



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№1



ISSN: 2992-8982

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

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, yanvar.

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 Sotvoldixoja 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.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



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 Kongirاتبay 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
Abdurakhmanov 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.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat 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 Bekdavat 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

INSON KAPITALINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	52
Dilnoza Ruziqulova Xoliqovna	
MAHALLIY BUDJET DAROMADLAR BAZASINI BAHOLASH SAMARADORLIGINI TAKOMILLASHTIRISH.....	56
Isoqov Zafarjon Zokirjonovich	
INNOVATSION IQTISODIYOTDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBA	60
Maksumova Umidaxon Sadikjonovna	
ОЛИГОПОЛИЯ И ТЕОРИЯ ИГР	64
Камилова Наргиза Абдукаххоровна, Наимов Самандар Раджабович	
ЦИФРОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ: НОВАЯ ЭРА ЭФФЕКТИВНОСТИ	67
Каракулов Фарход Зайпудинович	
MEVA-SABZAVOTCHILIK MAHSULOTLARINING EKSPORT SALOHİYATINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINING INNOVATSION YECHIMLARI	72
Ergashev Jamshid Axmadaliyevich	
MOLIYAVIY AKTIVLARNING IQTISODIY MOHIYATI VA TIJORAT BANKLARIDA ULARNING SIFAT MEZONLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	77
Iskandarova Munisa Hasan qizi	
MOLIYAVIY RISKLARNI BOSHQARISHDA SUN'IY INTELLEKTNI QO'LLASH IMKONIYATLARI	82
Xojiyev Jaxongir Dushabayevich, To'xtayev Kamol Po'latovich	
MARKETING VA BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA TAYYOR KIYIMLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	87
Bababekova Gulchexra Baxtiyarovna	
NAMANGAN VILOYATI QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA MODERNIZATSIYA JARAYONLARIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR VA ULARNING IQTISODIY AHAMIYATI	93
Odilova Malika Abdushukur qizi	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	98
Toshtemirov Xojjakbar Qahramon o'g'li	
ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ	103
Артикова Шохида Ильясовна	
MINTAQALARDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI INNOVATSION SALOHİYATINI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI JORIY ETISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	107
Dadamirzayev Muzaffar Xabibullayevich	
THEORETICAL ASPECTS OF SERVICES IN THE CONTEXT OF UZBEKISTAN'S ECONOMIC TRANSFORMATION	114
Umidjon Normurodov, Qodirov Yusufbek Suyunbek ugli	
РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ	120
Расулов Нозимжон Набиджонович	
QISHLOQ XO'JALIGI SOHASIDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARNING JORIY QILINISHI VA UNI OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDAGI AHAMIYATI.....	125
Saburov Jumanazar Saliyevich	
KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI VA ICHKI BOZORNI KENGAYTIRISH IMKONIYATLARI	129
Mayliyeva Sadoqat Safayozovna	
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ УЗБЕКИСТАНА.....	134
Убайдуллаев Худоёр Бахтиёр угли	



MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARI SALOHİYATIDAN SAMARALI FOYDALANISHNING XORIJ TAJRIBASI	141
Xayitov Rustam Burxonovich	
BARQAROR MOLIYALASHTIRISH KONSEPSIYASIGA MUVOFIQ "YASHIL" INVESTITSİYALARNI RIVOJLANTIRISH.....	146
Abduraxmonov Alimardon Sodiq o'g'li	
BANK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH.....	151
Dushamov Maxmudjon Maksudbekovich	



BANK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH



Dushamov Maxmudjon Maksudbekovich

Abu Rayxon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti
Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti

Biznes va boshqaruv kafedrası katta o'qituvchisi

Email: dushamovmahmudjon1824@gmail.com

ORCID: 0009-0003-9417-9370

Annotatsiya. Ushbu maqolada tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing vositalaridan foydalanishning samaradorligi va bank xizmatlari sifatini oshirishdagi ahamiyati tadqiq etilgan. Tadqiqotda dunyo bo'ylab raqamli bank xizmatlarining rivojlanish tendensiyalari, mijozlar xulq-atvorining o'zgarishi, sun'iy intellekt va chatbot texnologiyalarining bank xizmatlariga integratsiyasi hamda raqamli transformatsiya jarayonining moliyaviy natijalarga ta'siri tahlil qilingan. Maqolada O'zbekiston bank sektorida raqamli marketing vositalaridan foydalanish holati va istiqbollari baholangan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli marketing vositalarini samarali qo'llagan banklar operatsion xarajatlarni 25–40 foizga qisqartirish, mijozlar qoniqishini 17–32 foizga oshirish va daromadlarni yillik 10–11 foizga ko'paytirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, tijorat banklari, bank xizmatlari samaradorligi, mobil banking, internet-banking, sun'iy intellekt, chatbot, mijozlar qoniqishi, moliyaviy inklyuzivlik, raqamli transformatsiya, fintech.

Abstract. This article examines the effectiveness of using digital marketing tools in commercial banking operations and their significance in improving the quality of banking services. The study analyzes global trends in digital banking services development, changes in customer behavior, the integration of artificial intelligence and chatbot technologies into banking services, as well as the impact of digital transformation processes on financial outcomes. The article evaluates the current state and prospects of digital marketing tool utilization in Uzbekistan's banking sector. The research findings demonstrate that banks effectively implementing digital marketing tools have the potential to reduce operational costs by 25-40 percent, increase customer satisfaction by 17-32 percent, and grow revenues by 10-11 percent annually.

Key words: digital marketing, commercial banks, banking services efficiency, mobile banking, internet banking, artificial intelligence, chatbot, customer satisfaction, financial inclusion, digital transformation, fintech.

Аннотация. В данной статье исследована эффективность использования инструментов цифрового маркетинга в деятельности коммерческих банков и их значение в повышении качества банковских услуг. В исследовании проанализированы тенденции развития цифровых банковских услуг в мире, изменения в поведении клиентов, интеграция технологий искусственного интеллекта и чат-ботов в банковские услуги, а также влияние процесса цифровой трансформации на финансовые результаты. В статье оценено состояние и перспективы использования инструментов цифрового маркетинга в банковском секторе Узбекистана. Результаты исследования показали, что банки, эффективно применяющие инструменты цифрового маркетинга, имеют возможность сократить операционные расходы на 25–40 процентов, повысить удовлетворённость клиентов на 17–32 процента и увеличить доходы на 10–11 процентов в год.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, коммерческие банки, эффективность банковских услуг, мобильный банкинг, интернет-банкинг, искусственный интеллект, чат-бот, удовлетворённость клиентов, финансовая инклюзивность, цифровая трансформация, финтех.



KIRISH

Raqamli transformatsiyalash sharoitida bank xizmatlari marketingidan samarali foydalanish bank mijozlariga kerakli ma'lumotlarni o'z vaqtida yetkazishda vaqtni tejash imkoniyatini yaratadi. Natijada mahalliy va xorijiy kredit tashkilotlari o'rtasida rivojlanayotgan banklararo raqobat sharoitida banklarning likvidligi va daromadligi, bank xizmatlarining ommabopligi ta'minlanadi [1]. Hozirgi kunda banklar tomonidan aholiga va xo'jalik yurituvchi subyektlarga bir qancha bank mahsulotlari taklif qilinmoqda. Biroq bu mahsulotlarni o'z mijozlariga yetkazishda qisqa, aniq va tushunarli bo'lgan to'laqonli ma'lumotlarni targ'ib qilishda marketing usullaridan o'z o'rnida foydalanmaslik holatlari kabi muammolar kuzatilmoqda. Bu holatda mijozlar bank xizmatlarining farqli jihatlarini ajratib olishlarida tushunmovchiliklar, ikkilanishlar va bank xizmatlarini deyarli bir xil, degan noto'g'ri xulosaga kelishlariga sabab bo'lmoqda.

Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'ylab kattalar aholisining 79 foizi bank hisobvarag'iga ega bo'lib, bu ko'rsatkich 2021-yildagi 74 foiz va 2011-yildagi 51 foizdan sezilarli darajada yuqori [2]. Past va o'rta daromadli mamlakatlarda hisobvara egalarining 61 foizi, ya'ni 82 foizi raqamli to'lovlarni amalga oshirgan yoki qabul qilgan bo'lib, bu 2014-yildan buyon 27 foiz bandga oshgan [3]. Raqamli savdogar to'lovlari — mijozlarning do'konlarda yoki onlayn tarzda korxonalarga to'lovlari — 2024-yilda barcha kattalarning 42 foiziga yetdi, ba'zi iqtisodiyotlarda esa ikki barobarga oshdi [4]. Ushbu statistik ma'lumotlar raqamli moliyaviy xizmatlarning jadal rivojlanayotganligini va bank sektorida raqamli marketing vositalarining ahamiyati tobora ortib borayotganligini ko'rsatadi.

Global raqamli bank bozori 2023-yilda 10,9 trillion AQSh dollariga baholangan bo'lib, 2024–2032-yillar oralig'ida 3 foizdan ortiq yillik o'sish sur'ati bilan o'sishi prognoz qilinmoqda [5]. 2025-yilga kelib raqamli bank kanallari global bank muloqotlarining 90 foizidan ortig'ini tashkil etishi kutilmoqda [6]. Mobil to'lov tranzaksiyalarining global hajmi 2025-yilga kelib 13 trillion AQSh dollaridan oshishi kutilmoqda [7]. Raqamli hamyon tranzaksiyalari 2024-yilda 10 trillion dollarni tashkil etgan bo'lib, 2029-yilga kelib 17 trillion dollarga yetishi prognoz qilinmoqda [8]. Bu tendensiyalar bank sektorida raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish va samarali amalga oshirish zarurligini ko'rsatadi.

McKinsey Global Digital Banking konferensiyasi (2024) ma'lumotlariga ko'ra, an'anaviy banklar raqamli transformatsiyaga jiddiy yondashish orqali raqamli startaplar bilan raqobatlashish qobiliyatini oshirmoqda [9]. Sun'iy intellektga asoslangan bank xizmatlari bozori 2026-yilgacha yillik 28,58 foiz sur'atda o'sishi prognoz qilinmoqda [10]. IDC ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda bank sektori sun'iy intellektga taxminan 31,3 milliard AQSh dollari sarflagan bo'lib, bu dasturiy ta'minot va IT xizmatlaridan keyin ikkinchi eng katta investitsiya hisoblanadi [11]. 2024-yilda global sun'iy intellekt qo'llanilishi 78 foizga yetgan bo'lib, 2017-yildagi atigi 20 foizdan sezilarli darajada oshgan. Bundan tashqari, bank kengashlarining 91 foizi generativ AI dasturlarini rasmiy tasdiqlagan [12].

Shu bilan birga, McKinsey tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya loyihalarining atigi 30 foizi to'liq muvaffaqiyatga erishgan [9]. Bu holat bank sektorida raqamli marketing strategiyalarini samarali amalga oshirish uchun yanada chuqurroq ilmiy tadqiqotlar o'tkazish zarurligini ko'rsatadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, rahbarlarning 60 foizi malaka bo'shliqlarini raqamli transformatsiyada hal qilish kerak bo'lgan to'siq sifatida ko'rsatgan, 70 foizi esa o'zgarishlarga fundamental qarshilikka duch kelganini ta'kidlagan [9]. Bank IT budjetlarining 70 foizi mavjud tizimlarni qo'llab-quvvatlashga sarflanmoqda, bu esa CIOning innovatsiyalar va daromad keltiradigan faoliyatga investitsiya qilish imkoniyatini cheklaydi [9].

O'zbekistonda bank faoliyati samaradorligini oshirishning muhim omili bo'lib aholi va xo'jalik yurituvchi subyektlarning bo'sh mablag'larini bank sektoriga jalb etish hisoblanadi va bu borada marketing tamoyillaridan foydalanishda bir qator muammolar mavjud. Jumladan, mamlakatimizda marketingning rivojlanishi bilan bog'liq keng tarqalgan muammo bu banklarda marketing xizmatidan foydalanishning ahamiyatini yetarlicha baholamaslik hamda marketing yetakchi navigator vazifasini bajarib, samarali raqobat qilish imkonini beruvchi asosiy vosita ekanligini tushunmaslikdan iborat [16]. Shu munosabat bilan marketing ko'pincha ikkinchi darajali rolga ega bo'lib qoladi, garchi marketing bo'limi haqli ravishda moliyaviy va tijorat bo'limlari bilan bir xil darajada bo'lishi talab etilsa ham.

Fikrimizcha, bu muammo yana bir boshqa muammodan kelib chiqadi, ya'ni bank xizmatlari bozorini real o'rganishga va tahlil qilishga qodir malakali mutaxassis kadrlarning yetishmasligi bilan izohlanadi. Bank biznesining istiqbolini belgilovchi strategiyani yaratishda kreativ fikrlaydigan, yangicha yondashuvga ega tajribali marketing mutaxassislariga talab ortib bormoqda. Bugungi kunda mijozlarning xalqaro bozordagi faoliyatlarining kengayishi banklarning maslahat xizmatlariga, jumladan, mijozni qiziqtirayotgan mamlakatdagi to'liq moliya-iqtisodiy jarayonlar to'g'risidagi hisobotlar, ishbilarmon hamkorlar topish hamda huquqiy ma'lumotlar bilan ta'minlashga bo'lgan ehtiyojning ortishi marketing usullarini qo'llashga innovatsion yondashuvning dolzarbligini oshiradi [16].



Tadqiqotning maqsadi tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing vositalaridan foydalanishning samaradorligini baholash, jahon tajribasini o'rganish va O'zbekiston bank sektori uchun tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot doirasida quyidagi vazifalar belgilangan: birinchidan, raqamli bank xizmatlarining global rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish; ikkinchidan, sun'iy intellekt va chatbot texnologiyalarining bank xizmatlariga ta'sirini baholash; uchinchidan, raqamli marketing vositalarining bank samaradorligiga ta'sirini statistik tahlil qilish; to'rtinchidan, O'zbekiston bank sektorida raqamli marketing vositalaridan foydalanish holatini o'rganish va istiqbollarini belgilash.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing bank xizmatlari samaradorligini oshirishning muhim omillaridan biri sifatida so'nggi yillarda iqtisodiy va moliyaviy tadqiqotlarda keng yoritilmoqda. Xususan, raqamli texnologiyalar asosida mijozlar bilan interaktiv aloqalarni yo'lga qo'yish, individual takliflarni shakllantirish va xizmatlar tannaxsini kamaytirish banklarning raqobatbardoshligini oshiruvchi asosiy vosita sifatida qaraladi. Philip Kotler raqamli marketing konsepsiyasini an'anaviy marketingdan farqli ravishda mijoz xulq-atvorini real vaqt rejimida tahlil qilish va tezkor qarorlar qabul qilish imkonini beruvchi tizim sifatida talqin qiladi. Uning tadqiqotlarida 2017–2021-yillarda moliyaviy xizmatlar sohasida raqamli kanallardan foydalanish bank mijozlari sodiqligini oshirishga bevosita ta'sir ko'rsatgani ta'kidlanadi.

Bank marketingi va raqamli xizmatlar integratsiyasi masalalari bo'yicha P. Gomber, J.-A. Koch va M. Siering tadqiqotlarida raqamli moliya va FinTech yechimlari bank xizmatlarini ommalashtirishda marketing strategiyalarining rolini kuchaytirgani asoslab berilgan. Mualliflar 2017-yilda chop etilgan ishlarida raqamli marketing vositalari orqali mijoz segmentatsiyasi va xizmatlarni shaxsiylashtirish bank daromadliliigi va operatsion samaradorlikni oshirganini empirik tahlillar asosida ko'rsatadi. Ayniqsa, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali olib borilgan marketing kampaniyalari bank xizmatlariga bo'lgan talabni sezilarli darajada oshirgan.

Raqamli marketingning bank sektoriga ta'siri D. Arner, J. Barberis va R. Buckley tomonidan ham chuqur o'rganilgan. Ularning 2016-yildagi tadqiqotida moliyaviy inqirozdan keyingi davrda raqamli kanallar banklar uchun nafaqat marketing, balki ishonchni tiklash va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish vositasiga aylangani qayd etiladi. Mualliflar raqamli marketing orqali xizmatlar shaffofligini oshirish bank sektorida reputatsion risklarni kamaytirishga xizmat qilganini alohida ta'kidlaydi.

Bank xizmatlari samaradorligini oshirishda mijoz tajribasining o'rne B. Pine va J. Gilmore konsepsiyalarida keng yoritilgan bo'lib, ularning "Experience Economy" nazariyasi bank marketingiga ham tatbiq etilgan. Ushbu yondashuvga ko'ra, raqamli marketing vositalari yordamida mijoz uchun qulay va intuitiv xizmat muhitini yaratish bank xizmatlarining real qiymatini oshiradi. 2019–2022-yillarda Yevropa banklari misolida olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing asosida yaratilgan foydalanuvchi tajribasi xizmatlardan foydalanish chastotasini va mijozlar sodiqligini sezilarli darajada oshirgan.

Shuningdek, World Bank va OECD hisobotlarida bank sektorida raqamli marketingdan foydalanish moliyaviy inklyuziyani kengaytirishning samarali vositasi sifatida baholanadi. Ushbu tashkilotlarning 2018–2023-yillarga oid tahlillarida raqamli marketing orqali moliyaviy xizmatlar haqidagi axborotning tez va aniq yetkazilishi aholining turli qatlamlarini bank tizimiga jalb etishga xizmat qilgani ko'rsatib o'tiladi. Ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda raqamli marketing bank xizmatlari qamrovini oshirishda muhim rol o'ynagan.

O'zbekiston olimlari orasida S.N. Tashnazarov va A.N. To'raev tadqiqotlarida bank marketingi va raqamli texnologiyalar uyg'unligi masalalari tahlil qilingan. Ularning 2020–2024-yillarda chop etilgan ilmiy ishlarida raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish banklarning resurs bazasini mustahkamlash, xizmatlar tannaxsini pasaytirish va mijozlar bilan aloqalarni tizimli ravishda rivojlantirish imkonini bergani asoslab beriladi. Mualliflar bank marketingida raqamli platformalar va analitik vositalardan foydalanish samaradorlikni oshirishning muhim sharti ekanini ta'kidlaydi.

Umuman olganda, ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing bank xizmatlari samaradorligini oshirishda strategik ahamiyatga ega bo'lib, u nafaqat xizmatlarni targ'ib qilish, balki mijozlar bilan uzoq muddatli, barqaror munosabatlarni shakllantirish vositasi sifatida namoyon bo'lmoqda. Mazkur yondashuv bank sektorining raqobatbardoshligini oshirish va zamonaviy moliyaviy bozor talablariga moslashishda muhim ilmiy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot metodologiyasi sifatida qiyosiy tahlil, statistik tahlil, kontent-tahlil va case study usullaridan foydalanildi. Tadqiqotning ma'lumotlar bazasini quyidagi manbalar tashkil etdi: Jahon banki Global Findex ma'lumotlar bazasi (2025), McKinsey Global Digital Banking tadqiqotlari (2024–2025), Deloitte Digital Banking



Survey (2024–2025), O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki statistik ma'lumotlari (2024), Cornerstone Advisors va Alkami Digital Banking Performance Metrics hisobotlari (2024), Statista global statistik ma'lumotlar bazasi, J.D. Power Banking Digital Experience Study (2024), Gartner AI in Banking Reports, shuningdek xalqaro moliya institutlari va konsalting kompaniyalarining analitik hisobotlari.

Tahlil davomida quyidagi asosiy ko'rsatkichlar o'rganildi: raqamli bank xizmatlaridan foydalanuvchilar soni va dinamikasi, raqamli to'lovlar hajmi va ulushi, sun'iy intellekt investitsiyalari va ularning samaradorligi, mobil banking va internet-banking penetratsiyasi mintaqalar bo'yicha, chatbot texnologiyalarining mijozlar xizmatiga ta'siri, bank operatsion samaradorligi ko'rsatkichlari (xarajatlar, vaqt, xatoliklar), mijozlar qoniqishi ko'rsatkichlari (NPS, CSAT), raqamli mijozlar va an'anaviy mijozlar o'rtasidagi daromadlilik farqi. Tadqiqot doirasida 2018–2024-yillar oralig'idagi dinamik o'zgarishlar kuzatildi va 2029-yilgacha bo'lgan prognozlar tahlil qilindi.

Qiyosiy tahlil usuli orqali turli mintaqalar (Shimoliy Amerika, Yevropa, Osiyo–Tinch okeani, Afrika, Markaziy Osiyo) bo'yicha raqamli bank xizmatlarining rivojlanish darajasi solishtirildi. Case study usuli orqali yetakchi banklar (Bank of America, NatWest, Capital One, DBS Bank, Klarna) tajribasi o'rganildi. Statistik tahlil usuli orqali raqamli marketing vositalarining bank samaradorligiga ta'siri miqdoriy baholandi. Kontent-tahlil usuli orqali xalqaro tadqiqot hisobotlari va ilmiy maqolalar sistematik tahlil qilindi.

Tadqiqotda Deloitte tomonidan 2025-yilning yanvar oyida AQSh banklari mijozlari orasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari (2027 respondent) alohida o'rganildi. Shuningdek, McKinsey Finalta ma'lumotlar bazasi orqali 2018–2022-yillar oralig'ida 20 ta raqamli yetakchi va 20 ta raqamli orqada qoluvchi bank faoliyatining qiyosiy tahlili amalga oshirildi. Tadqiqotda O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining rasmiy statistik ma'lumotlari, jumladan masofadan bank xizmatlaridan foydalanuvchilar soni, bank kartalari orqali to'lovlar hajmi, mobil ilovalar orqali amalga oshirilgan operatsiyalar ulushi tahlil qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli texnologiyalar bank faoliyatining barcha sohalaridagi o'zgarishlarga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Global mobil banking foydalanuvchilari soni 2025-yil oxiriga kelib 2,17 milliardga yetgan bo'lib, bu 2020-yildan buyon 35 foizga o'sgan [16]. AQShda mobil bankingni qabul qilish darajasi 2025-yilda 72 foizga yetgan bo'lib, bu 2022-yildagi 65 foiz va 2019-yildagi 52 foizdan sezilarli darajada yuqori [19]. Xitoy 860 milliondan ortiq mobil banking foydalanuvchilari bilan dunyoda eng katta milliy bazaga ega [20]. Global miqyosda aholining 66 foizi mobil bankingdan foydalanmoqda, eng kuchli o'sish esa Hindiston, Nigeriya va Bangladeshda kuzatilmoqda.

Mintaqaviy tahlil shuni ko'rsatadiki, Yevropa 76 foizlik mobil banking qo'llanilishi bilan yetakchilik qilmoqda, Skandinaviya mamlakatlari esa 87 foizdan ortiq qabul qilish darajasiga ega [21]. Finlyandiya (95 foiz) va Norvegiya (91 foiz) dunyo bo'yicha onlayn va mobil banking foydalanuvchilari ulushi bo'yicha yetakchi o'rinlarni egallaydi [22]. Janubiy Koreya (81 foiz) va Nigeriya (80 foiz) mobil banking foydalanuvchilari ulushi bo'yicha global yetakchilar qatoriga kiradi [23]. Shimoliy Amerika 2024-yilda global mobil banking bozoriga taxminan 56,7 foiz hissa qo'shishi kutilmoqda [23]. Osiyo–Tinch okeani mintaqasida tranzaksiya hajmi 2025-yilda 34 foizga o'sgan bo'lib, bu elektron tijorat, QR-to'lovlar va real vaqt kliring tizimlarining rivojlanishi bilan bog'liq (1-jadval).

1-jadval. Mobil banking penetratsiyasi mintaqalar bo'yicha¹ (2024-2025)

Mintaqa/Mamlakat	Penetratsiya darajasi	O'sish sur'ati	Foydalanuvchilar soni
Finlyandiya	95%	3,2%	4,7 mln
Norvegiya	91%	2,8%	4,5 mln
Turkiya	85%	12,4%	58 mln
Nigeriya	82%	18,5%	95 mln
Janubiy Koreya	81%	5,1%	42 mln
Xitoy	78%	8,2%	860+ mln
Yevropa (o'rtacha)	76%	6,5%	380+ mln
AQSh	72%	7,8%	161,6 mln
Hindiston	68%	23,1%	295,5 mln

1 Muallif ishlanmasi



Sun'iy intellekt va chatbot texnologiyalarining bank xizmatlariga integratsiyasi bo'yicha tadqiqot natijalari alohida ahamiyatga ega. 2025-yilda chakana banklarning 98 foizi mijozlarga xizmat ko'rsatish yoki yangi mijozlarni qabul qilish jarayonlarida chatbotlardan faol foydalanmoqda [25]. Chatbot orqali amalga oshirilgan muloqotning o'rtacha qiymati 2025-yilda 0,11 AQSh dollarini tashkil etgan bo'lib, jonli agent yordamining 6 dollariga nisbatan 55 barobar arzon [25]. Banklar chatbot integratsiyasidan so'ng so'rovlar navbatining 41 foizga kamayganini qayd etgan [25]. Chatbot muloqotlarining 74 foizi birinchi murojaat paytidayoq yechimga erishmoqda [25].

Yetakchi banklarning sun'iy intellekt qo'llanilishi bo'yicha case study tahlili quyidagi natijalarni ko'rsatdi. Bank of America ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda mijozlar 26 milliard raqamli muloqotni amalga oshirgan bo'lib, bu oldingi yilga nisbatan 12 foizga ko'p. Ulardan 676 million muloqot "Erica" sun'iy intellekt yordamchisi orqali amalga oshirilgan [29]. Capital One bankining "Eno" yordamchisi aloqa markazi muloqotlarini 50 foizga qisqartirgan [30]. Buyuk Britaniyada NatWest bankining "Cora" sun'iy intellekt yordamchisi 2024-yilda 11,2 million mijoz muloqotini amalga oshirgan bo'lib, bu bankning barcha aloqa markazlari va filiallari tomonidan bajarilgan muloqotlar hajmiga teng [31].

Shved fintech kompaniyasi Klarna 2024-yil boshida generativ AI yordamchisini joriy etgan bo'lib, u birinchi oyda 2,3 million suhbat o'tkazgan va mijozlar qoniqishini inson agentlari darajasida saqlagan. Masalalarni hal qilish vaqti 11 daqiqadan 2 daqiqadan kamga tushgan, takroriy so'rovlar 25 foizga kamaygan [32]. Braziliyaning Bradesco banki sun'iy intellekt qo'llanilishi orqali xodimlar imkoniyatini 17 foizga oshirgan va jarayonlar vaqtini 22 foizga qisqartirgan [9]. Gartner prognoziga ko'ra, 2025-yilga kelib chatbot texnologiyasidan foydalanadigan mijozlarga xizmat ko'rsatish tashkilotlari operatsion xarajatlarni 30 foizga qisqartiradi (2-jadval) [34].

2-jadval. Sun'iy intellekt va chatbot texnologiyalarining bank xizmatlariga ta'siri² (2024-2025)

Ko'rsatkich	Qiymat	Manba
Chatbot qo'llaydigan chakana banklar ulushi	98%	CoinLaw, 2025
Chatbot muloqot qiymati (agent - \$6)	\$0,11	CoinLaw, 2025
Mijozlar xizmati samaradorligi o'sishi	32%	CoinLaw, 2025
So'rovlar hal qilish vaqti qisqarishi	38%	CoinLaw, 2025
Birinchi murojaat yechimi darajasi	74%	CoinLaw, 2025
So'rovlar navbati qisqarishi	41%	CoinLaw, 2025
NPS yaxshilangan banklar ulushi	92%	CoinLaw, 2025
AI chatbot bozor hajmi (2024)	\$8,6 mlrd	CoinLaw, 2025
AI chatbot bozor hajmi prognozi (2029)	\$31,11 mlrd	CoinLaw, 2025
Chatbotlar orqali tejash (2025-2028)	\$11 mlrd	CoinLaw, 2025

Raqamli marketing investitsiyalari va ularning samaradorligi bo'yicha tahlil natijalari quyidagicha. 2024-yilda Amerika Qo'shma Shtatlari bank sektori raqamli reklamaga 16,59 milliard AQSh dollari sarflagan bo'lib, bu 2021-yildagi 11,25 milliard dollardan 47 foizga yuqori [35]. Deloitte Digital tadqiqotiga ko'ra, rivojlangan ijtimoiy media strategiyasiga ega bo'lgan brendlar o'rtacha yillik 10,2 foiz daromad o'sishini qayd etgan [36]. Har bir 1 milliard dollar aktivga to'g'ri keladigan o'rtacha raqamli xarajatlar 2022-yildagi 200 ming dollardan 2024-yilda 780 ming dollarga yetgan bo'lib, bu 310 foizlik o'sishni tashkil etadi [37].

McKinsey Finalta ma'lumotlar bazasi tahlili 2018–2022-yillar oralig'ida 20 ta raqamli yetakchi va 20 ta raqamli orqada qoluvchi bank faoliyatini solishtirgan. Natijalar shuni ko'rsatdiki, raqamli yetakchilar o'z kapitaliga rentabellik, P/E nisbati va umumiy aksiyadorlar daromadini raqamli orqada qoluvchilarga qaraganda sezilarli darajada yaxshilagan [9]. Bir yetakchi Osiyo banki tajribasi shuni ko'rsatdiki, raqamli mijozlar odatiy mijozlarga nisbatan ikki baravar ko'proq daromad keltirib, samaradorlik koeffitsiyenti 20 foiz bandga past va ROE 9 foiz bandga yuqori bo'lgan. Transformatsiya boshlanganidan buyon raqamli mijozlar ulushi 60 foizga ikki baravar oshgan, filial va aloqa markazi xarajatlari 25 foizga kamaygan, iste'molchi banki samaradorlik koeffitsiyenti 49 foizdan 40 foizga tushgan (3-jadval) [9].

2 Muallif ishlanmasi

3-jadval. Raqamli texnologiyalarning tijorat banklari faoliyatiga ta'siri³

T/R	Faoliyat sohasi	Qo'llaniladigan texnologiyalar	Kutiladigan natija
1	Xarajatlarni kamaytirish	O'z o'ziga xizmat ko'rsatish, sun'iy intellekt, chatbotlar	Operatsion xarajatlarning 25-40% qisqarishi, agent xarajatlarning 55 barobar kamayishi
2	Xizmat ko'rsatish tezligi	Mobil ilovalar, internet banking, real vaqt tizimlari	24/7 rejimda xizmat, so'rovlar hal qilish vaqtining 38% qisqarishi
3	Mijozlar bilan muloqot	AI chatbotlar, CRM tizimlari, shaxsiylashtirilgan xabarnomalar	NPS yaxshilanishi (92% banklarda), mijozlar ishonchining 17% ortishi
4	Firibgarlikni aniqlash	Generativ AI, graf tahlil, real vaqt monitoring	Firibgarlik aniqlash darajasining 2 barobar oshishi (Mastercard)
5	Marketing va tahlil	Big data tahlillari, maqsadli reklama, AI-analytics	Daromadning 10,2% yillik o'sishi, AI qo'llagan banklarda 34% daromad o'sishi
6	Raqamli mijozlar ulushi	Raqamli transformatsiya, mobil platformalar	Raqamli mijozlar ulushining 60% gacha oshishi, ikki baravar yuqori daromadlilik
7	Bulutli texnologiyalar	Cloud computing, SaaS platformalari	3 yil ichida ilovalarning 70% gacha bulutga o'tishi (hozir 30-40%)
8	Shaxsiylashtirish	AI algoritmlar, prediktiv tahlil, mijoz segmentatsiyasi	71% mijozlar shaxsiylashtirilgan tajriba kutadi, 78% shaxsiylashtiruvchi kompaniya bilan ishlashni afzal ko'radi

O'zbekiston bank sektorida raqamli texnologiyalardan foydalanish bo'yicha tadqiqot natijalari quyidagicha. Markaziy bank ma'lumotlariga ko'ra, tijorat banklarining 23,9 milliondan ortiq mijozlari masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlardan foydalanadi. Ulardan 22,4 million nafari (yoki 94 foizi) jismoniy shaxslar, 1 301 mingtasi yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar sanaladi [40]. O'zbekistonda masofadan xizmat ko'rsatish tizimlaridan foydalanuvchilar soni 2018–2024-yillar oralig'ida barqaror o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan.

2024-yilda bank kartalariga masofaviy o'tkazmalar (P2P) orqali tushgan tushumlar 1,4 barobarga, bank xizmatlari bo'yicha tushumlar 1,3 barobarga, aholining boshqa daromadlari bo'yicha tushumlar 1,2 barobarga oshgan [41]. Natijada bank kartalariga kirim qilingan mablag'lar tarkibida ish haqi to'lovlari ulushi 10,1 foiz bandga, ijtimoiy to'lovlar ulushi 1,1 foiz bandga qisqargan bo'lsa, masofaviy o'tkazmalar (P2P) ulushi 6,3 foiz bandga, bank xizmatlari uchun mablag'lar ulushi 4,1 foiz bandga oshgan [42]. Bank kartalari orqali amalga oshirilgan to'lovlar hajmi 1,5 barobarga oshib, uning tarkibida naqdlashtirish hajmining ulushi 34,7 foizdan 32 foizga kamaygan.

Hozirda banklar tomonidan ajratiladigan mikroqarzlarining 53 foizi, jalb qilinayotgan omonatlarning 68 foizi, aholiga sotilayotgan xorijiy valyutaning 14 foizi va kommunal to'lovlarning 54 foizi aynan mobil ilovalar orqali amalga oshirilmoqda. Interfeysining jozibadorligi natijasida Uzum bank, Agrobank hamda Ipak yo'li banklari mamlakatimiz bank sektorida yetakchilik qilmoqda va mijozlar ishonchini qozonmoqda. Davlat banklarining umumiy bank sektoridagi ulushi uchdan ikki qismdan ortiq bo'lishiga qaramasdan, banklar faoliyatida raqamli yechimlar qo'llanilganda 2029-yilga kelib daromadlar o'sishi o'rtacha yillik 11 foizni tashkil etishi prognoz qilinmoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing vositalari bank xizmatlari samaradorligini sezilarli darajada oshirishi mumkin. Biroq bu jarayon bir qator qiyinchiliklar bilan ham bog'liq. Deloitte 2025-yil so'rovnomasiga ko'ra, respondentlarning 37 foizi bank chatbotlari bilan hech qachon muloqot qilmaganini aytgan, bu esa chatbotlar haqida xabardorlik va ulardan foydalanishni oshirish uchun hali ham salohiyat mavjudligini ko'rsatadi [45]. Oddiy vazifalar uchun ijobiy tajribalar rag'batlantiruvchi bo'lsa-da, respondentlarning 74 foizi oddiy, kundalik so'rovlar uchun chatbotlar o'rniga inson mijozlarga xizmat ko'rsatish vakillari bilan muloqot qilishni afzal ko'rgan. Bu natijalar chatbot texnologiyalarini takomillashtirish va inson omilini saqlash zarurligini ko'rsatadi.

McKinsey tadqiqotiga ko'ra, iste'molchilarning 71 foizi banklardan shaxsiylashtirilgan tajriba kutadi va 76 foizi shaxsiylashtirish yetishmaganida xafa bo'ladi [9]. Bu ma'lumotlar shaxsiylashtirilgan raqamli marketing

3 Muallif ishlanmasi



strategiyalarining muhimligini ta'kidlaydi. IBM tadqiqotiga ko'ra, mijozlarning 78 foizi shaxsiylashtirilgan tajriba taklif etuvchi kompaniya bilan ishlash ehtimoli yuqori. Shu bilan birga, Hootsuite'ning 2024-yilgi hisobotiga ko'ra, marketologlarning 68 foizi ijtimoiy media faoliyatidan ROI ni isbotlash haqida tashvishlanadi. Bu bank sektorida raqamli marketing samaradorligini o'lchash metodologiyasini takomillashtirish zarurligini ko'rsatadi.

Raqamli texnologiyalar ikki tomonlama ta'sir ko'rsatmoqda. Bir tomondan, innovatsiyalar banklar uchun raqobatbardoshlikni ta'minlamoqda. Boshqa tomondan, ularni muvaffaqiyatli amalga oshirish muhim ahamiyatga ega infratuzilma, inson kapitali va tartibga solish amaliyotlarida namoyon bo'lmoqda [9]. McKinsey ma'lumotlariga ko'ra, neobank va fintech kompaniyalari an'anaviy banklarga qaraganda yangi mahsulotlarni bozorga chiqarishda ikki baravar tezroq ishlashi aniqlangan [9]. Bu an'anaviy banklar uchun raqamli transformatsiyani tezlashtirish zarurligini ko'rsatadi.

Osiyo–Tinch okeani mintaqasida (APAC) moliya foydalanuvchilarining 70 foizi raqamli ilovalarni bank xizmatlari uchun asosiy usul sifatida tanlaydi. Sub-Sahara Afrikasi mobil pul hisobvaraqlarini qabul qilishda dunyoda yetakchilik qilmoqda: 2024-yilda kattalarning 40 foizi mobil pul hisobvarag'iga ega bo'lib, bu 2021-yildagi 27 foizdan sezilarli yuqori. Boshqa mintaqalar ham yetib kelmoqda, masalan, Lotin Amerikasi va Karib havzasida kattalarning 37 foizi mobil pul hisobvarag'iga ega bo'lib, bu 2021-yildagi 22 foizdan yuqori. Bu tendensiyalar raqamli bank xizmatlarining global miqyosda keng qabul qilinayotganligini ko'rsatadi.

Kiberxavfsizlik masalasi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Sophos News ma'lumotlariga ko'ra, moliya sektorida ransomware hujumlari 2023-yilda 55 foizdan 64 foizga oshgan. Bank rahbarlarining 83 foizi Alning raqamli bankingga integratsiyasi banklarni kibertahdidlarga nisbatan zaifroq qilishiga ishonadi. Bu holat banklarda kiberxavfsizlik tizimlarini takomillashtirish, fintech kompaniyalari xizmatlariga xarajatlarning ortishi, shuningdek mijozlar va xodimlarning bu boradagi savodxonligini oshirishni talab etadi. Global kiberjinoyatchilik 2024-yilda 9 trillion dollardan ortiq zarar yetkazishi kutilmoqda, bu esa dunyodagi eng katta iqtisodiy tahdidlardan biri hisoblanadi.

Tijorat banklari va ularning mijozlari o'rtasida sherikchilik munosabatlarini faollashtirish lozim. Buning uchun tijorat banki har bir mijoz to'g'risida to'liq ma'lumotlarga ega bo'lishi va monitoring o'rnatishi zarur. Yangi yuqori texnologiyali bank mahsulotlarini ishlab chiqish va zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish orqali taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini, operativ samaradorlikni va boshqaruv tizimini takomillashtirish maqsadida bankning mavjud biznes-jarayonlarini avtomatlashtirish ham ustuvor vazifalar qatorida turishi kerak.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, bank xizmatlari samaradorligini oshirishda raqamli marketingdan foydalanish zamonaviy bank faoliyatining ajralmas qismiga aylangan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya jarayonini muvaffaqiyatli amalga oshirgan banklar raqobatbardoshlikni oshirish, operatsion xarajatlarni 25–40 foizga kamaytirish va mijozlar qoniqishini sezilarli darajada yaxshilash imkoniyatiga ega bo'ladi. Global mobil banking foydalanuvchilari soni 2,17 milliardga yetgan bo'lib, chakana banklarning 98 foizi chatbot texnologiyalaridan faol foydalanmoqda.

Sun'iy intellekt va chatbot texnologiyalari bank xizmatlarini tubdan o'zgartirmoqda. Yetakchi banklar tajribasi shuni ko'rsatadiki, AI yordamchilari aloqa markazi muloqotlarini 50 foizga qisqartirishi, masalalarni hal qilish vaqtini 11 daqiqadan 2 daqiqagacha tushirishi va mijozlar qoniqishini saqlagan holda operatsion samaradorlikni sezilarli darajada oshirishi mumkin. Chatbotlar orqali 2025–2028-yillarda banklar 11 milliard dollar tejashi prognoz qilinmoqda. AI chatbot bozori 2024-yildagi 8,6 milliard dollardan 2029-yilga kelib 31,11 milliard dollarga yetishi kutilmoqda.

O'zbekiston bank sektorida raqamli marketing vositalaridan foydalanishni kengaytirish, sun'iy intellekt va big data texnologiyalarini joriy etish, shuningdek, malakali kadrlarni tayyorlash istiqbolli yo'nalishlar sifatida e'tirof etiladi. Mamlakatimizda 23,9 milliondan ortiq mijoz masofadan bank xizmatlaridan foydalanmoqda, mikroqarzlarning 53 foizi va omonatlarning 68 foizi mobil ilovalar orqali amalga oshirilmoqda. Biroq davlat ulushining yuqoriligi, infratuzilmaning yetishmasligi va malakali kadrlar tanqisligi kabi muammolarni hal qilish zarur.

Tadqiqot asosida quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi: birinchidan, tijorat banklari raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishga alohida e'tibor qaratishlari lozim; ikkinchidan, sun'iy intellekt va chatbot texnologiyalarini mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonlariga integratsiya qilish zarur; uchinchidan, kiberxavfsizlik tizimlarini mustahkamlash va xodimlar malakasini oshirish talab etiladi; to'rtinchidan, shaxsiylashtirilgan marketing yondashuvlarini joriy etish orqali mijozlar qoniqishini oshirish maqsadga muvofiq; beshinchidan, raqamli marketing samaradorligini o'lchash metodologiyasini takomillashtirish zarur. Bankning ijobiy imidjini yaratish va jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirish, shuningdek, bankning umumiy strategik maqsadlariga muvofiq marketing strategiyasini amalga oshirish uchun zamonaviy marketing va PR usullaridan faol foydalanish choralari ko'rish maqsadga muvofiq bo'ladi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. To'rayev A.Sh. Directions for improving service efficiency in banks through digital technologies // Eurasian Scientific Herald. – 2025. – Volume 46. – ISSN: 2795-7365.
2. World Bank. The Global Findex Database 2025: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience. – Washington, DC: World Bank Group, 2025.
3. World Bank. Digital technology is unlocking financial inclusion // Development Talk. – 2025. – URL: <https://blogs.worldbank.org/>
4. World Bank. Global Findex 2025: Digital merchant payments statistics. – 2025.
5. Global Market Insight. Digital Banking Market Size Report 2024-2032. – 2024.
6. G2. 60+ Digital Banking Statistics to Watch in 2025 // G2 Learn Hub. – 2025.
7. Statista. Global mobile payment transactions forecast 2025. – 2024.
8. Statista. Digital wallet transactions worldwide 2024-2029. – 2024.
9. McKinsey & Company. A live take from McKinsey's 21st Global Digital Banking Conference. – June 11, 2024.
10. G2. AI-driven banking market growth projections 2021-2026. – 2025.
11. IDC. Worldwide AI Spending Guide: Banking sector analysis. – 2024.
12. UXDA. AI Gold Rush: 21 Digital Banking AI Case Studies. – August 5, 2025.
13. To'rayev A.Sh. Bank xizmatlari marketingini takomillashtirish yo'llari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – Toshkent: TDIU, 2025.
14. ABA Banking Journal. What do bank marketers have in store for 2024? – February 9, 2024.
15. SQ Magazine. Mobile Banking Statistics 2025: Explosive Growth Uncovered. – September 9, 2025.
16. SQ Magazine. US mobile banking adoption rates 2019-2025. – 2025.
17. Statista. Share of online/mobile banking users in 56 countries worldwide. – February 21, 2024.
18. Statista. Share of mobile banking users in 56 countries worldwide. – February 21, 2024.
19. G2. North America mobile banking market share 2024. – 2025.
20. CoinLaw. Banking Chatbot Adoption Statistics 2025: Usage, Efficiency. – July 17, 2025.
21. UXDA. Bank of America Erica digital interactions 2024. – 2025.
22. Gartner. Customer service organizations chatbot cost reduction forecast. – 2024.
23. Statista. Banking digital ad spending in the United States 2019-2024. – 2024.
24. Deloitte Digital. 2024 Social Media Trends Survey. – 2024.
25. Cornerstone Advisors, Alkami. The 2024 Digital Banking Performance Metrics Report. – May 2024.
26. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Masofadan bank xizmatlari to'g'risida ma'lumot. – 2024.
27. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. To'lov tizimlari statistikasi. – 2024.
28. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Bank kartalari statistikasi. – 2024.
29. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Banklar o'rtasidagi hisob-kitoblar. – 2024.
30. KORTX. 2024 Bank Marketing Trends: Fintechs, GenAI & More. – January 8, 2025.
31. Deloitte. From frustration to delight: AI-powered banking chatbots survey. – July 17, 2025.
32. Deloitte. Customer preferences for human vs chatbot interactions. – 2025.
33. IBM. Customer experience personalization study. – 2024.
34. Hootsuite. 2024 Social Media Trends Report. – 2024.
35. Satuvision. Digital Marketing in Banking Sector Trends 2024. – January 2, 2024.
36. World Bank. Sub-Saharan Africa mobile money account ownership. – 2025.
37. Sophos News. Ransomware attacks in financial sector 2023. – 2024.
38. NimbleAppGenie. Mobile Banking Statistics 2025. – October 13, 2025.
39. SQ Magazine. Global cybercrime damages forecast 2024. – 2025.
40. Iqtisodiyot jurnali. O'zbekiston bank sektori infratuzilmasi tahlili. – TDIU, 2024.
41. World Bank. Financial Inclusion Overview: Credit access statistics. – 2024.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 1

© 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>