

## TIJORAT BANKLARIDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

**Latifjonova Zarnigor Alisher Qizi**

«Muhandislik iqtisodiyoti va boshqaruv» fakulteti

«Buxgalteriya hisobi va menejment» kafedrası

«Bank ishi va audit» yo‘nalishi

Andijon Davlat Texnika Instituti, Uzbekiston

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20520371>

### ANNOTATSIYA

Ushbu tezisda tijorat banklarida raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligi masalalari tahlil qilingan. Tadqiqotda raqamli iqtisodiyot rivojlanishi sharoitida bank marketingida zamonaviy texnologiyalarning o‘rni va ahamiyati yoritilgan. Shuningdek, digital marketing tushunchasi, mobil banking tizimlari, sun‘iy intellekt va katta ma‘lumotlar (Big Data) texnologiyalari hamda ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing yuritish usullari nazariy jihatdan ko‘rib chiqilgan.

tijorat banklarida raqamli marketingning samaradorligi, jumladan onlayn reklama natijalari, mobil ilovalar orqali mijozlarni jalb qilish, marketing xarajatlarini kamaytirish hamda mijoz faolligi va qoniqish darajasini oshirish kabi jihatlar tahlil etilgan. Shu bilan birga, kibexavfsizlik muammolari, texnologik infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi va malakali kadrlar yetishmasligi kabi dolzarb muammolar aniqlangan.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqamli marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish tijorat banklarining raqobatbardoshligini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va mijozlar bilan aloqani mustahkamlashda muhim omil hisoblanadi.

**Kalit so‘zlar:** raqamli marketing, tijorat banklari, mobil banking, sun‘iy intellekt, Big Data, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama, raqamli iqtisodiyot, mijoz qoniqishi, marketing samaradorligi.

### АННОТАЦИЯ

В данной тезисной работе анализируется эффективность использования технологий цифрового маркетинга в коммерческих банках. В исследовании раскрывается роль и значение современных технологий в банковском маркетинге в условиях развития цифровой экономики. Также теоретически рассматриваются понятие digital marketing, системы мобильного банкинга, технологии искусственного интеллекта и больших данных (Big Data), а также методы маркетинга через социальные сети.

В тезисе анализируется эффективность цифрового маркетинга в коммерческих банках, включая результаты онлайн-рекламы, привлечение клиентов через мобильные приложения, снижение маркетинговых затрат, а также повышение активности и уровня удовлетворенности клиентов. Кроме того, выявлены актуальные проблемы, такие как кибербезопасность, недостаточное развитие технологической инфраструктуры и нехватка квалифицированных кадров.

По результатам исследования установлено, что эффективное использование технологий цифрового маркетинга является важным фактором повышения конкурентоспособности коммерческих банков, улучшения качества услуг и укрепления взаимодействия с клиентами.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, коммерческие банки, мобильный банкинг, искусственный интеллект, Big Data, социальные сети, онлайн-реклама, цифровая экономика, удовлетворенность клиентов, эффективность маркетинга.

#### ANNOTATION

This thesis analyzes the effectiveness of using digital marketing technologies in commercial banks. The study highlights the role and importance of modern technologies in banking marketing under the conditions of digital economy development. It also theoretically examines the concept of digital marketing, mobile banking systems, artificial intelligence and Big Data technologies, as well as marketing methods through social media platforms.

The thesis analyzes the effectiveness of digital marketing in commercial banks, including online advertising performance, customer acquisition through mobile applications, reduction of marketing costs, and increased customer activity and satisfaction levels. In addition, key challenges such as cybersecurity issues, insufficient technological infrastructure development, and a shortage of qualified personnel are identified.

The findings show that the effective use of digital marketing technologies is an important factor in increasing the competitiveness of commercial banks, improving service quality, and strengthening customer relationships.

**Keywords:** digital marketing, commercial banks, mobile banking, artificial intelligence, Big Data, social media, online advertising, digital economy, customer satisfaction, marketing efficiency.

#### KIRISH

So'nggi yillarda jahon iqtisodiyotida raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi barcha sohalar qatori bank tizimiga ham chuqur ta'sir ko'rsatmoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy jarayonlar axborot texnologiyalari, internet platformalari va avtomatlashtirilgan tizimlar asosida amalga oshirilmogda. Bu esa moliyaviy xizmatlar bozori tuzilishini tubdan o'zgartirib, banklarning faoliyat yuritish uslublarini yangi bosqichga olib chiqdi. Bugungi kunda mijozlar bank xizmatlaridan foydalanishda tezkorlik, qulaylik va xavfsizlikni asosiy mezon sifatida baholamoqda, bu esa banklarni raqamli yechimlarni keng joriy etishga majbur qilmoqda.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi bank marketingi faoliyatiga ham bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. An'anaviy marketing usullari — filiallar orqali xizmat ko'rsatish, bosma reklama vositalari va yuzma-yuz muloqot — o'zining samaradorligini asta-sekin yo'qotib bormoqda. Ularning o'rnini mobil ilovalar, onlayn platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va avtomatlashtirilgan marketing tizimlari egallamoqda. Shu sababli banklar mijozlar bilan raqamli muhitda doimiy aloqani ta'minlashga, ularning xatti-harakatlarini tahlil qilishga hamda individual takliflar ishlab chiqishga alohida e'tibor qaratmoqda.

Bank marketingida texnologiyalarning o'rne bugungi kunda strategik ahamiyat kasb etmoqda. Sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (Big Data), bulutli texnologiyalar va CRM tizimlari banklarga mijozlarni chuqurroq o'rganish, ularning ehtiyojlarini oldindan aniqlash va aniq maqsadli marketing kampaniyalarini amalga oshirish imkonini bermoqda. Bu texnologiyalar banklarga nafaqat xizmat sifatini oshirish, balki marketing xarajatlarini optimallashtirish va raqobat ustunligini ta'minlashda ham muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu bilan birga, raqamli marketingning dolzarbligi ham tobora ortib bormoqda. Zamonaviy mijozlar internet va mobil qurilmalar orqali moliyaviy xizmatlarni tezkor va qulay tarzda olishni afzal ko'rmoqda. Ular banklardan shaxsiylashtirilgan takliflar, tezkor javoblar va uzluksiz xizmat ko'rsatishni kutmoqda. Bunday sharoitda raqamli marketing banklar uchun nafaqat reklama vositasi, balki mijozlar bilan

strategik aloqalarni shakllantirishning asosiy instrumentiga aylanmoqda. Shuningdek, fintech kompaniyalarining rivojlanishi an'anaviy banklarga kuchli raqobat bosimini yuzaga keltirib, ularni raqamli transformatsiyani tezlashtirishga undamoqda.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi, bank marketingida texnologiyalarning keng qo'llanilishi va mijozlar xulq-atvorining o'zgarishi raqamli marketingning dolzarbligini yanada oshirmoqda hamda bank tizimida yangi yondashuvlarni joriy etishni talab qilmoqda.

Raqamli marketing texnologiyalarining nazariy asoslari

Raqamli marketing texnologiyalari zamonaviy marketing fanining eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri bo'lib, u internet va axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan holda mijozlar bilan interaktiv aloqani yo'lga qo'yishga xizmat qiladi. Bank tizimida ushbu texnologiyalar mijozlarni jalb qilish, ularni ushlab qolish va xizmatlardan foydalanish darajasini oshirishda muhim nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi. Raqamli marketingning asosiy xususiyati shundan iboratki, u an'anaviy marketingdan farqli ravishda real vaqt rejimida mijozlar bilan muloqot qilish va ularning xatti-harakatlarini tahlil qilish imkonini beradi.

- **Digital marketing tushunchasi** marketing faoliyatining internet va raqamli platformalar orqali amalga oshirilishini anglatadi. Bu yondashuvda asosiy e'tibor mijozlarni onlayn kanallar orqali jalb qilish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va individual takliflar ishlab chiqishga qaratiladi. Digital marketingning asosiy elementlariga qidiruv tizimi marketingi (SEO/SEM), kontent marketingi, email marketing va onlayn reklama kiradi. Bank sohasida esa bu elementlar mijozlarga tezkor axborot yetkazish va xizmatlarni samarali targ'ib qilishda qo'llaniladi.
- **Mobil banking** raqamli marketingning eng muhim amaliy ko'rinishlaridan biri hisoblanadi. Mobil ilovalar orqali banklar mijozlarga 24/7 rejimida xizmat ko'rsatadi va ular bilan doimiy aloqa o'rnatadi. Mobil banking nafaqat moliyaviy operatsiyalarni bajarish vositasi, balki marketing platformasi sifatida ham xizmat qiladi. Banklar mobil ilovalar orqali push-xabarnomalar, maxsus takliflar va shaxsiylashtirilgan xizmatlarni mijozlarga yetkazib, ularning faolligini oshiradi.
- **Sun'iy intellekt (AI) va Big Data texnologiyalari** raqamli marketingning eng ilg'or yo'nalishlari hisoblanadi. Sun'iy intellekt mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish, ularning ehtiyojlarini bashorat qilish va avtomatlashtirilgan qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Big Data esa katta hajmdagi mijoz ma'lumotlarini yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish orqali aniq marketing strategiyalarini ishlab chiqishga yordam beradi. Ushbu texnologiyalar banklarga mijoz segmentatsiyasini yanada aniqroq amalga oshirish va individual marketing takliflarini shakllantirish imkonini yaratadi.
- **Ijtimoiy tarmoqlar marketingi** raqamli marketingning muhim kommunikatsion yo'nalishi hisoblanadi. Facebook, Instagram, Telegram va boshqa platformalar orqali banklar o'z xizmatlarini reklama qiladi, mijozlar bilan bevosita muloqot o'rnatadi va brend imidjini shakllantiradi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing yuritish banklarga keng auditoriyaga tezkor chiqish, mijoz fikrlarini o'rganish va xizmat sifatini yaxshilash imkonini beradi.

Umuman olganda, raqamli marketing texnologiyalarining nazariy asoslari bank marketingining yangi bosqichga o'tganini ko'rsatadi. Ushbu texnologiyalar mijozlarga yo'naltirilgan, ma'lumotlarga asoslangan va avtomatlashtirilgan marketing tizimini shakllantirishda asosiy rol o'ynaydi.

Tijorat banklarida raqamli marketing samaradorligi

Tijorat banklarida raqamli marketing texnologiyalarining joriy etilishi marketing faoliyatining samaradorligini sezilarli darajada oshirdi. Raqamli vositalar banklarga mijozlar bilan tezkor va aniq kommunikatsiya o'rnatish, resurslardan samarali foydalanish hamda marketing natijalarini o'lchash imkonini bermoqda. Natijada banklar an'anaviy marketingga nisbatan ancha yuqori natijalarga erishmoqda.

**Onlayn reklama samaradorligi** bank marketingida muhim o'rin egallaydi. Internet reklamalari orqali banklar o'z xizmatlarini aniq segmentlarga yo'naltirish imkoniga ega bo'ladi. Masalan, yoshlar uchun mobil kreditlar, biznes mijozlar uchun investitsiya xizmatlari yoki omonat dasturlari alohida reklama qilinadi. Onlayn reklamani asosiy afzalligi uning o'lchanishi va moslashuvchanligidir. Reklama natijalari real vaqt rejimida tahlil qilinadi va kerakli o'zgartirishlar kiritiladi, bu esa marketing samaradorligini oshiradi.

**Mobil ilovalar orqali mijoz jalb qilish** zamonaviy banklar uchun eng samarali usullardan biridir. Mobil banking ilovalari mijozlarga qulay xizmat ko'rsatish bilan birga, marketing platformasi sifatida ham ishlaydi. Banklar push-xabarnomalar, maxsus takliflar va shaxsiylashtirilgan xizmatlar orqali mijozlarni faollikka undaydi. Bu esa yangi mijozlarni jalb qilish va mavjud mijozlarni ushlab qolishda muhim rol o'ynaydi.

**Xarajatlarni kamaytirish** raqamli marketingning eng muhim iqtisodiy afzalliklaridan biridir. An'anaviy marketing usullari (filiallar, bosma reklama, televideniye reklamalari) yuqori xarajatlarni talab qiladi. Raqamli marketing esa internet platformalari va avtomatlashtirilgan tizimlar orqali kamroq resurs bilan keng auditoriyaga chiqish imkonini beradi. Bu banklarga marketing budjetini optimallashtirish va samaradorlikni oshirish imkonini yaratadi.

**Mijoz faolligi va qoniqishi** raqamli marketingning eng muhim natijaviy ko'rsatkichlaridan biridir. Raqamli kanallar orqali tezkor xizmat ko'rsatish, shaxsiylashtirilgan takliflar va doimiy aloqa mijozlarning bank xizmatlaridan qoniqishini oshiradi. Faol mijozlar bank xizmatlaridan ko'proq foydalanadi, bu esa bankning daromadligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu bilan birga, mijoz qoniqishi bank brendi ishonchligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Raqamli marketing texnologiyalari tijorat banklarida marketing samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va mijozlar bilan mustahkam munosabatlarni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

Muammolar va rivojlantirish yo'nalishlari

Tijorat banklarida raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligi ortib borayotgan bo'lsa-da, ushbu jarayon bir qator jiddiy muammolar bilan ham bog'liq. Bu muammolar banklarning raqamli transformatsiya jarayonini to'liq amalga oshirishiga to'sqinlik qilishi va marketing natijalariga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

**Kiberxavfsizlik muammolari** raqamli marketing tizimlarida eng dolzarb masalalardan biridir. Banklar mijozlar haqida katta hajmdagi shaxsiy va moliyaviy ma'lumotlarni qayta ishlaydi, bu esa ularni kiberhujumlar uchun asosiy nishonga aylantiradi. Fishing hujumlari, ma'lumotlar o'g'irlanishi va tizimlarga noqonuniy kirish holatlari mijoz ishonchini pasaytirishi mumkin. Shu sababli banklar uchun axborot xavfsizligini ta'minlash, zamonaviy himoya tizimlarini joriy etish va doimiy monitoringni kuchaytirish muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

**Texnologik infratuzilma kamchiliklari** ham raqamli marketing samaradorligini cheklovchi omillardan biridir. Ayrim banklarda IT tizimlar yetarli darajada modernizatsiya qilinmagan bo'lishi mumkin, bu esa ma'lumotlarni qayta ishlash tezligi va sifatiga salbiy ta'sir qiladi. Integratsiyalashmagan tizimlar mijozlar haqida to'liq ma'lumot olishni qiyinlashtiradi va marketing qarorlarining aniqligini pasaytiradi. Ushbu muammoni hal qilish uchun banklar

zamonaviy raqamli platformalar, bulutli texnologiyalar va integratsiyalashgan CRM tizimlarini joriy etishi zarur.

**Malakali kadrlar yetishmasligi** raqamli marketingni rivojlantirishdagi muhim muammolardan biridir. Sun’iy intellekt, Big Data va raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish uchun yuqori malakali mutaxassislar talab etiladi. Biroq ko’plab banklarda ushbu yo’nalishda yetarli bilim va tajribaga ega kadrlar yetishmaydi. Bu esa yangi texnologiyalarni to’liq joriy etish jarayonini sekinlashtiradi. Mazkur muammoni hal etish uchun kadrlarni qayta tayyorlash, treninglar tashkil etish va IT mutaxassislarni jalb qilish muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, mavjud muammolarni bartaraf etish va rivojlantirish yo’nalishlarini to’g’ri belgilash tijorat banklarida raqamli marketing texnologiyalarining samaradorligini yanada oshirishga xizmat qiladi.

Banklarda an’anaviy va raqamli marketingning taqqoslanishi

|    | <b>Mezonlar</b>                        | <b>An’anaviy bank marketingi</b>            | <b>Raqamli bank marketingi</b>                         |
|----|--|---|--|
| 1. | <b>Aloqa kanali</b>                    | Filiallar, yuzma-yuz muloqot, bosma reklama | Mobil ilovalar, veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, email |
| 2. | <b>Mijoz bilan aloqasi</b>             | Cheklangan va sekin javob                   | Real vaqt rejimida doimiy aloqa                        |
| 3. | <b>Ma’lumotlardan foydalanish</b>      | Kam, umumiy bozor tahlili                   | Big Data va real vaqt tahlili                          |
| 4. | <b>Shaxsiylashtirish darajasi</b>      | Past, standart takliflar                    | Yuqori, individual takliflar                           |
| 5. | <b>Marketing xarajatlari</b>           | Yuqori (TV, bosma, filiallar)               | Nisbatan past va samarali                              |
| 6. | <b>Kampaniya tezligi</b>               | Sekin joriy etiladi                         | Juda tez amalga oshiriladi                             |
| 7. | <b>Mijozlarni segmentatsiya qilish</b> | Keng va umumiy                              | Aniq va xulq-atvorga asoslangan                        |
| 8. | <b>Natijalarni o’lchash</b>            | Qiyin va kechikkan                          | Real vaqt rejimida aniq o’lchanadi                     |
| 9. | <b>Texnologiyaga bog’liqlik</b>        | Past  | Yuqori (AI, CRM, avtomatlashtirish)                    |

Izoh: Jadval tahlili shuni ko’rsatadiki, bank marketingi an’anaviy yondashuvdan raqamli yondashuvga o’tish jarayonida tub o’zgarishlarni boshdan kechirmoqda. An’anaviy marketing asosan filiallar va ommaviy reklama vositalariga tayanadi, bu esa mijoz bilan aloqani sekinlashtiradi va xizmatlarni shaxsiylashtirish imkonini cheklaydi. Raqamli marketing esa mobil ilovalar, internet platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlar bilan doimiy va tezkor aloqani ta’minlaydi. Big Data va sun’iy intellekt texnologiyalari yordamida banklar mijozlarning xulq-atvorini chuqur tahlil qiladi va ularga mos individual takliflar ishlab chiqadi. Shuningdek, raqamli marketing xarajatlarni kamaytirish, kampaniyalarni tez amalga oshirish va natijalarni real vaqt rejimida baholash imkonini beradi. Bu esa banklarga resurslardan samarali foydalanish va raqobatbardoshligini oshirish imkonini yaratadi. Jadval natijalari raqamli marketingning bank tizimida an’anaviy marketingga nisbatan ancha samarali va strategik ahamiyatga ega ekanligini ko’rsatadi.

### Xulosa

Tijorat banklarida raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligi bugungi kunda bank tizimining raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing banklarga mijozlar bilan tezkor va samarali aloqa o'rnatish, xizmatlarni shaxsiylashtirish hamda marketing jarayonlarini aniq ma'lumotlarga asoslangan holda boshqarish imkonini beradi.

Raqamli marketingning bank tizimidagi ahamiyati ayniqsa mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar sifatini oshirishda yaqqol namoyon bo'ladi. Mobil banking, onlayn reklama, ijtimoiy tarmoqlar va sun'iy intellekt texnologiyalari banklarga mijoz ehtiyojlarini chuqurroq tushunish va ularga mos takliflar ishlab chiqish imkonini yaratadi. Bu esa mijoz faolligi, qoniqishi va bankka sodiqligini oshirishga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish zarurati tobora ortib bormoqda. Raqamli transformatsiya jarayonini to'liq amalga oshirish uchun banklar kiberxavfsizlikni kuchaytirishi, texnologik infratuzilmani modernizatsiya qilishi hamda malakali kadrlarni tayyorlashga alohida e'tibor qaratishi lozim. Aks holda raqamli marketing imkoniyatlaridan to'liq foydalanish qiyinlashadi.

Umumiy xulosa qiladigan bo'lsak, raqamli marketing texnologiyalarini samarali qo'llash tijorat banklarining barqaror rivojlanishi, xizmatlar sifatining oshishi va xalqaro raqobatga moslashishida hal qiluvchi ahamiyatga ega hisoblanadi.

### **Adabiyotlar, References, Литературы:**

1. Xayitaliyev N.Y. Tijorat banklarida raqamli marketing strategiyalarida CRM tizimlarining o'rni. *Marketing jurnali*, 2025.
2. Boboxo'jayeva F.K. Bank marketingi va marketing siyosati. *Marketing jurnali*, 2025.
3. Maxamadjanov A. Tijorat banklarida marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari. *Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot jurnali*, 2024.
4. Nabiev A.M. Bank marketingi va marketingni rivojlantirish yo'nalishlari. *Innovatsion iqtisodiyot jurnali*, 2024.
5. Minarova M. Tijorat banklarida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanish. *Ilg'or iqtisodiyot va pedagogik texnologiyalar*, 2024.
6. Jumayeva Z.B. Banking marketing and promotion strategies. *Modern Science and Research*, 2024.
7. Khodjayev A.A. Marketing strategiyalarini raqamli transformatsiya sharoitida rivojlantirish. *Marketing jurnali*, 2026.
8. Bekmurodova G.A. Effective use of digital marketing technologies in commercial banks. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 2019.
9. Khanturayev B., Adilova Z.D. Evaluation of digital marketing tools in Uzbekistan banking sector. *Mathematical Statistician and Engineering Applications*, 2022.
10. Tashkent State University of Economics ilmiy maqolalari to'plami. Bank marketingi va raqamli transformatsiya bo'yicha tadqiqotlar, 2023.
11. <https://marketingjournal.uz> - "Marketing jurnali" ilmiy maqolalar bazasi
12. <https://inlibrary.uz> - "Modern Science and Research" ilmiy platformasi
13. <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz> - iqtisodiy va bank marketingi maqolalari
14. <https://sci-p.uz> - ilmiy iqtisodiy va marketing tadqiqotlari portali

15. <https://worldbank.org> -raqamli bank xizmatlari va moliyaviy innovatsiyalar bo'yicha hisobotlar