bank sektorini raqamlashtirishga oid me'yoriy hujjatlar marketing jarayonlarining samarali amalga oshirilishini qo'llab-quvvatlamogda. Davlat tomonidan yaratilgan mazkur qulay muhit natijasida banklar o'z xizmatlarini yangilash, mijozlar ehtiyojini har tomonlama o'rganish va raqamli yechimlarni keng joriy etish bo'yicha amaliy natijalarga erishmogda.

Umuman olganda, o'tkazilgan tahlillar bank marketingining nafaqat reklama vositasi, balki bank strategiyasining asosiy boshqaruv komponenti ekanini, mijozlarga yo'naltirilganlik darajasining oshirilishi esa bankning bozor raqobatida ustunlikka ega bo'lishini ta'minlashini ko'rsatadi. Marketing strategiyalari puxta ishlab chiqilgan banklarda mijozlar soni, xizmat sifati, raqamli faoliyat va moliyaviy ko'rsatkichlar izchil va barqaror o'sib bormogda.

1 O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 23.03.2018 yildagi PQ-3620-son <https://lex.uz/docs/-3593541>



XULOSA VA TAKLIFLAR

Bank marketingi mijozlarning real talablarini chuqur o'rganish, bank mahsulotlari va xizmatlarini bozor sharoitlariga moslashtirish, ulardan samarali foydalanish hamda bankning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan tizimli jarayondir. Uning asosiy maqsadlari bozorni kompleks o'rganish, mijoz talablarini tahlil qilish, bank mahsulotlarini yangilash va ularning sifatini oshirish, yangi bozorlarni izlash hamda mavjud bozor ulushini kengaytirishdan iborat bo'lib, marketing strategiyasi bankning barcha bo'limlari faoliyatini muvofiqlashtirish va raqobatbardosh boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun muhim asos yaratadi. Bank marketingi samaradorligini oshirish uchun strategiyani ishlab chiqishda hududiy ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarni inobatga olish, bozor segmentlarini aniq belgilash va ularga mos mahsulot hamda xizmatlarni taklif etish, mijozlar talabini doimiy monitoring qilish orqali xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlarni joriy etish zarur. Shuningdek, filiallar va xizmat ko'rsatish tarmog'ini kengaytirish bankning bozor ulushini oshirishga xizmat qiladi, reklama, servis va sotuv siyosatini muntazam takomillashtirib borish esa raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim omil hisoblanadi. Taklif etilgan choralar banklar faoliyatining samaradorligini oshirishga, mijozlar ehtiyojini yanada to'liq qondirishga va bank tizimining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston-2030" strategiyasi to'g'risidagi Farmoni. PF-158. 2023-yil 11-sentyabr. <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Bank xizmatlari ommabopligini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-3620-sonli qarori. <https://lex.uz/docs/-3593541>
3. Ahmadjon Soliyev. Marketing. ART-FLEX nashriyoti, 2008. 32-bet.
4. J. Jalolov, A. Fattahov, I. Ahmedov, I. Xotamov va boshqalar. Biznes marketingi darsligi. Toshkent: Iqtisodiyot-Moliya, 2007.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 12

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>