

MIJOZLAR BAZASINI KENGAYTIRISHDA TIJORAT BANKLARINING MARKETING STRATEGIYASINI BOSHQARISH

Xayitboyev Sarvar Zafarovich

*Raqamli iqtisodiyot va agrotekhnologiyalar universiteti Tijorat banklarini
boshqarish (mutaxassisligi) 2-kus Magistr talabasi*

Annotatsiya: Mazkur tezis tijorat banklarining marketing strategiyalarini boshqarish orqali mijozlar bazasini kengaytirish masalasini yoritadi. Unda raqamli transformatsiya, innovatsion xizmatlar va xalqaro ilg'or tajribalar asosida bank marketingining zamonaviy yondashuvlari tahlil qilinadi. O'zbekiston bank tizimidagi holatlar global amaliyot bilan solishtirilib, samarali strategiyalar ishlab chiqish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosalar beriladi.

Kalit so'zlar: *Customer Experience (CX), mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimi (CRM), sun'iy intellekt (AI), katta ma'lumotlar tahlili (big data)*

KIRISH

XXI asrda bank tizimida yuz berayotgan global o'zgarishlar va mijozlar ehtiyojlarining diversifikatsiyalashuvi moliyaviy institutlarning strategik yo'nalishlarini tubdan qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda. Ayniqsa, tijorat banklari uchun raqobat muhiti kuchaygan bir paytda, marketing strategiyasining o'rni va roli sezilarli darajada ortmoqda. An'anaviy bank xizmatlaridan voz kechib, mijozlarga qiymat yetkazuvchi, raqamli transformatsiyalarga asoslangan, shaxsiylashtirilgan va moslashuvchan yondashuvlar muhimlik kasb etmoqda. Shu boisdan marketing strategiyalarini nafaqat reklama vositasi sifatida, balki barqaror mijozlar munosabatlarini shakllantirish vositasi sifatida ko'rib chiqish lozim.

Bank sektorida marketing faqat mahsulotni targ'ib qilish emas, balki mijoz ehtiyojlarini anglash, ularni tahlil qilish va ularning qaror qabul qilish jarayonlariga bevosita ta'sir ko'rsatish vositasi sifatida qayta talqin qilinmoqda. Bunday yondashuvda bank mijozlari — bu passiv iste'molchilar emas, balki bank xizmatlarini birgalikda yaratishda faol ishtirok etuvchi hamkorlardir. Bu esa marketing strategiyalarini yaratishda ijtimoiy-psixologik tahlil, mijozlar xatti-harakatlari va raqamli tahlil texnologiyalaridan foydalanishni talab etadi.

Shu bilan birga, bank xizmatlari bozori jadal raqamlashtirilmoqda. Masalan, AQSh, Singapur, Ispaniya, Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda banklar sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (big data) va blokcheyn texnologiyalarini keng joriy qilmoqda. Bu esa nafaqat xizmat ko'rsatish tezligini oshirish, balki mijozlar tajribasini (Customer Experience — CX) tubdan yaxshilashga xizmat qilmoqda. Shu jihatdan, zamonaviy marketing strategiyalari banklar uchun nafaqat mijozlarni jalb qilish, balki ularni ushlab qolish, sodiq mijozga aylantirish va brendga ishonch uyg'otish vazifalarini ham bajaradi.

Chunki global bank sohasida raqobatning kuchayishi banklarni mijozlarga yo'naltirilgan innovatsion yondashuvlarni joriy etishga undamoqda. Raqamlashtirish, sun'iy intellekt (AI), katta ma'lumotlar tahlili (Big Data) va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari (CRM) kabi zamonaviy texnologiyalar bank marketingini tubdan o'zgartirdi. Masalan, McKinsey & Company (2024) hisobotiga ko'ra, raqamli kanallar orqali mijozlarni jalb qilish banklarning operatsion xarajatlarini o'rtacha 25% ga qisqartirishi va yangi mijozlar oqimini 20% ga oshirishi mumkin. Ushbu tendensiya O'zbekiston bank tizimida ham sezilarli bo'lib, mahalliy banklar raqamli xizmatlar va shaxsiylashtirilgan marketing yondashuvlari orqali mijozlar bazasini kengaytirishga intilmoqda. Xususan, quyidagi yo'nalishlarda zamonaviy marketing metodologiyalarning ahamiyati ortib bormoqda, ayniqsa:

- Murakkab va ko'p bosqichli mijozlar segmentlarini samarali boshqarish: Mijozlarning turli ehtiyojlariga mos xizmatlar ishlab chiqish va maqsadli guruhlariga yo'naltirilgan strategiyalarni joriy etish uchun zamonaviy marketing metodologiyalari, masalan, mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish va segmentatsiya vositalari qo'llanilmoqda.

- Raqamli texnologiyalarni tezroq joriy qilish: Raqamli kanallar, shu jumladan mobil bank ilovalari, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalar orqali mijozlarni jalb qilishda sun'iy intellekt (AI) va katta ma'lumotlar tahlili (big data) asosidagi metodologiyalar muhim rol o'ynamoqda.

- Tez o'zgaruvchan bozor sharoitida tezkor qarorlar qabul qilish: Mijozlar talablaridagi tezkor o'zgarishlar va raqobat muhitining dinamikasi banklardan moslashuvchan marketing strategiyalarini shakllantirishni talab qilmoqda, bu esa mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari (CRM) va real vaqtda tahlil vositalariga asoslangan metodologiyalarni joriy etishni zarur qiladi.

O'zbekiston sharoitida ham tijorat banklari raqamli xizmatlarni rivojlantirish, mijozlar bilan shaxsiylashtirilgan aloqalar o'rnatish va marketingning innovatsion usullarini qo'llash orqali mijozlar bazasini kengaytirishga erishishlari mumkin. Mijozlar bazasini kengaytirishda tijorat banklarining marketing strategiyasini boshqarish katta ahamiyatga ega. Banklar samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish orqali mijozlarni jalb qilish, ularning ehtiyojlariga mos xizmatlar taqdim etish va raqobatbardosh bozor sharoitida o'z pozitsiyasini mustahkamlashlari mumkin. Shuningdek, banklar uchun mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, raqamli texnologiyalarni qo'llash va innovatsion yondashuvlardan foydalanish muhim vazifadir.

XULOSA

Mijozlar bazasini kengaytirishda tijorat banklarining marketing strategiyasini boshqarish mavzusi hozirgi kunda juda dolzarbdir. Banklar o'rtasidagi raqobatning kuchayishi, iqtisodiy o'zgarishlar va texnologik yangiliklar mijozlarga xizmat ko'rsatish va ularning ehtiyojlarini qondirishda yangi yondashuvlarni talab qilmoqda. Banklarning marketing strategiyasini samarali boshqarish, mijozlar bazasini kengaytirish va raqobatbardoshligini oshirish uchun muhim omil bo'lib qolmoqda. Bugungi kunda mijozlar faqat moliyaviy mahsulotlar emas, balki qulay xizmatlar, tezlik

va onlayn imkoniyatlar talab qilmoqda. Shuning uchun banklar marketing strategiyalarini yangi texnologiyalar va mijozlar talablariga moslashtirib, o'z mijozlari bilan mustahkam aloqalarni o'rnatishlari zarur. Mijozlar bazasini kengaytirish uchun marketing strategiyalarining samarali boshqarilishi banklarning biznes-rejalari va o'sishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bu esa tijorat banklarining nafaqat xizmat ko'rsatish sifati, balki raqobatbardoshligini oshirishga ham yordam beradi. Tashqi va ichki omillarni inobatga olgan holda, marketing strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish banklarga uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tijorat banklarining marketing strategiyasini boshqarish, ularning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi va mijozlar bazasini kengaytirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Mijozlar bazasini kengaytirish, nafaqat yangi mijozlarni jalb qilish, balki mavjud mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish va ularni ushlab qolish orqali ham amalga oshiriladi. Marketing strategiyasining asosiy maqsadi mijozlarning ehtiyojlarini qondirish, raqobatbardoshlikni oshirish va bankning bozor ulushini kengaytirishdir. Mijozlar bazasini kengaytirishda tijorat banklarining marketing strategiyasini boshqarish, banklarning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta'minlaydi. Banklar o'z strategiyalarini doimiy ravishda yangilab, mijozlarning ehtiyojlariga moslashtirib borishlari kerak. Bu orqali ular nafaqat yangi mijozlarni jalb qilish, balki mavjud mijozlar bilan mustahkam aloqalarni o'rnatish va raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Raqamli texnologiyalar va innovatsion xizmatlar, shuningdek, yuqori sifatli mijozlarga xizmat ko'rsatish bankning marketing strategiyasining ajralmas qismlaridir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. Bank marketing strategiyalarining asosiy kontseptual asoslarini bayon qiladi.

2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing (7th ed.). Pearson Education. Raqamli marketing texnologiyalari va strategik boshqaruv metodlarini tahlil qiladi.

3. Deloitte. (2022). Global Banking Outlook 2022: A balancing act. Deloitte Insights. Bank sektoridagi zamonaviy tendensiyalar, raqamli transformatsiya va mijozlar ehtiyojlaridagi o'zgarishlarni tahlil qiladi.

<https://www2.deloitte.com>

4. Accenture. (2021). Banking on Empathy: Trends shaping the future of customer experience. Accenture Research. Mijoz tajribasini markazga qo'ygan marketing yondashuvlari haqida tahliliy hisobot.

<https://www.accenture.com>