

Ilmiy amaliy jurnal

№ 7 (9)
2026

YANGI O'ZBEKISTON IQTISODIYOTI

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

7

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Umarov A.T. Mintaqalarni barqaror rivojlantirish strategiyasini shakllantirishning konseptual asoslari..... **7**

Хошимов П.З., Эгамназарова Г.Ш. Ўзбекистонда атроф-муҳитни муҳофаза қилишнинг иқтисодий ва ҳуқуқий асослари..... **13**

Raxmatova F.Y. To‘qimachilik sanoatida yashil investitsiyalar va resurs samaradorligini oshirish yo‘nalishlari..... **19**

Ergasheva A.F. Milliy hunarmandchilik brendlarini ilgari surishda raqamli marketing vositalaridan foydalanish..... **22**

Rahimova N.A. Inson resurslarini boshqarishda Big Data va HR analitikaning samarodorlikka ta’siri..... **25**

Эгамназарова Г.Ш. Аҳоли ўсишининг CO_2 эмиссияси, ресурслар истеъмоли ва уларнинг иқтисодий барқарорликка таъсири..... **28**

Хасанов У.Ю. Кибержиноят рискларини бошқариш амалиётининг концептуал асосларининг ривожланиши..... **33**

Алимухамедов Ш.Р. Божхона тўловларини ундиришда божхона қийматини аниқлашнинг ўрни..... **38**

Сапаров И.Х. Маҳаллий бюджетлар харажатлари ижросининг самарадорлигини ошириш масалалари (Тошкент вилояти мисолида)..... **43**

Shaydulov Sh.Sh. Surxondaryo viloyatida elektron tijorat rivojlanishiga ta‘sir etuvchi omillar tahlili **57**

Abdulxakimov Z.T. Dunyo zargarlik sanoatini rivojlanishining bugunki kundagi xolati..... **60**

Ibragimova G.S. Ta’lim sifatini oshirishda boshqaruv tizimining iqtisodiy samaradorligini rivojlantirish..... **65**

Davronova N., Abdulxakimov Z.T. Kaydzen konsepsiyasining nazariy va uslubiy asoslari..... **69**

Isaqov A.T. Fermer xo‘jaliklarida agroresurslardan foydalanish samaradorligini oshirish istiqbollarini prognozlash..... **73**

Berdimurodov U.S. Agrosanoat majmuasida klaster tizimini tashkil etish va rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari..... **76**

Хусанбоева Т.М. Цели и задачи преподавания экономических дисциплин в системе высшего образования..... **82**

Alimov N.H. Global adolat kodeksi va global adolat reytingini (indeksini) joriy qilish yo‘llari..... **86**

Umurzaqova I.S. “Investitsiyalar taqsimoti va samaradorlik paradoksi: O‘zbekiston tarmoqlari misolida stoxastik chegara (SFA) va kvadrant tahlili”..... **92**

Safarova Y.A. Iqtisodiy o‘sishning infratuzilmaviy omillarining ta’sir mexanizmlarini baholash.... **101**

Eshqulova N.N. Mamlakat makroiqtisodiy barqarorligini ta’minlashda eksport va importning geografik diversifikatsiyasining ahamiyati..... **108**

Nabiyev A.K. O‘zbekistonda raqobatchilik muhitini shakllantirish va monopoliyaga qarshi qonunchilik..... **115**

Ketmanov A.M. Kichik biznesni moliyaviy resurslarni shakllantirish yo‘nalishlari..... **121**

Мурадов Б.А. Жаҳон мамлакатларида темир йўл транспортини инновацион ривожлантириш тажрибаси..... **125**

Jo‘rayeva M.Z. O‘zbekiston mintaqalarida yashil investitsiyalar va barqaror rivojlanish o‘rtasidagi bog‘liqlik tahlili..... **131**

Qodirov H.M. Adir hududi ekotizimlarini boshqarishda intensiv sug‘orish tizimini joriy etish..... **136**

Jo‘rayeva M.A. Kichik biznes subyektlariga jalb etilgan investitsiyalarni raqobatbardoshlik transmissiya mexanizmi va uni baholash uslubiyoti (Andijon viloyati misolida)..... **143**
Muhsinova F.A. Raqamli texnologiyalarning inson resurslarini boshqarishdagi o‘rni va innovatsion yondashuvning nazariy jihatlari..... **151**
Kamoldinova N.A. Kichik biznesda ayollar bandligining ahamiyati..... **157**
Xamrayeva S.I. Raqamli iqtisodiyot sharoitida xalqaro savdoning transformatsiyasi va iqtisodiy rivojlanishga ta’siri..... **161**
Dadaboyeva M.M. Andijon viloyatida kichik biznes eksportining hozirgi holati va rivojlanish tendensiyalari..... **166**
Xakkulov A.U. Tijorat banklarida foiz risklarini baholashning nazariy va metodologik asoslari..... **171**
Allasheva N.A. Zamonaviy globallashuv sharoitida moliyaviy risklar va ularni boshqarish strategiyalari..... **179**
Atoyev N.R. Yangi industrial mamalakatlar: Chili va Singapur modeli tahlili va ularni O‘zbekistonda qo‘llash imkoniyatlari..... **182**
Yangiboev R.B. O‘zbekiston bank tizimi likvidliligiga ta’sir etuvchi omillarining empirik tahlili.... **190**
Nazarov J.R. Yashil iqtisodiyot: O‘zbekistonning barqaror kelajagiga yo‘l..... **198**
Qo‘zieva N.N. Tijorat banklarida mijozlar bazasini shakllantirishning nazariy asoslari..... **202**
Wang Jiahao Исследование по вопросам совместного развития индустрии электронной коммерции между Пекином и Ташкентом в рамках «Цифрового Шелкового пути»..... **207**
Qurbanov U.E. O‘zbekiston Respublikasi hududlari kesimida aholi daromadlarining iqtisodiy tahlili..... **216**
Abduvaxidova N.A. O‘zbekistonda barqaror turizmni rivojlantirishda raqamli texnologiyalar va innovatsion yondashuvlar..... **221**
Murodov O.U. Sanoat korxonalarida resurslardan samarali foydalanish jarayoniga ta’sir etuvchi omillar..... **225**
Xasanov S.Q. “To‘qimachilik sanoati korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari..... **229**
Kabilov O.X. Paxta va g‘alla urug‘liklarini tayyorlovchi korxonalar faoliyatiga ta’sir etuvchi omillar **234**
Pirmanov O.B. Oliy ta’lim tizimi raqamli ekotizimini shakllantirishdagi tizimli muammolar va boshqaruvdagi uzilishlar tahlili..... **238**

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. World Bank. (2022). Towards a Greener Economy in Uzbekistan.
2. The impact of CO2 emissions and renewable energy on economic growth in Uzbekistan: A VECM analysis. AIP Conference Proceedings, 2025.
3. OECD. (2025). Promoting green investment in Uzbekistan: Roadmap for Sustainable Investment Policy Reforms.
4. Isakulova, B. (2024). Transition to a Green Economy in Uzbekistan: Prospects and Challenges for the Development of Renewable Energy. E3S Web of Conferences.
5. IEA. (2024). Uzbekistan Energy Profile.
6. AIIB. (2025). Uzbekistan Green and Resilient Market Economy Program.
7. GGGI. (2025). Uzbekistan Country Profile.
8. UNDP. (2025). Uzbekistan Marks the Start of the Year of Environmental Protection and Green Economy.

UDK: 336.71

TIJORAT BANKLARIDA MIJOZLAR BAZASINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

THEORETICAL BASIS OF FORMING A CUSTOMER BASE IN COMMERCIAL BANKS

Qo‘zieva Nilufar Norxidirovna
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti PhD talabasi
ORCID: 0009-0007-0992-0486

Annotatsiya

Ushbu maqolada tijorat banklarida mijozlar bazasini kengaytirishning nazariy-metodologik asoslari va uning bank xizmatlari samaradorligiga ta’siri tahlil qilingan. Tadqiqot xorijiy va mahalliy ilmiy adabiyotlarni tizimli ko‘rib chiqish asosida amalga oshirilib, mijozlar bazasini kengaytirishga ta’sir etuvchi ichki, tashqi, texnologik va mijozlar bilan bog‘liq omillar guruhlarga ajratib tahlil qilingan. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, xizmat sifati, mijozlar ishonchi, raqamli bank texnologiyalari va moliyaviy savodxonlik mijozlar bazasini kengaytirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Shuningdek, rivojlanayotgan mamlakatlar, jumladan O‘zbekiston misolida bu yo‘nalishdagi tadqiqotlar yetarli emasligi aniqlandi. Maqola xulosasida tijorat banklari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Mijozlar bazasi, tijorat banklari, bank xizmatlari samaradorligi, mijozlarni jalb qilish, CRM, raqamli bankchalik, moliyaviy inklyuziya, mijozlar sodiqligi.

В данной статье анализируются теоретические и методологические основы расширения клиентской базы в коммерческих банках и его влияние на эффективность банковских услуг. Исследование проводилось на основе систематического обзора зарубежной и отечественной научной литературы и анализировало внутренние, внешние, технологические и клиентоориентированные факторы, влияющие на расширение клиентской базы в группы. Результаты показывают, что решающую роль в расширении клиентской базы играют качество обслуживания, доверие клиентов, цифровые банковские технологии и финансовая грамотность. Также было установлено, что в случае развивающихся стран, включая Узбекистан, наблюдается недостаток исследований в этой области. В заключении статьи разработаны практические рекомендации для коммерческих банков.

Ключевые слова: Клиентская база, коммерческие банки, эффективность банковских услуг, привлечение клиентов, CRM, цифровой банкинг, финансовая доступность, лояльность клиентов.

This article analyzes the theoretical and methodological foundations of expanding the customer base in commercial banks and its impact on the efficiency of banking services. The study was carried out on the basis of a systematic review of foreign and domestic scientific literature, and analyzed the internal, external, technological and customer-related factors affecting the expansion of the customer base into groups. The results show that service quality, customer trust, digital banking technologies and financial literacy play a decisive role in expanding the customer base. It was also found that in the case of developing countries, including Uzbekistan, there is a lack of research in this area. In the conclusion of the article, practical recommendations for commercial banks are developed.

Keywords: Customer base, commercial banks, efficiency of banking services, customer attraction, CRM, digital banking, financial inclusion, customer loyalty.

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi butun dunyo bo‘ylab bank sohasini o‘zgartirdi. Raqamli bank xizmatlari tijorat banklari moliyaviy xizmatlarni taqdim etish So’nggi yillarda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi butun dunyo bo’ylab bank sohasini o’zgartirdi. Raqamli bank xizmatlari tijorat banklari moliyaviy xizmatlarni taqdim etish, mijozlarga qulaylikni oshirish va mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlashning muhim kanaliga aylandi. Bank sektorida raqobat kuchayib borayotganligi sababli, banklar mijozlar ehtiyojini qondirishni oshirish, operatsion samaradorlikni oshirish va uzoq muddatli raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun raqamli xizmatlarni taqdim etishga tobora ko’proq e’tibor qaratmoqdalar.

Mijozlar bazasini kengaytirishning tobora ortib borayotgan ahamiyati global moliyaviy inklyuzivlik tendensiyalarida aks ettirilgan. Jahon banking Global Findex 2025 ma’lumotlariga ko‘ra, butun dunyo bo‘ylab kattalarning 79 foizi moliya muassasasida yoki mobil pul provayderida hisob raqamiga ega, bu 2011-yilda 51 foizni tashkil etgan. Bu moliyaviy inklyuzivlikni tez o‘sayotganini ko‘rsatadi va bank sektorida mijozlarni jalb qilish va saqlab qolishning tobora ortib borayotgan ahamiyatini belgilab beradi.

Ushbu global tendensiyalar O‘zbekiston bank sektorida ham aks etgan, bu erda 2025-yilda masofaviy bank xizmatlaridan foydalanuvchilar soni 52,9 milliondan oshdi. Bunday sharoitda mijozlar bazasini kengaytirish va bank xizmatlari samaradorligi oshirish tijorat banklari uchun strategik ustuvor vazifalarga aylandi. Biroq, rivojlanayotgan mamlakatlarda jumladan, O‘zbekistonda mijozlar bazasini kengaytirish orqali tijorat banklaring samaradorligini oshirish masalasi yetarlicha o‘rganilmaganligicha qolmoqda.

Bank sektorida raqobatning kuchayishi sharoitida mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish tijorat banklari uchun eng muhim strategik muammolardan biriga aylandi. Bank xizmatlarining raqamlashtirilishi va moliyaviy texnologiyalarning jadal rivojlanishi mijozlar bazasini kengaytirish va xizmatlarni yetkazib berishni yaxshilash imkoniyatlarini yanada kengaytirdi. Shuning uchun mijozlar bazasini kengaytirish orqali bank samaradorligini oshirish nafaqat nazariy jihatdan ahamiyatli, balki amalda ham juda muhimdir. Ushbu maqola tijorat banklariga samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishda, xizmat ko’rsatish sifatini yaxshilashda va mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq tushunishda yordam berishi mumkin.

Bank xizmatlari samaradorligini oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish masalalari xorijiy olimlar tomonidan o‘rganilganligini alohida ta’kidlashimiz lozim. Ilmiy adabiyotlarda va xorijiy tadqiqot ishlarida asosan xizmat sifati, mijozlar ishonchi, qoniqishi, sodiqligi, raqamli bank xizmatlari hamda CRM tizimlari nuqtai nazaridan o‘rganilganligini ko‘rishimiz mumkin. Shundan kelib chiqqan holda quyida ayrim olimlarni ishlariga to‘xtalib o‘tishni joiz deb topdik.

Xizmat sifati nazariyasining asoschilari hisoblangan Parasuraman, Zeithaml va Berry [1] tomonidan ishlab chiqilgan SERVQUAL modeli bank xizmatlari sifatini baholashning eng muhim nazariy yondashuvlaridan biri hisoblanadi. Mualliflar xizmat sifati ishonchlilik, javob qaytarish

tezligi, kafolat, hamdardlik va moddiy omillar kabi beshta asosiy o’lcham orqali shakllanishini asoslab berganlar. Ularning xulosalariga ko’ra, xizmat sifati darajasining yuqori bo’lishi mijozlar qoniqishi va xizmatlardan foydalanish darajasini oshiradi. Davis tomonidan taklif etilgan Technology Acceptance Model (TAM) raqamli xizmatlardan foydalanishni tushuntiruvchi muhim nazariy model hisoblanadi. Ushbu modelga ko’ra, texnologiyaning qabul qilinishi uning foydaliligi va foydalanish qulayligi bilan belgilanadi. Mazkur yondashuv keyinchalik internet-banking va mobil banking xizmatlarini tadqiq qilishda keng qo’llanilgan[2].

Grönroos munosabatlar marketingi nazariyasini rivojlantirib, banklar uchun mijozlarni jalb qilishdan ko’ra ularni saqlab qolish iqtisodiy jihatdan samaraliroq ekanligini ta’kidlagan. Olimning fikricha, uzoq muddatli munosabatlar bankning raqobatbardoshligi va daromadliligini ta’minlaydi [3]. Payne va Frow tomonidan ishlab chiqilgan CRM konsepsiyasi mijozlar bilan munosabatlarni strategik boshqarish orqali tashkilot samaradorligini oshirish imkonini berishini ko’rsatgan[4]. Mualliflar CRM tizimlari orqali mijozlarni sementatsiya qilish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va individual xizmatlar taklif etish mumkinligini asoslab berganlar.

Kumar Customer Lifetime Value konsepsiyasini rivojlantirib, yuqori qiymatga ega mijozlar bank daromadlarining asosiy manbai hisoblanishini ta’kidlagan. Uning tadqiqotlarida mijozlarning uzoq muddatli iqtisodiy qiymatini baholash orqali bank resurslaridan samarali foydalanish mumkinligi isbotlangan [5].

Rossiyalik olim A.V. Mikryukov bank mijozlar bazasini bankning mavjud va potensial mijozlaridan iborat tizimlashtirilgan majmua sifatida talqin qiladi. Muallifning fikricha, sifatli mijozlar bazasining mavjudligi tijorat bankining barqaror faoliyat yuritishi, ishonchliligi va likvidligini ta’minlovchi muhim omillardan biridir [6].

Rossiyalik olimlar Svetlana Karpova, Victoria Panyukova, Irina Rozhkova va M. Bogatyrevalarning tadqiqotlari bank xizmatlari bozorida mijoz omilining strategik ahamiyatiga qaratilgan. Xususan, S. Karpova va V. Panyukova bank xizmatlari raqobatbardoshligini ta’minlashda mijozlarning xulq-atvori hamda raqamli bank xizmatlaridan foydalanish darajasining muhimligini asoslab berganlar. I. Rozhkova bank marketingi va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish masalalarini tadqiq etib, mijozlar ehtiyojlarini chuqur o’rganish bank xizmatlari samaradorligini oshirishning muhim omili ekanligini ta’kidlaydi. M. Bogatyreva esa bank tizimida mijozlar ishonchining shakllanishi va uni mustahkamlash masalalarini o’rganib, mijozlar ishonchi bank faoliyati samaradorligi va raqobatbardoshligiga bevosita ta’sir ko’rsatishini qayd etadi. [7] Mazkur olimlarning ilmiy qarashlari bank mijozlari bazasini shakllantirish, rivojlantirish va samarali boshqarish bank xizmatlari sifatini oshirish hamda banklarning barqaror rivojlanishini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etishini ko’rsatadi.

Mahalliy olimlar tomonidan ham bank xizmatlari samaradorligi va mijozlarga yo’naltirilgan faoliyat masalalari keng o’rganilgan. Jumladan, Sh.A. Abdullayeva tijorat banklari faoliyatida mijozlarga sifatli xizmat ko’rsatish banklarning barqaror rivojlanishi va raqobatbardoshligini ta’minlovchi muhim omillardan biri ekanligini ta’kidlaydi[16]. O.I. Iminov esa bank tizimi samaradorligini oshirishda mijozlar ehtiyojlariga mos bank mahsulotlari va xizmatlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etishini qayd etadi[17]. A.V. Vahobov moliyaviy xizmatlar bozorida mijozlarga yo’naltirilgan yondashuv banklarning bozor pozitsiyalarini mustahkamlashga xizmat qilishini asoslaydi [18]. B.Yu. Xodiyev xizmatlar sektorini rivojlantirishda iste’molchilar talabini chuqur o’rganish zarurligini ta’kidlaydi [19]. Sh.I. Mustafaqulov esa raqamli texnologiyalar asosida bank xizmatlarini modernizatsiya qilish va mijozlar uchun qulay moliyaviy xizmatlar yaratish masalalariga alohida e’tibor qaratadi [20]. Yuqoridagi mahalliy olimlarimiz o‘zlarining darsliklarida, monografiyalarida, maqolalarida tadqiq qilganliklarini ko’rishimiz mumkin.

Ushbu maqola tijorat banklarida mijozlar bazasini kengaytirishning nazariy asoslarini va uning bank xizmatlari samaradorligini oshirishga qo’shgan hissasini o’rganish uchun sifatli tadqiqot yondashuvlari keltirib o‘tilgan. Tadqiqot so’rovnoma ma’lumotlariga yoki statistik tahlilga tayanish o’rniga mavjud adabiyotlarni har tomonlama ko’rib chiqish va tanqidiy baholashga asoslangan.

Ushbu maqolada maqsadiga erishish uchun adabiyotlarni ko’rib chiqish, qiyosiy tahlil, mantiqiy tahlil, sintez va umumlashtirish kabi bir qancha ilmiy usullar qo’llanildi. Tahlil mahalliy va

xalqaro olimlarning nashrlari, kitoblar, ekspertlar tomonidan ko’rib chiqilgan jurnallarda chop etilgan maqolalar, xalqaro tashkilotlarning hisobotlari va bank sektoriga tegishli me’yoriy hujjatlarga asoslanadi. Ushbu manbalar mijozlar bazasini kengaytirish, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish va bank xizmatlari samaradorligi tushunchalarini keng tushunish uchun tanlangan.

Bir necha tadqiqotlar xizmat sifati, ishonch, xavfsizlik va kirish qulayligini raqamli bank muhitida mijozlarning xulq-atvor niyatlaring asosiy omillari sifatida aniqladi. Xizmat sifati mijozlarning bank faoliyati va umumiy tajribasi haqidagi tasavvurlariga ta’sir qiladi, ishonch esa mavjud noaniqlikni kamaytiradi hamda raqamli tranzaksiyalarga bo’lgan ishonchni mustahkamlaydi. Xavfsizlik mijozlarning shaxsiy va moliyaviy ma’lumotlarini himoya qilish uchun juda muhim omillardan biri hisoblanib, kirish qulayligi esa qulaylikni oshiradi va qayta foydalanishga undaydi. Birgalikda bu omillar mijozlar ehtiyojini qondirish va mijozlarning raqamli bank xizmatlaridan foydalanishdagi ahamiyati kattadir.

Yuqoridagi olimlarning tadqiqot ishlari natijalari shundan dalolat beradiki, tijorat banki mijozlar bazasi tushunchasi vaqt o’tishi bilan sezilarli darajada rivojlandi. Avvalgi tadqiqotlar asosan mijozlar bazasini bank xizmatlaridan foydalanuvchi jismoniy va yuridik shaxslar to‘plami sifatida belgilagan. Biroq, so‘nggi tadqiqotlar uni bankning uzoq muddatli raqobatbardoshligi, daromadliligi va barqaror rivojlanishiga hissa qo’shadigan strategik nomoddiy aktiv deb hisoblaydi. Bu o‘zgarish tobora raqobatbardosh moliyaviy muhitda mijozlarga yo’naltirilgan bank strategiyalarining ahamiyati ortib borayotganini aks ettiradi.

Qiyosiy tahlil shuningdek, tadqiqotchilar o‘rtasida mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning strategik ahamiyati borasida keng kelishuv mavjudligini ko’rsatadi. Turli mualliflar turli terminologiyalardan foydalanishsa-da, ular doimiy ravishda yangi mijozlarni jalb qilish mijozlar bazasini rivojlantirishning faqat bitta komponenti ekanligini ta’kidlaydilar. Mijozlarni saqlab qolish, munosabatlar sifati, mijozlarga sodiqlik va uzoq muddatli qiymat yaratishga teng ahamiyat beriladi. Binobarin, mijozlar bazasini kengaytirish nafaqat mijozlar sonini ko’paytirish, balki banklar va ularning mijozlari o‘rtasidagi munosabatlar sifatini mustahkamlash sifatida ham qaralishi kerak.

Yana bir muhim topilma mijozlar sementatsiyasiga tegishli. Ko’rib chiqilgan adabiyotlar shuni ko’rsatadiki, mijozlar bazasini samarali boshqarish mijozlarni huquqiy maqomi, iqtisodiy xususiyatlari, moliyaviy qiymati va xulq-atvor naqshlariga ko‘ra tasniflashni talab qiladi. Bunday sementatsiya tijorat banklariga turli mijozlar guruhlarining ehtiyojlariga yaxshiroq mos keladigan mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish imkonini beradi va shu bilan xizmat ko’rsatish samaradorligi va mijozlar ehtiyojini qondirishni oshiradi.

Mijozlar bazasining kengayishiga ichki, tashqi, texnologik va mijozlar bilan bog’liq omillarning kombinatsiyasi ta’sir qiladi. Ichki omillarga xizmat ko’rsatish sifati, mahsulot xilma-xilligi, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, marketing faoliyati, korporativ imij va xodimlarning malakasi kiradi. Tashqi omillar asosan makroiqtisodiy sharoitlar, moliyaviy inklyuzivlik, tartibga solish siyosati va raqobat bosimi bilan bog’liq. Texnologik omillar raqamli bankchalik, mobil bankchalik, fintech ilovalari va xavfsiz onlayn xizmatlarning rivojlanishi bilan bog’liq, mijozlar bilan bog’liq omillar esa ishonch, moliyaviy savodxonlik, daromad darajasi, demografik xususiyatlar va oldingi bank tajribasini o’z ichiga oladi. Bu omillarni mustaqil ravishda ko’rib chiqmaslik kerak, chunki ular mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish strategiyalarini shakllantirishda bir-biri bilan o’zaro ta’sir qiladi.

Xalqaro tadqiqotlar xizmat ko‘rsatish sifati, mijozlar ehtiyojini qondirish, ishonch, raqamli bankchalik va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning bank faoliyatiga ta’sirini keng o‘rganib chiqdi. Biroq, rivojlanayotgan iqtisodiyotlar, xususan, O‘zbekiston sharoitida mijozlar bazasining kengayishi va bank xizmatlari samaradorligi o‘rtasidagi keng qamrovli bog‘liqlikka cheklangan e’tibor qaratildi. Avvalgi tadqiqotlarning aksariyati tashkiliy, texnologik, ekologik va mijozlar bilan bog‘liq o‘lchovlarni birlashtirgan integratsiyalashgan asosni taqdim etish o‘rniga individual determinantlarga qaratilgan.

Ushbu topilmalarga asoslanib, mijozlar bazasini kengaytirish ichki boshqaruv amaliyotlari, texnologik innovatsiyalar, tashqi muhit sharoitlari va mijozlar xususiyatlari o’rtasidagi o’zaro ta’sir natijasi sifatida qaraladigan konseptual asos taklif qilinishi mumkin. Ushbu o’lchovlarni bir vaqtning

o’zida kuchaytirish mijozlarni jalb qilishni ko’paytirish, mijozlarni saqlab qolishni kuchaytirish, xizmatlardan foydalanishni kengaytirish va tijorat banklarining uzoq muddatli raqobatbardoshligini qo’llab-quvvatlash orqali bank xizmatlari samaradorligini oshirishi kutilmoqda.

Tijorat banklarida mijozlar bazasini kengaytirishning nazariy-metodologik asoslarini o’rgangan holda quyidagicha xulosa qilindi:

1. Mijozlar bazasi tushunchasi vaqt o’tishi bilan oddiy "mijozlar ro’yxati"dan bankning strategik nomoddiy aktivi darajasiga ko’tarilgan.

2. Mijozlar bazasini kengaytirishga ta’sir etuvchi omillarni to’rt guruhga — ichki, tashqi, texnologik va mijoz bilan bog’liq omillarga ajratish mumkin, ular o’zaro uzviy bog’liq holda faoliyat yuritadi.

3. Mavjud mijozlarni saqlab qolish yangi mijozlarni jalb qilishga nisbatan iqtisodiy jihatdan samaraliroq bo’lib, bu bank rentabelligini oshirishning muhim yo’nalishi hisoblanadi.

4. Rivojlanayotgan iqtisodiyotlar, jumladan O’zbekiston misolida, mijozlar bazasini kengaytirish va bank xizmatlari samaradorligi o’rtasidagi bog’liqlikni chuqur o’rgangan kompleks tadqiqotlar yetarli emas.

Shu asosda yuqoridagilarga fikrlarga asoslangan holda umumlashtirsak: mijozlarni sementatsiya qilishda xulq-atvor va sodiqlik ko’rsatkichlariga tayanish, CRM tizimlarini chuqurroq joriy etish, raqamli xizmatlar xavfsizligini kuchaytirish va aholining moliyaviy savodxonligini oshirishga qaratilgan dasturlarni rivojlantirish lozim. Kelgusi tadqiqotlarda ushbu nazariy asosga tayanib, O’zbekiston tijorat banklari misolida empirik tahlil o’tkazish tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – Pearson, 2016.
2. Blattberg R., Getz G., Thomas J. Customer Equity: Building and Managing Relationships as Valuable Assets. – Harvard Business School Press, 2001.
3. Payne A. Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management. – Butterworth-Heinemann, 2006.
4. Buttle F. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. – Routledge, 2019.
5. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 64, No. 1. – P. 12–40.
6. Davis F.D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology // MIS Quarterly. – 1989. – Vol. 13, No. 3. – P. 319–340.
7. Grönroos C. From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing // Management Decision. – 1994. – Vol. 32, No. 2. – P. 4–20.
8. Payne A., Frow P. A Strategic Framework for Customer Relationship Management // Journal of Marketing. – 2005. – Vol. 69, No. 4. – P. 167–176.
9. Kumar V. Managing Customers for Profit: Strategies to Increase Profits and Build Loyalty. – Wharton School Publishing, 2008.
10. Hossain M.A., Yesmin M.N., Jahan N., Kim M. Effects of Service Justice, Quality, Social Influence and Corporate Image on Service Satisfaction and Customer Loyalty // Sustainability. – 2021. – Vol. 13, No. 13. – 7404 p.
11. Zhengmeng C., Malik M., Hussain M., Hussain S. Exploring Customer Retention Dynamics: A Comparative Investigation of Factors Affecting Customer Retention in the Banking Sector // Heliyon. – 2024. – Vol. 10, No. 18. – e37778.
12. Law S.H., Singh N. Does Too Much Finance Harm Economic Growth? // Journal of Banking & Finance. – 2014. – Vol. 41. – P. 36–44.
13. Ozili P.K. Financial Inclusion and Inclusive Growth: A Review of Recent Empirical Evidence // Journal of Financial Economic Policy. – 2021. – Vol. 13, No. 3. – P. 321–339.
14. Shaikh A.A., Karjaluoto H. Mobile Banking Adoption: A Literature Review // Telematics and Informatics. – 2015. – Vol. 32, No. 1. – P. 129–142.

15. Alalwan A.A., Dwivedi Y.K., Rana N.P., Williams M.D. Examining Factors Affecting Customer Intention and Adoption of Internet Banking in Jordan // Information Systems Management. – 2017. – Vol. 33, No. 2. – P. 154–178.
16. Abdullayeva Sh.A. Pul, kredit va banklar. – Toshkent.
17. Iminov O.I. Bank ishi nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent.
18. Vahobov A.V. Moliya. – Toshkent.
19. Xodiyev B.Yu. Xizmatlar iqtisodiyoti. – Toshkent.
20. Mustafaqulov Sh.I. Raqamli iqtisodiyot va bank xizmatlari. – Toshkent.
21. World Bank. Global Findex Database 2025. – Washington, D.C.: World Bank Group, 2025.

УДК: 339.54

ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ВОПРОСАМ СОВМЕСТНОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ МЕЖДУ ПЕКИНОМ И ТАШКЕНТОМ В РАМКАХ «ЦИФРОВОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ»

«RAQAMLI IPAK YO‘LI» DOIRASIDA PEKIN VA TOSHKENT O‘RTASIDA ELEKTRON TIJORAT INDUSTRIYASINI BIRGALIKDA RIVOJLANTIRISH MASALALARI BO‘YICHA TADQIQOT

RESEARCH ON THE JOINT DEVELOPMENT OF THE E-COMMERCE INDUSTRY BETWEEN BEIJING AND TASHKENT WITHIN THE FRAMEWORK OF THE «DIGITAL SILK ROAD»

Wang Jiahao
National University of Uzbekistan, independent researcher PhD.

Аннотация

По мере развития инициативы «Цифровой Шелковый путь» скоординированное развитие индустрии электронной коммерции между Пекином и Ташкентом стало одним из основных путей содействия цифровому экономическому сотрудничеству между Китаем и Узбекистаном. Скоординированное развитие способствует повышению качества цифровой торговли, укреплению устойчивости региональных производственных цепочек и развитию культурного обмена. Однако сохраняются серьезные препятствия, включая несовместимые стандарты цифровых технологий, отсутствие трансграничной защиты интеллектуальной собственности, различия в потребительской культуре и осведомленности, а также несоответствие концепций «зеленого» развития. Поэтому в данной статье предлагаются несколько целенаправленных стратегий развития, направленных на создание эффективной, инновационной, инклюзивной и устойчивой системы трансграничного сотрудничества в сфере электронной коммерции.

Ключевые слова: Цифровой Шелковый путь; Пекин; Ташкент; Совместное развитие индустрии электронной коммерции

Raqamli Ipak Yo‘li tashabbusi rivojlanib borar ekan, Pekin va Toshkent o‘rtasida elektron tijorat sanoatining muvofiqlashtirilgan rivojlanishi Xitoy va O‘zbekiston o‘rtasida raqamli iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishiga aylandi. Ushbu muvofiqlashtirilgan rivojlanish raqamli savdo sifatini yaxshilashga, mintaqaviy ta'minot zanjiri barqarorligini mustahkamlashga va madaniy almashinuvlarni rivojlantirishga hissa qo‘shadi. Biroq, raqamli texnologiyalar standartlarining nomuvofiqligi, transchegaraviy intellektual mulkni himoya qilishning yo‘qligi, iste'molchilar madaniyati va xabardorligidagi farqlar va nomuvofiq yashil rivojlanish konsepsiyalari kabi jiddiy to‘siqlar saqlanib qolmoqda. Shuning uchun, ushbu maqolada samarali, innovatsion,