

AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 03 | pp. 366-372 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

BANK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI



Dushamov Maxmudjon Maksudbekovich
Xorazm Ma'mun akademiyasi erkin tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada bank xizmatlari va ularning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida mulohaza yuritiladi. Bank marketingi tarkibidagi xizmatlarning nazariyasi va amaliyoti tijorat banklari misolida tahlilga tortiladi. Shuningdek, bankning B2C, B2B, B2G modellari bozoridagi o'rnini masalaga e'tibor beriladi. Respublikamizda faoliyat yuritayotgan banklardagi xizmat turlari keltiriladi. Mobil banking tushunchasi va uning bank taraqqiyotidagi o'rnini atroflicha muhokama etiladi. Mijoz va bank o'rtasidagi hamkorlikda xizmatlarning o'rniga e'tibor qaratiladi. O'z navbatida maqolada tahlillarning natijalari ko'rsatiladi. O'rganishlar asosida maqolaning xulosa qismida ayrim takliflarni keltiradi.

Kalit so'zlar: bank xizmatlari, mijoz, marketing, bozor, bozor turlari, mobil banking, moliya, loyiha.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Душамов Махмуджон Максудбекович
независимый научный сотрудник Хорезмской Академии Маъмун.

Аннотация: В данной статье рассматриваются банковские услуги и их особенности. Теория и практика банковского маркетинга анализируются на примере коммерческих банков. Также уделено внимание роли банка на рынке моделей B2C, B2B, B2G. Представлены виды услуг банков, действующих в нашей республике. Подробно будет рассмотрена концепция мобильного банкинга и его роль в развитии банковской деятельности. При сотрудничестве клиента и банка внимание уделяется месту оказания услуг. В свою очередь, в статье представлены результаты анализа. На основе проведенных исследований в заключительной части статьи он вносит некоторые предложения.

Ключевые слова: банковские услуги, клиент, маркетинг, рынок, типы рынков, мобильный банкинг, финансы, проект.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF BANKING SERVICES

Dushamov Makhmudjon Maksudbekovich

independent researcher at the Khorezm Mamun Academy

Annotation: This article discusses banking services and their specific features. The theory and practice of bank marketing services are analyzed on the example of commercial banks. Attention is also paid to the role of the bank in the market of B2C, B2B, B2G models. Types of services of banks operating in our republic are presented. The concept of mobile banking and its role in banking development will be discussed in detail. In cooperation between the client and the bank, attention is paid to the place of services. In turn, the article presents the results of the analysis. Based on the studies, he makes some suggestions in the concluding part of the article.

Keywords: banking services, customer, marketing, market, market types, mobile banking, finance, project.

Kirish

Jahon iqtisodiyoti jadal sur'atlar bilan rivojlanayotgan bugungi kunda iqtisodiyotning mavjud tarmoqlarini modernizatsiya qilish, zamonaviy taraqqiyotga mos ravishda yangi texnologiyalarni iqtisodiyotning har bir sohasiga, shu jumladan, bank sohasiga joriy etishni davrning o'zi taqozo qilyapti. Har qanday davlatda aholi farovonligi iqtisodiy sohaning rivojiga bevosita bog'liq. Shu bois respublikamizda ham iqtisodiyotni taraqqiyotning yangi pog'onasiga olib chiqish, bu sohaga raqamli texnologiyalarni joriy etish masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu masala davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Jumladan, 2017-2021- yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida bank tizimini isloh qilishni chuqurlashtirish va barqarorligini ta'minlash, banklarning kapitallashuv darajasi va depozit bazasini oshirish, ularning moliyaviy barqarorligi va ishonchliligini mustahkamlash, istiqbolli investitsiya loyihalari hamda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini kreditlashni yanada kengaytirish masalasi[2] alohida belgilab qo'yildi. Shuningdek, 2020 – 2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5992-son Farmoniga respublikamizdagi mavjud banklar va ulardagi muammolar, rivojlantirish yo'nalishlari to'g'risida bandlar kiritilgan.[3]

Iqtisodiyotning bank sohasidagi asosiy muammo banklar tomonidan mijozlarga ko'rsatilayotgan xizmatlarning bir xilligidan iboratdir. Banklararo raqobat muhitini rivojlantirish banklarda marketingni to'g'ri joriy etish, xizmatlar sonini ko'paytirish, o'z navbatida xorijiy davlatlardagi bank amaliyotlarni o'rganishni talab etadi.

Adabiyotlar tahlili

Mavzuga doir adabiyotlar o'rganildi va tahlil qilindi. A.Soliyev, A. Usmanovning "Marketing" nomli o'quv qo'llanmasi[4], I.S.Abdullayevning "Marketing" nomli darsligida marketingni paydo bo'lishi va rivojlanishi, marketing faoliyatining iqtisodiy taraqqiyotdagi o'rni va ahamiyati to'g'risida batafsil ma'lumot beriladi.[5]

F.Kotler "Osnovy marketinga"[6] kitobida marketingni inson ehtiyojlarini qondirishdagi ahamiyatiga e'tiborni qaratadi va marketing va uning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida to'liq ma'lumot beradi.

T.V.Bakun., I.F.Obuxovskayaning "Sovremennye tendensii bankovskogo marketinga: teoriya i praktika"[7] sarlavhali maqolasida banklar rivojini nazariy va amaliy jihatdan Rossiya banklari misolida tahlil etadi.

M.V. Dubinin "Bankovskiye texnologii: sushnost, istoriya razvitiya i perspektivy"[8] tadqiqotida banklarda ishlatiladigan telekommunikatsiya, axborot texnologiyalari vositalari bank texnologiyasining asosini tashkil etishini o'rganadi va har birini alohida tahlil etadi. Shuningdek, Ye.A.Belonojkina "Analiz primeneniya instrumentov marketinga na sovremennom etape razvitiya rynka bankovskix uslug: zarubejnyy opyt i Rossiyskaya praktika"[9] sarlavhali tadqiqotida Rossiyada faoliyat yuritayotgan banklarni rivojlantirish uchun xorij tajribasini qo'llash nuqtai nazaridan tahliliy mulohazalar bildiradi. T.P. Nikolayeva esa "Bankovskiy marketing"[10] nomli tadqiqotida bank sohasida marketingni qo'llash bankning rivojlanishiga olib kelishini tushuntiradi.

Shuningdek, S.K.Boyjigitov o'zining "Xizmatlar marketingining shakllanish tarixi, mohiyati va bugungi kundagi" nomli maqolasida xizmatlar marketingining shakllanishi va rivojlanishi to'g'risida mulohaza yuritadi.

Metod va metodologiya

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining bank sohasini rivojlantirishga doir qaror va farmonlari, nutqlari ushbu maqolada tahlilga tortilgan muammo va mavzuning metodologik asosini tashkil etadi.

Muammoni o'rganishda kuzatish va iqtisodiy tahlil metodlaridan foydalandik.

Natija

Bank xizmatlari marketingi - bu sotishni rag'batlantirish va sotishdan keyingi nazorat, reklama, xizmatlarni ilgari surish, bozorni o'rganishni o'z ichiga olgan mukammal tizim bo'lib, o'z xizmatlarini mijozga yetkazish faoliyatini ham o'z ichiga oladi. Bank xizmatlari bank mahsulotlarini mijozga taqdim etishga qaratilgan. Bu xizmatlarda pul muomalasi vositachi rolini bajaradi, mijoz va bankni bir-biriga bog'laydi. Bank xizmatlarini tashkil etish quyidagi maqsadlarni nazarda tutadi:

- mijozlarning ehtiyojlarini o'rganish, ularning xatti-harakatlariga e'tibor berish;
- mavjud mijozlar bilan hamkorlikni mustahkamlash;
- yangi mijozlarni jalb qilish;
- xizmatlar sifatini oshirish;
- yangi xizmat turlarini joriy etish orqali mintaqadagi tijorat banklari orasidagi raqobatga muvofiq ravishda rivojlanish;
- bank xizmatlari samaradorligini oshirishda xorij tajribasini o'rganish;
- mijozlarning sodiqligiga erishish.

Muhokama

Respublikamiz milliy iqtisodiyotida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning hozirgi bosqichida xizmat ko'rsatish va servis sohasining o'rni va ahamiyati yildan-yilga oshib bormoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyev ta'kidlaganidek: "Tizimda sog'lom raqobat muhitini shakllantirish maqsadida banklar faoliyatida davlat ishtiroki

bosqichma-bosqich qisqartirilmoqda. Xususan, davlat dasturlari doirasidagi kreditlar foizi qayta moliyalash stavkasi bilan tenglashtirildi va 2021-yildan to'liq erkinlashtirilishi belgilandi. Bu banklarni ko'proq mijoz topish, resurs jalb qilish, kredit ajratish bo'yicha izlanishga, rivojlanishga undaydi".[1]

Shunday ekan, bank sohasini rivojlantirishning eng asosiy xususiyati marketingni sohaga to'g'ri joriy etishdir. Marketing konsepsiyasining tarkibiy qismlaridan biri xizmatlar va ularning turlari hisoblanadi.

Xo'sh, xizmatlar o'zi nima?

Xizmatlar deganda faoliyatlarning, ishlar va mashg'ulotlarning har xil turlarining ko'plab miqdori tushuniladi. Shu munosabat bilan F.Kotler shunday deydi: "Xizmat – bu tomonlardan biri boshqasiga taklif qiladigan har qanday tadbir, faoliyat yoki foyda. Xizmatlarni ishlab chiqarish tovar bilan uning moddiy ko'rinishida bog'liq bo'lishi va bog'liq bo'lmasligi ham mumkin". Xizmatlarni ko'rsatish bo'yicha har xil faoliyat turlarini birlashtiruvchi narsa – ashyoviy shakllarga ega bo'lmagan iste'molchilik boyliklarini ishlab chiqarishdir[11].

Shu o'rinda bank xizmatlariga qisqacha tavsif beraylik.

Bank xizmati, bir tomondan, bankning potentsial mijozlarning (yuridik va jismoniy shaxslarning) muayyan ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarda muayyan ehtiyojlarini qondirish niyatining ifodasidir; boshqa tomondan, o'z mijozlariga xizmat ko'rsatish.[7]

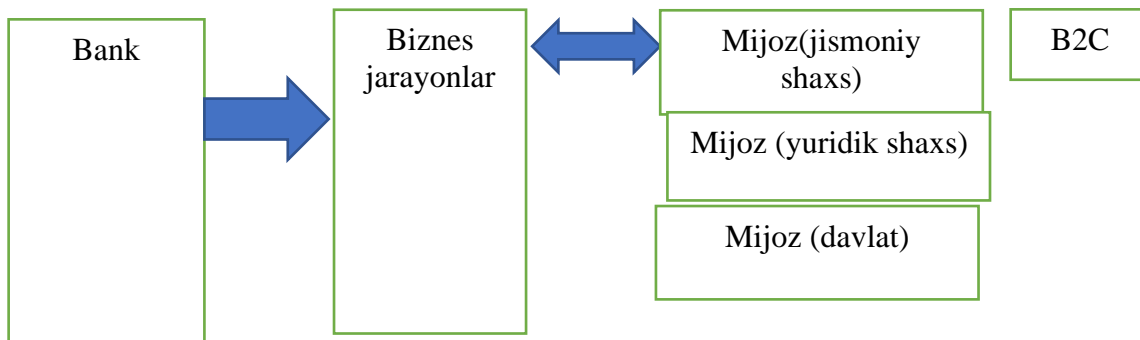
Bank sohasida samaradorlik oshirish uchun ishonchlilik muhim ahamiyatga ega. Ya'ni bank mijozlarning ishonchiga kirishi lozim. O'z navbatida iqtisodiyotning jadallik bilan rivojlanayotgan bugungi kunda moliyaviy barqarorlikka erishish uchun raqobatbardoshlikni ta'minlash talab etiladi. Bu jihatdan banklarning taraqqiyotida marketing asosiy o'rin egallaydi. Shu bois bugun nafaqat respublikamizda, balki jahonda rivojlangan mamlakatlarda faoliyat yuritayotgan banklar ham marketingga murojaat qilmoqda.

Ma'lumki, bank marketingi tizimli jarayondir. Boshqacha aytganda, bank marketingi deganda aniq iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish va bozorni o'rganish va prognozlash asosida foyda olishga yo'naltirilgan bank mahsulotlarini yaratish va sotishni tashkil etishning kompleks tizimi tushuniladi[12]. Bank xizmatlari bank marketingining asosini tashkil etar ekan, biz buni bank xizmatlari bozori deyishimiz mumkin.

Bank xizmatlari bozorining asosiy maqsadi puldan turli shakllarda foydalanishdan iborat. Savdo bozorlaridan farqli ravishda bankda munosabatlar o'ziga xos ko'rinishga ega va bugungi kunda banklar davlat tomonidan tartibga solinadi.

Iqtisodiyotda bank xizmatlarining quyidagi ko'rinishlari mavjud:

- B2C – bank va iste'molchi;
- B2B – biznesdan biznesga;
- B2G – bank va davlat yoki hukumat modellari



Bu modellarning barchasida bank o'ziga xos subyekt sifatida faoliyat yuritadi. Biroq bank subyektining hamkor subyektlari(jismoniy shaxsmi, yuridik shaxsmi yoki davlatmi, qaysi biri bo'lishidan qat'iy nazar) murojaatiga qarab o'zgarib turadi. Bank xizmatlarining modellari davlat va tijorat banklariga nisbatan bir xilda tegishlidir.

Davlat banklari - bu nazorat paketlari davlatga tegishli bo'lgan moliya institutlari.

Tijorat banklari davlat banklaridan farqli o'laroq davlatning nazoratidan to'liq xoli bo'lishi talab etiladi. Biroq bugungi kunda bu jarayon asta-sekinlik bilan amalga oshirilmoqda. Bu esa tijorat banklarida xizmatlarni B2B i bir xil bo'lib qolishiga olib kelmoqda.

Tijorat banklarining o'ziga xos xususiyati shundaki, ular davlatga tegishli bo'lgan Markaziy bank oldidagi B2G majburiyatlarni oladilar (mulkchilik shakli davlatdir).

Bank xizmatlari sohasini o'rganish jarayonida Xorazm viloyati hududida faoliyat yuritayotgan Aloqabank, Ipoteka bank va Hamkor bankda joriy etilgan bank xizmatlarini tahlil etishga harakat qildik. Davlat banki bilan tijorat banklari o'rtasida xizmatlar nuqtayi nazaridan deyarli farq sezilmaydi:

<i>Milliy bank</i>	<i>Tijorat banki</i>
Pul masalasi Strategik muhim tarmoqlarni moliyalashtirish Valyuta kursini ushlab turish Bank nazorati Pul aylanmasi Fuqarolar jamg'armalarining kafolatlari va hokazo.	Jamg'arma hisoblari Qarz berish Kreditlarni joylashtirish Pul bozori operatsiyalari Depozit Tozalashni tekshiring Ipoteka operatsiyalari va hokazo

Banklarda mavjud xizmatlar to'g'risida Markaziy bank ma'lumotlari asosida batafsil to'xtalamiz. 2020 — 2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5992-son Farmoniga asosan mobil bankingni yaratish belgilangan.

Mobil banking – internet tarmog'i yordamida mobil telefon (smartfon) orqali bank xizmatlaridan foydalanishning zamonaviy usulidir.

Bu usul bank xizmatlaridan foydalanuvchilarga bank hisobvarag'ini masofadan boshqarish imkonini beradi va deyarli barcha internet-banking operatsiyalarini ta'minlaydi.

Mobil bankning yordamida mijoz quyidagi imkoniyatlarga ega:

- bank kartalarining (kredit, debet va hokazo) holatini kuzatish;
- mobil va shahar telefon xizmatlari, internet-provayderlar, kommunal, kabel va raqamli televideniye xizmatlari uchun vositachilik haqlarisiz to'lovlarni amalga oshirish;
- onlayn konversiya amaliyotlarni o'tkazish;
- kartadan kartaga o'tkazmalarni amalga oshirish;
- operatsiyalarning avtomatik ijrosini sozlash – hisobvaraq bo'yicha yoki muayyan sanalarda belgilangan to'lovlar;
- pul mablag'larining bank hisobvarag'iga tushganligi haqida ma'lumot olish;
- bank kartasi orqali amalga oshirilgan operatsiyalar haqida ma'lumotnoma olish;
- onlayn-do'konlarda xaridlarni amalga oshirish;
- kreditlarni so'ndirish, omonatlarga mablag' qo'shish;
- kredit olish;
- pul o'tkazmasini olish/yuborish;
- YHXBB jarimalarini to'lash;
- bank kartasini ochish;
- bank kartasini bloklash va blokdan yechish;
- bank kartasiga omonat bo'yicha foizlarni kirim qilish;
- bank kartasining amal qilish muddatini uzaytirish;
- mobil ilova orqali turli valyutalarda xalqaro pul o'tkazmalarini amalga oshirish.

Mobil banking xizmatlaridan foydalanish uchun mijoz, avvalo bank hisobvarag'ini ochishi lozim, ya'ni karta hisobvarag'i ochiladi (bank kartasi).

Мобил банкинг тизими интернет-банкинг технологияси асосида яратилади.

Internet-banking xizmati orqali mijoz o'z ish joyida yoki boshqa o'ziga qulay sharoitda:

to'lovlarni o'tkazish;

to'lov o'tishi bosqichlarini kuzatish;

barcha hisobotlarni olish kabi amaliyotlaridan istalgan vaqtda foydalanish imkoniyatini yaratadi.

Internet-banking orqali mijoz o'z ish joyidan internet orqali bank saytiga ulanib, o'z hisobraqamiga tushayotgan pullarni ko'rishi va pul o'tkazmalarini tayyorlab bankka uzatishi mumkin bo'ladi.[13]

Xulosa

O'rganishlar natijasida quyidagi taklif va xulosalarga kelindi:

- banklar raqobatbardosh bo'lishi uchun ularning marketing faoliyati mijozlarga yo'naltirilgan bo'lishi;
- atrof-muhit o'zgarishlariga tezkor javob berishi va ularga moslashishi;
- banklarda jahon standartlari asosida qulay xizmat turlarini ko'paytirish;
- bank innovatsiyalarini ishlab chiqish va joriy etish;
- joriy bank xizmatlarini modernizatsiya qilish;

-bank xizmatlarining yangi g'oyalari va turlarini ishlab chiqishda marketing bo'limi, bank xodimlari, mijozlarni jalb qilish;

-bank xizmatlari samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalarni keng joriy qilish;

-banklarda yangi loyihalar ishlab chiqishni yo'lga qo'yish orqali bank imidjini oshirish va mijozlar sodiqligiga erishish.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mirziyoyev Sh. Banklarning investitsiyaviy faolligini oshirish bo'yicha vazifalar belgilandi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 25 oktabr kuni bank tizimini isloh qilish va banklarning investitsiyaviy faolligini oshirish borasidagi ustuvor vazifalarga bag'ishlangan yig'ilishdagi ma'ruzasi. <https://president.uz/uz/lists/view/2961>
2. 2017 — 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi.T; 2017-yil 7-fevral. <https://lex.uz/acts/3107036>
3. 2020 — 2025-yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to'g'risida to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5992-son Farmoni <https://lex.uz/docs/4811025#4813068>
4. Soliyev A., Usmanov A. Marketing. O'quv qo'llanma. Toshkent. 1997.B.168.
5. Abdullayev I.S.Marketing.Darslik. Toshkent. 2020. B.328.
6. Kotler F. Основы маркетинга. Москва. Санкт-peterburg. Kiyev. 2007. Pervod s angliyskogo izdatelstva "Progress" S. 647.
7. Bakun T.V., Obuxovskaya I.F. Sovremennye tendensii bankovskogo marketinga: teoriya i praktika // Vestnik Omskogo universiteta. Ser. «Ekonomika». 2014. № 2. S. 34–40.
8. Dubinin M.V. Bankovskiye texnologii: sumnost, istoriya razvitiya i perspektivy // Finansy i kredit. №34 (274), 2007. – 58 s
9. Belonojkina Ye.A. Analiz primeneniya instrumentov marketinga na sovremennom etape razvitiya rynka bankovskix uslug: zarubejnyy opyt i Rossiyskaya praktika// Finansovaya analitika: problemy i resheniya. 2015. 2-11
10. Nikolayeva T.P. Bankovskiy marketing. M.: Izd. sentr YEAOI, 2009. 224 s.
11. Boyjigitov S.K. Xizmatlar marketingining shakllanish tarixi, mohiyati va bugungi kundagi.// "Ekonomika i sotsium". №6(109)-2 2023.
12. Kokin A. S., Galin T. F. Bankovskiy finansovyy marketing // Vestn. Nijegorod. un-ta im. N.I. Lobachevskogo. – 2011. – № 1. –S. 270–273.
13. <http://cbu.uz/oz/payment-systems/remote-banking-services/>

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

