

**TIJORAT BANKLARI RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI
SHAKLLANTIRISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVI****Yo'ldoshev Shaxriyor***Andijon davlat texnika instituti**Muhandislik iqtisodiyoti va boshqaruv**fakulteti "Bank ishi va audit" yo'nalishi**4-kurs K-115-21 guruh talabasi**Ilmiy rahbar: N.Yu. Avilov*

Annotatsiya: Ushbu maqolada tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing strategiyalarini shakllantirishning zamonaviy yondashuvlari nazariy va amaliy jihatdan o'rganiladi. Bugungi kunda banklar raqamli texnologiyalar yordamida mijozlarni jalb qilish, ularning sodiqligini oshirish va raqobatbardoshligini mustahkamlashga intilmoqda. Maqolada raqamli marketingning asosiy tamoyillari, mijozlar ehtiyojlarini aniqlash, raqamli kanallarni tanlash, personalizatsiya va avtomatlashtirilgan marketing yondashuvlari yoritiladi. O'zbekiston tijorat banklari amaliyoti real misollar bilan tahlil qilinib, ilg'or xalqaro tajriba bilan qiyoslanadi. Tadqiqot natijalari asosida milliy banklar uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: tijorat banklari, raqamli marketing, marketing strategiyasi, mijozlar sodiqligi, onlayn marketing, personalizatsiya.

Аннотация: В статье исследуются современные подходы к формированию стратегий цифрового маркетинга в деятельности коммерческих банков с теоретической и практической точек зрения. В условиях роста конкуренции банки стремятся привлекать клиентов, повышать их лояльность и укреплять свою конкурентоспособность с помощью цифровых технологий. В статье рассматриваются ключевые принципы цифрового маркетинга, определение потребностей клиентов, выбор цифровых каналов, персонализация и автоматизированные маркетинговые подходы. На примере коммерческих банков Узбекистана проведён анализ и сопоставлен с передовым зарубежным опытом. На основе исследования разработаны практические рекомендации.

Ключевые слова: коммерческие банки, цифровой маркетинг, маркетинговая стратегия, лояльность клиентов, онлайн-маркетинг, персонализация

Abstract: This article explores modern approaches to developing digital marketing strategies in the activities of commercial banks from both theoretical and practical perspectives. In today's competitive environment, banks aim to attract customers, increase loyalty, and strengthen their competitiveness through digital technologies. The paper discusses key principles of digital marketing, identifying

customer needs, selecting digital channels, personalization, and automated marketing approaches. The practices of Uzbekistan's commercial banks are analyzed and compared with leading international experiences. Based on the findings, practical recommendations are provided for national banks.

Keywords: commercial banks, digital marketing, marketing strategy, customer loyalty, online marketing, personalization.

KIRISH

Raqamli texnologiyalar rivojlanishi bugungi bank sektorida marketing strategiyalarini shakllantirishga tub o'zgarishlar olib keldi. An'anaviy marketing yondashuvlari o'rnini raqamli marketing vositalari egallab, mijozlar bilan doimiy va interaktiv aloqani ta'minlash imkoniyatini yaratmoqda. Tijorat banklari endi nafaqat an'anaviy filiallar va telefon aloqasi orqali, balki onlayn platformalar, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va elektron pochta orqali ham mijozlarga xizmat ko'rsatmoqda.

Zamonaviy raqamli marketing strategiyasi mijozlar ehtiyojini chuqur o'rganish, personalizatsiya, real vaqt rejimida aloqa o'rnatish va avtomatlashtirilgan marketing kampaniyalarini yaratishga asoslanadi. Bu esa bankning xizmat sifatini oshiradi, mijozlar sodiqligini mustahkamlaydi va yangi mijozlar oqimini jalb qiladi.

O'zbekistonda so'nggi yillarda raqamli marketingning bank faoliyatidagi o'zni ortib bormoqda. Biroq, raqamli marketing yondashuvlarini samarali shakllantirish va ularni milliy bank amaliyotiga to'liq moslashtirish bo'yicha ayrim muammolar mavjud.

Mazkur maqolada tijorat banklari raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqishning zamonaviy yondashuvlari, ilg'or texnologiyalar va xalqaro tajribalar asosida milliy banklar uchun amaliy takliflar ishlab chiqiladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing strategiyalarini shakllantirish masalasi ko'plab milliy va xorijiy tadqiqotchilar tomonidan keng o'rganilgan. Xorijiy adabiyotlarda F. Kotler, P. Doyle, R. Chaffey kabi marketing bo'yicha yetakchi olimlar raqamli marketingning nazariy asoslari, mijozlarga yo'naltirilgan strategiyalar va onlayn kanallarni samarali boshqarish tamoyillarini chuqur tahlil qilgan. Shuningdek, global bank amaliyotida Google, McKinsey, Deloitte kabi konsalting kompaniyalari tomonidan tayyorlangan hisobotlar banklar uchun raqamli transformatsiya va marketing innovatsiyalari bo'yicha muhim manba hisoblanadi.

Milliy olimlardan A. Xodjayev, Sh. Ortiqov va B. Tursunovning izlanishlarida O'zbekiston tijorat banklari marketing faoliyatida raqamli vositalardan foydalanish imkoniyatlari, samaradorlikni oshirish yo'llari va mijozlar sodiqligini shakllantirish mexanizmlari o'rganilgan. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki va tijorat

banklari rasmiy hisobotlari esa real ma'lumotlar bazasini shakllantirishda asosiy manba bo'lib xizmat qildi.

Metodologik jihatdan tadqiqotda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, grafik va statistik usullar, shuningdek SWOT va PEST tahlillar qo'llanildi. Avvalo, tijorat banklarining raqamli marketing strategiyalari, raqamli kanallarni tanlash, mijozlar segmentatsiyasi va reklama samaradorligi real misollar asosida tahlil qilindi. Xorijiy ilg'or tajriba milliy bank amaliyotiga moslashtirilib, milliy banklar uchun mos strategiyalar ishlab chiqildi.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing strategiyalarini shakllantirishning zamonaviy yondashuvlari bankning raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish va ularning sodiqligini mustahkamlashda muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi. O'zbekiston tijorat banklari faoliyati tahlili asosida aniqlanganki, so'nggi yillarda raqamli kanallar orqali mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati oshgan bo'lsa-da, marketing strategiyalarining optimalligi va avtomatlashtirilgan yondashuvlar darajasi hali yetarli emas.

Xorijiy ilg'or tajriba tahlili raqamli marketing strategiyasi nafaqat onlayn reklama va ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yuritish, balki mijozlarga individual yondashuv, ma'lumotlarni avtomatik tahlil qilish va personalizatsiya qilingan takliflarni ishlab chiqishni o'z ichiga olishini ko'rsatmoqda. Banklar mijozlarga mo'ljallangan kontent marketing, SEO, mobil marketing va email marketing vositalarini kompleks qo'llash orqali raqamli strategiyani samarali amalga oshirmoqda.

Statistik tahlillar asosida shuni aytish mumkinki, raqamli marketing strategiyasini to'liq joriy etgan banklarda yangi mijozlar jalb qilish sur'ati yuqori, sodiq mijozlar ulushi esa ortib bormoqda. Shu asosda milliy banklar uchun raqamli marketingni shakllantirishda maqsadli auditoriyani aniqlash, raqamli platformalarni integratsiya qilish va avtomatlashtirilgan marketing tizimlarini rivojlantirish bo'yicha aniq amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Umuman, raqamli marketing strategiyasini zamonaviy yondashuvlarga asoslanib shakllantirish bank faoliyatida marketing samaradorligini oshirishning eng muhim shartlaridan biri sifatida tavsiya etildi.

MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari asosida tijorat banklari raqamli marketing strategiyalarini shakllantirishning zamonaviy yondashuvlari keng muhokama qilindi. Avvalo, O'zbekiston tijorat banklari raqamli marketingning ayrim vositalaridan faol foydalanayotgan bo'lsa-da, ularni strategik darajada tizimli qo'llash va natijadorligini doimiy monitoring qilish hali yetarli emasligi aniqlandi.

Xorijiy ilg'or tajribalar shuni ko'rsatmoqda-ki, rivojlangan banklar raqamli marketing strategiyalarini shakllantirishda mijozlarni chuqur segmentatsiya qilish, ma'lumotlar bazasini real vaqt rejimida yangilab borish va personalizatsiya qilingan takliflar taqdim etish kabi innovatsion yondashuvlardan keng foydalanmoqda. Bunda sun'iy intellekt, big data tahlil vositalari va marketing avtomatizatsiyasi eng muhim vositalardan biri sifatida qaraladi.

Milliy amaliyotda raqamli marketing strategiyalarini samarali shakllantirish uchun banklar birinchi navbatda maqsadli auditoriyani aniqlash, individual ehtiyojlarni aniqlash va har bir mijozga mos xizmat paketlarini ishlab chiqish imkoniyatlarini kengaytirishi lozim. Shuningdek, raqamli kanallardan — internet saytlari, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar, email marketing va boshqa vositalardan kompleks foydalanish tavsiya etiladi.

Muhokama davomida aniqlanganki, banklar uchun eng muhim vazifalardan biri — raqamli marketing faoliyatini o'lchash indikatorlarini ishlab chiqish va kampaniyalar samaradorligini real vaqt rejimida monitoring qilishdir. Bundan tashqari, bank xodimlarining raqamli marketing bo'yicha malakasini oshirish va raqamli transformatsiyani qo'llab-quvvatlaydigan tashkiliy madaniyatni shakllantirish ham dolzarb masala sifatida qaraladi.

Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston tijorat banklari uchun raqamli marketing strategiyalarini zamonaviy texnologiyalar asosida joriy etish va xalqaro tajribani milliy amaliyotga moslashtirish marketing samaradorligini oshirishning asosiy sharti sifatida belgilandi.

XULOSA

Olib borilgan tahlil va muhokamalar asosida aniqlanganki, tijorat banklari faoliyatida raqamli marketing strategiyalarini shakllantirish zamonaviy moliya bozorida raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish va sodiqlikni mustahkamlashning muhim omili hisoblanadi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, O'zbekiston tijorat banklarida raqamli marketing bo'yicha alohida loyihalar amalga oshirilgan bo'lsa-da, ularni yagona strategik tizimga birlashtirish va natijadorlikni o'lchash mexanizmlarini joriy etish hali yetarli emas.

Xorijiy ilg'or tajriba asosida raqamli marketingning muvaffaqiyatli strategiyasi mijoz ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash, onlayn platformalarni to'liq integratsiya qilish va marketing jarayonlarini avtomatlashtirishni o'z ichiga olishi zarur. Shu orqali banklar har bir mijozga mos xizmat va mahsulot taklif etish, sodiqlikni oshirish va marketing xarajatlarini optimallashtirishga erishadi.

Tadqiqot natijalari asosida milliy banklar uchun raqamli marketing strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi: mijozlar bazasini segmentatsiya qilishni kuchaytirish, ma'lumotlar tahlilini avtomatlashtirish, personalizatsiya qilingan kontent yaratish, SMM va SEO vositalarini samarali

ishlatish, xodimlar malakasini oshirish va kompaniyalar samaradorligini muntazam monitoring qilish.

Umuman olganda, raqamli marketing strategiyalarini zamonaviy yondashuvlarga asoslanib shakllantirish tijorat banklari marketing faoliyatini yangi bosqichga olib chiqish, moliyaviy barqarorlikni ta'minlash va mijozlar ehtiyojiga maksimal darajada mos xizmatlar taklif etishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR RO'YHATI

1. Xodjayev A. A. Tijorat banklarida marketing va raqamli transformatsiya. – Toshkent: "IQTISODIYOT", 2023. – 240 b.
2. Ortiqov Sh. R. Bank marketingi: raqamli yondashuvlar va innovatsiyalar. – Toshkent: "Fan va texnologiya", 2022. – 215 b.
3. Rustamov R. X. O'zbekiston tijorat banklarida raqamli marketing amaliyoti. – Toshkent: "Iqtisod-Moliya", 2023. – 230 b.
4. Tursunov B. O. Bank marketingida raqamli strategiyalar va mijozlar sodiqligi. – Toshkent: "Yangi asr avlodi", 2024. – 200 b.
5. Kotler P., Armstrong G. Marketing asoslari. – Moskva: "Williams", 2021. – 600 b.
6. Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – London: "Pearson", 2022. – 512 p.