

BANKLAR TAKLIF QILAYOTGAN KENG KO'LAMLI XIZMATLAR

Olqarova Zarina Nosir qizi

Toshkent Moliya instituti talabasi

Ilmiy rahbar: Boyev Bekzod Jo'raxon o'g'li

Annotatsiya: *Hozirgi vaqtda iqtisodiyotda barqarorlik yo'qligi sababli moliyaviy vositalarning rentabelligi pasaymoqda. Bunday sharoitda banklarning maqsadi mijozlarga barqaror xizmat ko'rsatish, mijozlar bazasini kengaytirish va ustav kapitalini ko'paytirishdir. Shuning uchun ham ushbu maqolada aynan banklarda xizmat ko'rsatish sifatini oshirish haqida nazariy va amaliy fikrlar keltirilgan.*

Kalit so'zlar: *bank ishi, xizmat turlari, korporativ mijoz, chakana bozor, chakana xizmatlat bozori, marketing.*

KIRISH

Iste'molchi uchun raqobat doirasida va foyda olish uchun banklar keng ko'lamli xizmatlarni taklif qilmoqdalar. Bu iste'molchilarga o'z ehtiyojlari va imkoniyatlaridan kelib chiqib, ulardan foydalanish imkonini beradi. Ko'plab O'zbekiston fuqarolari kredit asosida yashaydilar va banklar bunday vaziyatdan unumli foydalanishga harakat qiladi. Hech bo'lmaganda bank xizmatlaridan foydalanishdan daromad olish va aldanmaslik uchun fuqaro xizmatlar, ularning qanday ishlashi va ularning aholi uchun ahamiyati haqida to'liq ma'lumotga ega bo'lishingiz kerak.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Chet el tajribasi shuni ko'rsatadiki, o'z mijozlariga yanada yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatadigan tijorat banklari, albatta, cheklangan xizmatlar turiga ega bo'lgan banklarga qaraganda ustunlikka ega. So'nggi paytlarda yirik tijorat banklari mijozlarga keng qamrovli xizmat ko'rsatishga o'tmoqda. Bu shuni anglatadiki, kredit hisob-kitob va kassa xizmatlaridan tashqari, banklar o'z mijozlariga boshqa xizmatlarning butun turini taqdim etadi.

Amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida bank tizimida xizmatlar ko'rsatishning bozor mexanizmlari joriy etilmoqda, ularning turlari kengaytirilmoqda, tadbirkorlar va aholi uchun moliyaviy ochiqlik oshib bormoqda [8].

Birinchidan, banklar mijozlar uchun hisob-kitob va buxgalteriya xizmatlarini to'liq o'z zimmlariga oladilar, ya'ni: amortizatsiya va pensiya hisoblarini yuritish, buxgalteriya operatsiyalari, soliqlarni hisoblash va to'lash, ish haqini hisoblash, omborlar zaxiralari dinamikasini kuzatish, sotish va operatsion xarajatlarni tahlil qilish, loyihalarni investitsiyalashtirish balansini tartibga solish. va kompaniyalar uchun konsolidatsiyalangan balanslar. Ikkinchidan, yirik kompaniyalar va banklar o'rtasidagi munosabatlarni rivojlantirishning muhim yo'nalishi - bu hujjatlarni saqlash mas'uliyatini ikkinchisiga o'tkazish va oxirgi yillarda hisob-kitob hujjatlari harakati to'g'risidagi ma'lumotlarni har kuni, haftalik va oylik qoldiqlarni ma'lumotlarni yetkazish.

Keng mijozlar bilan bank operatsiyalarini amalga oshirish bank tizimi rivojlangan dunyoning barcha mamlakatlarida zamonaviy bank faoliyatining muhim xususiyatidir.

Masalan, Buyuk Britaniyaning eng yirik tijorat banklari (kliring banklari) o'z mijozlariga xizmat ko'rsatish uchun 100 ga yaqin operatsiyalarni, AQShdagi tijorat banklari - 150 dan ortiq operatsiyalarni, Yaponiya banklari esa -300 ga yaqin turlarini amalga oshiradilar.

Zamonaviy sharoitda, transformatsion iqtisodiyoti bo'lgan Evropadagi bank xizmatlari bozorida chet el kapitali tomonidan boshqariladigan banklarning roli oshib bormoqda (ustav kapitalining 50% dan ko'prog'i norezidentlarga tegishli bo'lgan banklar).

Ba'zi tadqiqotchilar ushbu banklarning mavjudligi aholining umuman bank tizimiga bo'lgan munosabatiga qanday ta'sir qilishini baholashga harakat qilmoqdalar. Ular Markaziy va Sharqiy Evropadagi o'tish davridagi iqtisodiyotdagi tendentsiyalarni taqqoslaydilar.

Ko'pgina o'tish davri iqtisodiyoti mamlakatlarida, Vengriya va Polshadan tashqari, chet el kapitali banklarning asosiy qismini nazorat qiladi, shu jumladan iste'mol jamg'armalari va chakana bank muassasalari. Eng yirik chakana va jamg'arma banklari chet ellik strategik egalarga tegishli: Chexiya va Slovakiyada -Avstriya Erste, Xorvatiyada - Italiyaning UniCredito, Bolgariyada - Vengriya OTP, Litvada - Shved SEB, Estoniyada - Shved Swedbank, Sloveniyada - Belgiya KBC. O'z-o'zidan ishlab chiqilgan va dastlab katta korporativ mijozlarga yo'naltirilgan xorijiy banklar, kelajakda, qoida tariqasida, jismoniy shaxslarning mablag'lari bilan ishlay boshladilar. Binobarin, ushbu bozor segmentida chet elliklarning ishtirok etish darajasi, umuman, mamlakat bank sektoridagi ulushiga mos keladi.

Rivojlangan mamlakatlarda chakana bank bozori-bu yuqori raqobatbardosh bozor, bu narx bo'lmagan raqobat bo'lib, bunda jismoniy shaxslarga moliyaviy xizmatlar universal va ixtisoslashgan banklar, sug'urta kompaniyalari, investitsiya va pensiya jamg'armalari, kredit kooperativlari va boshqa tashkilotlar tomonidan ko'rsatiladi. Chakana bank bozorida kredit tashkilotlarining raqobatbardoshligiga hozirgi vaqtda ichki va tashqi omillar ta'sir ko'rsatmoqda.

Iste'molchilarning barcha yosh segmentlarining talabini qondirish katta investitsiya va operatsion xarajatlarni o'z ichiga oladi. Shu munosabat bilan, iste'molchilarni yosh tamoyiliga ko'ra emas, balki klasterli tahlil usulida segmentatsiya qilish maqsadga muvofiqligi haqida savol tug'iladi. Shunday qilib, kredit tashkilotlarini strategik joylashtirishda chakana bank xizmatlari va sotiladigan kanallarni tanlashda asosiy bo'ladigan iste'molchilar segmentini aniqlash kerak. Bu chakana banklarning raqobatbardoshligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, ularning talabining barcha xususiyatlarini hisobga olgan holda, banklarning iste'molchilarning alohida segmentlari bilan yanada samarali o'zaro ta'sirini yaratish imkonini beradi.

Bundan tashqari, chakana bank xizmatlarining xilma-xilligi va zamonaviy chakana banklar bozorining ko'p kanalli xususiyati, shuningdek, chakana banklarga har xil toifadagi shaxslarning talablari, chakana savdo iste'molchilari bilan o'zaro munosabatlarni tashkil qilishda, kredit tashkilotlari uchun bir qator jiddiy muammolarni keltirib chiqaradi.

Bugungi kungacha alohida banklar tuzilmasida operatsion samaradorlikni oshirish muammosini hal qilish uchun chakana bank xizmatlarini ishlab chiqarish va sotish bo'yicha bo'linmalar faoliyatini ixtisoslashtirish amalga oshirildi.

G'arb tahlilchilari, shuningdek, chakana bank xizmatlarini ishlab chiqish va ishlab chiqarish, ularni sotish va operatsiyalari bo'yicha banklarning bozor ixtisoslashuvini ajratib ko'rsatib, chakana bank bozorida kredit tashkilotlari faoliyatini o'zgartirishni taklif qiladilar.

Kredit tashkilotlari mijozlar uchun qulay bo'lgan kichik filiallarni ochishni boshladilar: chakana savdo tarmoqlarida, hordiq chiqarish markazlarida, mijozlarning ish joylari yaqinidagi ofis binolarida. Avtomatlashtirilgan o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi qurilmalar (ko'p funktsiyali bankomatlar, to'lov terminallari va boshqalar) ham ko'paygan.

Xorijiy tahlilchilarning prognozlariga ko'ra, mobil va Internet-bankingning jadal rivojlanishi, Internet orqali chakana bank xizmatlari savdosi, onlayn tranzaksiyalar tufayli, o'rta muddatli istiqbolda turli masofali kanallar orqali sotiladigan chakana bank xizmatlarining ulushi 60 % ga yetadi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Yosh guruhdagi shaxslar bilan munosabatlarni o'rnatish uchun banklar ular bilan o'zaro munosabatlarni tashkil qilishda yangicha yondashuvga muhtoj. Yosh mijozlar banklar bilan ular o'rgangan vositalar (mobil qurilmalar, video va ijtimoiy tarmoqlar va boshqalar) orqali muloqot qilishni xohlaydilar, ular chakana bank xizmatlarini ko'rsatish va sotishda ushbu texnologiyalardan foydalanadigan chakana banklar bilan o'zaro aloqada bo'lishga tayyor. Bundan tashqari, banklar bilan o'zaro aloqada mobil bankingdan foydalanmaydigan mijozlar soni doimiy ravishda kamayib bormoqda.

Moliyaviy xizmatlar bozorining rivojlanishi bilan bog'liq ravishda, banklar mijozlar talabining oshishi, foydaning kamayishi, xarajatlarning oshishi va yangi texnologiyalarga rioya qilish zarurati kabi muammolarga tobora ko'proq duch kelmoqdalar. Shu munosabat bilan, banklar sonining ko'payishi CRM tizimlarini joriy etish yoki rivojlantirish bo'yicha loyihalarni ishga tushirmoqda, bugungi kunda eng keng tarqalgani Microsoft Dynamics CRM hisoblanadi. Qoidaga ko'ra, CRM sizga ikkita asosiy vazifani hal qilishga imkon beradi - yangi mijozlarni jalb qilish va mavjudlarini saqlab qolish, ular uchun operatsion va tahliliy CRM ishlatiladi.

Mijozlarning biznes yo'nalishi banklar tomonidan rivojlanish strategiyasi va dasturlarida e'lon qilingan asosiy qoidalardan biriga aylandi. Bu yerda bankda front-ofis tizimi mijozlar bilan ishlashni yanada samarali tashkil etish uchun qanchalik tez va samarali ishlashi juda muhim.

Rivojlangan mamlakatlar banklarining jismoniy shaxslarga xizmat ko'rsatish bo'yicha faoliyatini o'rganish quyidagi xususiyatlarni ajratib ko'rsatish imkonini berdi.

1. Chakana banklar bozori yana istiqbolli faoliyat sohasi sifatida qaraladi.

2. Jismoniy shaxslar uchun banklar har xil turdagi joriy va jamg'arma hisoblari, iste'mol kreditlari, uy ipotekasi, to'lov va kredit kartalari, masofaviy bank, moliyaviy rejalashtirish va konsalting, mulkni boshqarish va boshqalarni o'z ichiga olgan keng turdagi mahsulot va xizmatlarni taklif qiladi.

3. Xizmatlarning qadoqlanishi faol ishlatiladi. Shunday qilib, joriy hisobni ochishda bank kartasi va masofaviy xizmat taklif etiladi. Xizmat paketlariga sug'urta polisi kabi bank bo'lmagan xizmatlar ham kiradi. Banklar ijtimoiy farqlash tamoyiliga asoslangan

xizmat paketlarini shakllantira boshladilar. Banklar yoshlarga (maktab o'quvchilari, talabalar, yosh oilalar), keksalar va badavlat mijozlarga qiziqish bildirmoqda.

4. Banklar konsentratsiyali marketingga o'tdilar. Borgan sari kichikroq mijozlar guruhlari segmentlar sifatida aniqlanadi. Banklar sportchilar, o'qituvchilar, o'qituvchilar, shifokorlar uchun alohida shartlar bilan xizmatlarni taklif qilishadi.

5. Banklar mijozlarni o'z faoliyatiga jalb qilish va ushlab turish dasturlaridan tobora ko'proq foydalanmoqda. Bu turli bonusli dasturlar, mijozlar klublarini tashkil qilish va boshqalar.

6. Zamonaviy axborot texnologiyalari va Internetdan foydalanish. Internetda siz nafaqat taklif qilinayotgan xizmatlar haqida ma'lumot olishingiz, balki hisobdan to'lovlarni amalga oshirishingiz, kredit olish uchun ariza to'ldirishingiz mumkin. Banklar ko'p kanalli marketing modellaridan tobora ko'proq foydalanmoqdalar.

O'zbekistonning chakana xizmatlari bozorining asosiy segmentlarini tahlil qilish asosida biz taklif qilingan bank mahsulotlarining juda cheklangan va tipik (ayniqsa depozitlarga nisbatan) ro'yxati kabi xususiyatlarni qayd etdik; aholining bank xizmatlari to'g'risida xabardorligi pastligi va ulardan ko'pchilikda foydalanish tajribasining yo'qligi; chakana xizmatlar bozorida raqobatning kuchayishi, bu bank xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, banklardan aloqa siyosatiga e'tibor qaratish, xizmatlar sifatini yaxshilash va kompleks xizmatlarni rivojlantirishni talab qiladi.

Buni hisobga olgan holda, davlat banklari uchun, bizning fikrimizcha, quyidagi sohalarda xorijiy tajribadan foydalanish ayniqsa muhim bo'ladi:

- xizmatlar ko'lamini kengaytirish, shu jumladan pul bozori hisoblarini, imtiyozli uy - joy ssudasini olish imkoniyati bilan maqsadli jamg'arma depozitlarini, foizlarni hisoblash uchun kredit kartalarini chiqarish, xizmatlarni birlashtirish;

- mijozlarning oilaviy hayot aylanishi yoki strategik segmentatsiyasi asosida segmentatsiyasi;

- xizmatlarning joylashuvi;

- mijozlarni jalb qilish va ushlab turish dasturlarini shakllantirish;

- xizmatlarni sotishning ko'p kanalli modellaridan foydalanish.

O'zbekiston sharoitida xorijiy tajribadan foydalanish bir qator muammolar bilan bog'liq:

- qonunchilikning o'ziga xos xususiyatlari va uning etarli darajada ishlab chiqilmaganligi;

- ba'zi xorijiy terminlarning noto'g'ri tarjimai, bu ularning rus sharoitiga moslashishini murakkablashtiradi;

- bank xizmatlari bozori uchun zarur infratuzilmaning yo'qligi (masalan, O'zbekistonda kredit byurolari endigina shakllanmoqda);

- iqtisodiy sharoitlar (hozirgi vaqtda uzoq muddatli jamg'armalar foyda keltirmaydi va davlat banklari amaliyotida uzoq muddatli jamg'arma depozitlari yo'q, masalan, chet elda aholiga keng taklif qilinadigan 10 yil davomida).

XULOSA

Mavjud qiyinchiliklarga qaramay, davlat banklari, birinchi navbatda, kredit mahsulotlari va bank kartalari bilan bog'liq xorijiy tajribani faol qabul qilmoqdalar.

Chakana bank xizmatlarining xususiy bozori shakllanish bosqichida, lekin u shu jumladan zamonaviy texnologiyalar va tajribaga ega xorijiy banklar tomonidan allaqachon raqobatbardosh bosimni boshdan kechirmoqda. Bozorning to'yinganligi va raqobatning kuchayishi raqobatning narx usullarining ahamiyatini pasayishiga olib keladi. Bundan tashqari, xorijiy tajribadan ko'rinib turibdiki, banklar marketing strategiyasining samaradorligini oshirishi kerak, uning asosiy elementi mahsulot strategiyasi hisoblanadi.

REFERENCES:

1. "XIZMATLARI OMMABOPLIGINI OSHIRISH BO'YICHA QO'SHIMCHA CHORA-TADBIRLAR TO'G'RISIDA"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3620 23.03.2018 sonli qarori
2. "2020 — 2025-YILLARGA MO'LJALLANGAN O'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING BANK TIZIMINI ISLOH QILISH STRATEGIYASI TO'G'RISIDA"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5992 12.05.2020 sonli farmoni
3. Белозеров, С.А. Банковское дело: Учебник / С.А. Белозеров, О. В. Мотовилов. - М.: Проспект, 2015.- 408 с.
Academic Research in Educational Sciences VOLUME 2 | ISSUE 10 | 2021
ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723 Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-10-901-907
4. Голайдо, И.М. Современные технологии реализации банковских продуктов / И.М. Голайдо // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. - 2017. - № 6. - С. 24-28.
5. Горбунова О.А., Кравченко О.В. Стратегические направления деятельности коммерческого банка на рынке розничных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. - 2019. - № 2. - С. 56-66
6. Зайнуллина С.Ф., Ахатова А.Р., Жданова А.Х. Банковское обслуживание физических лиц // Актуальные научные исследования в современном мире. -2019. - № 4-8 (48). - С. 62-67.
7. Зайченко И.А., Уткин В. Методика повышения конкурентоспособности банков в сегменте розничных банковских услуг // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. - 2017. - № 4 (24). - С. 57-61.
8. <https://lex.uz/docs/-3593541>
9. <https://mamipizza.ru/uz/dengi-i-gosudarstvo/tehnologii-bankovskogo-obsluzhivaniya-krupnh-korporativnyh.html>
10. <https://review.uz/uz/post/bank-faoliyatiga-mijozlarga-xizmat-korsatish-sifatiga-qarab-baho-beriladi>
11. <https://trustbank.uz/uz/press-center/news/press-oz-1201/>
12. <https://uza.uz/oz/posts/mijozlarga-sifatli-xizmat-ko-rsatish-ustuvor-vazifa>