



ПРАКТИЧЕСКАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СТРАНЫ

Раджабова Мохичехра Абдухоликовна

Бухарский государственный университет

преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга

Гафуров Рузижо

студент группы 3-2-эконом-20

В последующие годы основным направлением реализации денежно-кредитной политики Центральным банком будет достижение ценовой стабильности в экономике, основной цели, поставленной законом. В соответствии с этой главной целью в нашей стране будут обеспечены денежно-кредитные условия, служащие всестороннему экономическому росту и финансовой стабильности. [1]

Оказывая все операции и услуги населению, коммерческие банки действуют исходя из своей главной цели, миссии «Клиент не для банка, банк для клиента».

Одной из основных задач, стоящих перед коммерческими банками Бухарской области, является развитие региональной экономики и стабилизация курса национальной валюты.

В связи с этим мы проанализировали деятельность Ипотечного Банка АТИБ и попытались оценить вклад банка в экономику нашей страны и региона.

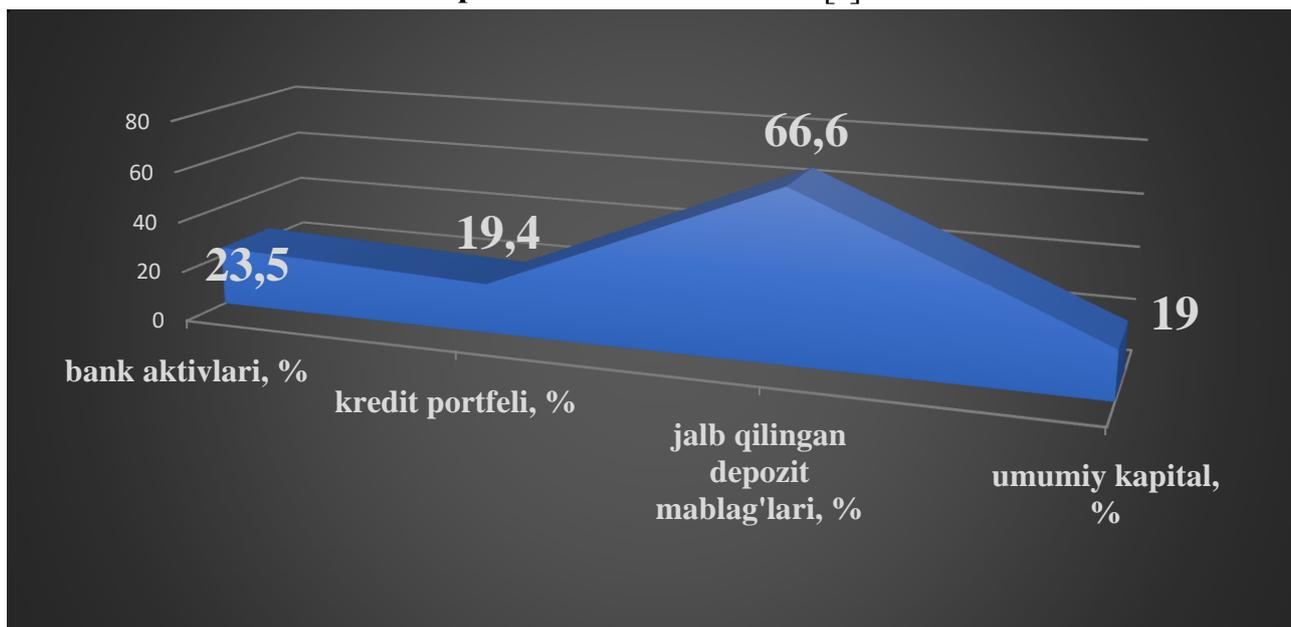
Миссия Ипотека-Банка – создание наивысшего уровня экономических ценностей для своих акционеров и клиентов банка. Высокое качество обслуживания клиентов и лидерство на отдельных рынках имеют первостепенное значение для будущего успеха банка. Корпоративные ценности банка — командный дух, инновационное мышление, позитивный настрой, отличное качество — играют важную роль в реализации миссии банка. [2]

В течение 2022 года особое внимание уделялось вопросам продолжения углубления реформ в сфере банковского дела и финансов и расширения сферы банковских услуг, и данные реформы осуществлялись как продолжение предыдущих.

В течение 2022 года было продолжено развитие отношений с корпоративными клиентами Банка. Индивидуальный подход к корпоративным клиентам направлен на повышение эффективности и качества предоставляемых банковских услуг, своевременное решение проблем и вопросов, связанных с различными аспектами сотрудничества банка и клиента. Таким образом, банк занимает лидирующие позиции по обслуживанию корпоративных клиентов.

Значительный рост привлечения банком средств населения и корпоративных клиентов свидетельствует о возросшем доверии к банку и укрепляет его финансовое положение на рынке банковских услуг.

Основные финансовые показатели АТИБ "Ипотека Банк", в % в 2022 году по сравнению с 2021 годом.[3]



Из приведенной диаграммы видно, что на примере «Ипотечного банка» АТИБ Бухарской области финансовые показатели банка по сравнению с 2021 годом, а к 2022 году наблюдается рост всех показателей.

По состоянию на 1 января 2022 года жителей и клиентов обслуживают 12 мини-банков, 2 сберегательные кассы, 14 коммунальных и 2 специальных кассы, 15 отделений международных денежных переводов, 4 пункта обмена валют[4].

По состоянию на 01.01.2022 г. совокупные активы филиалов «Ипотечного банка» АТИБ Бухарской области увеличились на 18,6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Доля включенных в них активов, приносящих доход, составила 78%.

Доля неприбыльных активов увеличилась на 11% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В ходе оценки деятельности филиала «Ипотека Банк» АТИБ Бухарской области были выявлены следующие вопросы, которые ожидают решения:

- Отсутствие минибанков и отделений банка во всех районах области;

Банк имеет филиалы в Вобкенте, Бухарском и Гиждувонском районах, а также считается целесообразным открытие мини-банков, филиалов и филиалов банка в других филиалах области.

- количество пунктов обмена валюты банка в регионе невелико, а в праздничные дни они вообще не работают;

Увеличение количества пунктов обмена валюты филиалом «Ипотечный банк» АТИБ Бухарской области позволит, во-первых, увеличить количество клиентов, а во-вторых, увеличить доходы банка от валютных операций.

- Отсутствие рекламно-пропагандистской работы банка в СМИ;



Мы знаем, что реклама – это вид общения между людьми, при котором раскрывается информация о чем-либо, в основном о товаре или услуге.[5] Любая отрасль, независимо от того, какой деятельностью она занимается, доносит информацию о своих продуктах и услугах до членов общества с помощью услуг по продвижению (рекламе). Коммерческие банки не являются исключением. Поэтому считается целесообразным предоставление банками информации населению, предприятиям и организациям о действующих у них услугах, операциях, вновь открываемых мини-банках, филиалах, специальных кассах, инфокиосках, а также об акциях и новых банковских льготах и услугах, которые создаются.

● Недостаточная активность банка в организации PR-услуг и использовании PR.

Связи с общественностью — это стратегический процесс управления обнародованием и распространением информации об организации с целью поддержания репутации организации и ее брендов. Бухарскому областному филиалу АТИБ «Ипотека Банк» также следует воспользоваться услугами PR. PR-услуги помогают донести информацию о банке до населения с помощью различных средств, активно участвовать в различных общественно-культурных и государственных мероприятиях, поднять репутацию банка и повысить его активность в этой сфере. [6]

В связи с этим мы постарались внести следующие предложения в целях развития деятельности филиала «Ипотечный банк» АТИБ Бухарской области и эффективной организации поставленной перед собой миссии:

1. Запустите новые банковские карты с щедрыми бонусами, включая приветственные бонусы и кэшбэк за все покупки.

2. Технология блокчейн. Некоторые банки изучают возможность использования технологии блокчейн для повышения эффективности и безопасности финансовых транзакций. Например, банки могут использовать блокчейн для отслеживания и проверки движения денег между счетами или для облегчения трансграничных платежей.[7]

3. Цифровой банкинг. Многие банки инвестируют в цифровые платформы и приложения, которые позволяют клиентам получать доступ к своим счетам, оплачивать счета и проводить транзакции со смартфонов или других устройств. Это сделало банковские операции более удобными и удобными для многих, особенно во время пандемии COVID-19, когда личные посещения банковских отделений ограничены.

4. Искусственный интеллект (ИИ). Некоторые банки используют искусственный интеллект для улучшения обслуживания и поддержки клиентов. Например, чат-боты на основе ИИ могут обрабатывать простые запросы клиентов, освобождая представителей службы поддержки клиентов, чтобы сосредоточиться на более сложных проблемах. ИИ также можно использовать для анализа данных о клиентах и предоставления персонализированных финансовых рекомендаций. [8]



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. https://cbu.uz/uz/press_center/news/757943/
2. <https://www.ipotekabank.uz/uz/about/>
3. “Ipoteka bank” ATIB Buxoro viloyat filiali bergan ma'lumotlar asosida
4. “Ipoteka bank” ATIB Buxoro viloyat Sador filiali bergan ma'lumotlar asosida
5. <https://delovyelyudi.ru/uz/watch/ponyatie-reklamy-tipy-i-vidy-reklamy-vidy-reklamy-v/>
6. <https://uz.wikipedia.org/wiki/PR>
7. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Blokcheyn>
8. <https://money-gate.com/innovations-banking-sector-2020/>
9. https://cbu.uz/oz/press_center/reports/637717/