



Namangan davlat universiteti Iqtisodiyot fakulteti Iqtisodiyot yo'nalishi 3-bosqich talabasi Anvarjonov Jamshidbek

ZAMONAVIY BANK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI

Annotatsiya

Maqolada zamonaviy bank operatsiyalari, uning iqtisodiyotda tutgan o'рни, aholi va tadbirkorlik sub'ektlariga taklif qilinayotgan zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan "internet banking", "smsbanking" va "mobil-banking" kabi qulay masofaviy bank xizmatlari turlarini kengaytirish borasidagi fikrlar keltirilgan. Shuningdek, korxona va tashkilotlar uchun bank hisobvaraqlarini masofadan boshqarish tizimlariga hamda bunday xizmatlar ommabopligini sezilarli darajada oshirishga ham e'tibor qaratilgan.

Kalit so'zlar: Masofaviy bank xizmatlar, "internet banking", "smsbanking" va "mobil-banking", plastik kartochkalar, transaksiyalar.

Аннотация

В статье представлены взгляды на современные банковские операции, их роль в экономике, расширение таких видов удобных дистанционных банковских услуг, как "Интернет-банкинг", "smsbank" и "мобильный банкинг", основанных на современных информационно-коммуникационных технологиях, предлагаемых населению и субъектам предпринимательства. Также уделяется внимание системам дистанционного управления банковскими счетами для предприятий и организаций, а также значительному росту популярности таких сервисов.

Ключевые слова: дистанционные банковские услуги, интернет-банк, SMS-банкинг, мобильный банкинг, пластиковые карты, транзакции.

Abstract

The article presents views on modern banking operations, their role in the economy, the expansion of such types of convenient remote banking services as "Internet Banking", "smsbank" and "mobile banking" based on modern information and communication technologies offered to the population and business entities. Attention is also paid to remote control systems of bank accounts for enterprises and organizations, as well as a significant increase in the popularity of such services.

Keywords: remote banking services, Internet banking, SMS banking, mobile banking, plastic cards, transactions.



Tijorat banklarining bozorda barqaror mavqeni egallab turishi, eng avvalo ularning raqobatbardoshligiga, belgilangan strategiyasiga shuningdek, mijozlar bilan aloqalarni qay tarzda ornate olganligiga ko'p jihatdan bog'liqdir. Global COVID-19 pandemiyasi sharoitida bank xizmatlaridan foydalanishning onlayn shakllarini iste'molchilar tomonidan tezkor o'zlashtirilishi, banklarda mijozlar bilan ishlash jarayonlarida samarali innovatsion yechimlarni tezkor ravishda joriy etish vazifasini qo'ydi. 2020 yilning qariyb 6 oyi davomida bank mijozlarining qariyb 85 foizi onlayn bank xizmatlaridan foydalanishi, iste'molchilarda moslashuvchanlikni ta'minladi va bank xizmatlari bozoridagi raqobatni yanada keskinlashtirish natijasida tijorat banklari raqobatbardoshligini mijozga yo'naltirilgan marketing strategiyalari asosida oshirishni taqazo etadi.

Jahon amaliyotida bank xizmatlari sohasida iste'molchilar bilan munosabatlarni boshqarish va mijozlar bilan ishlash borasida yangicha yondashuvlarni ishlab chiqish dolzarb muammoga aylangan. Jahon moliya bozoriga kirib kelayotgan yangi startaplar va nobank institutlarning ko'payib borishi a'naviy bank xizmatlarini taqdim etuvchilar uchun yangi mijozlarni jalb qilish va mavjud mijozlarni saqlab qolishga qaratilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqishni yanada dolzarblashtirib bormoqda.

Ayni paytda, bank xizmatlarini rivojlantirish asosida tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirish va zamonaviy bank xizmat turlarini joriy etish borasida bir qator tadbirlar amalga oshirilgan. Bank tizimini modernizatsiyalash – banklarning barqarorligi va likvidliligi o'sish sur'atlarini ta'minlashning asosiy sharti sifatida raqobatli bozor sharoitida mijozga yo'naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish lozim. Ushbu holatlar tijorat banklarida mijozlar bilan munosabatlar holati baholash usullarini ishlab chiqishni dolzarblashtiradi.

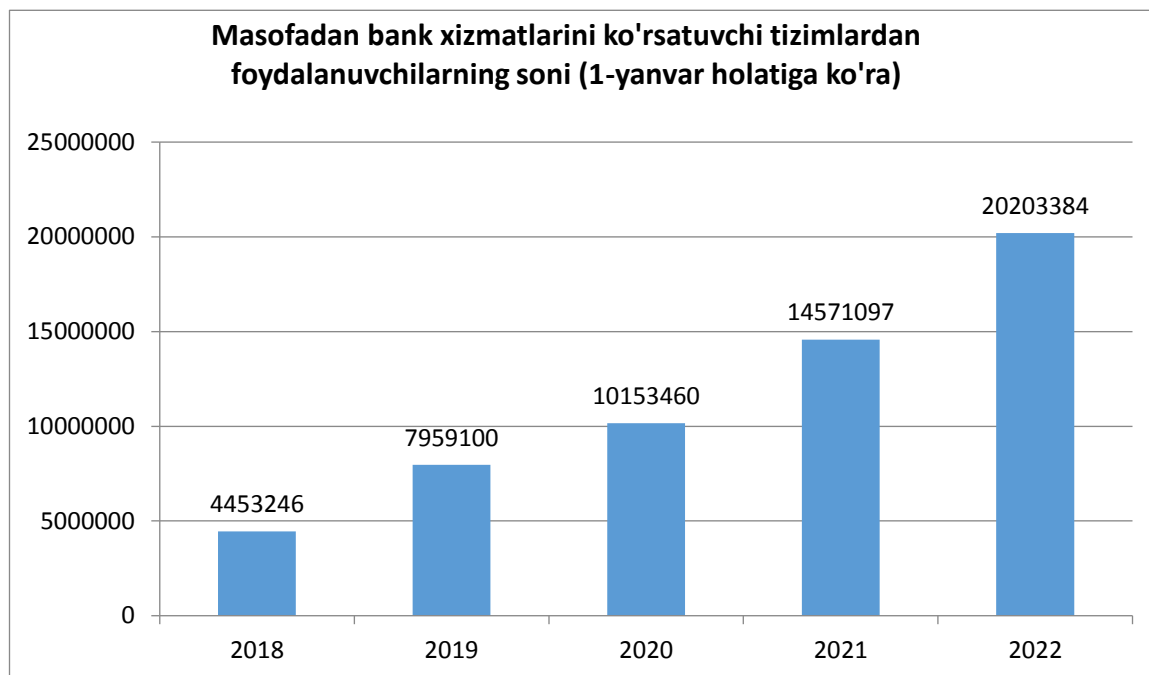
Tijorat banklarining faoliyatini shartli tarzda quyidagi to'rtta muhim vazifaga yo'naltiriladi: mijozlarni jalb etish, ularni saqlab qolish, rivojlantirish (o'stirish) va mijozlarning ishchanligini oshirish. Bunda, mijozlar bilan ishlash tizimida uni jalb etish birinchi o'rinda turadi. Buning uchun esa banklar raqobatbardosh bo'lishi va innovatsion marketing kontseptsiyasidan samarali foydalanishlari zarar. Piter Druker ta'kidlashicha, yangi mijozlarni jalb etish u bilan bog'liq faoliyatni rivojlantirish va shu asnoda bank faoliyatini yaxshilash zaruriyatidan kelib chiqadi. Binobarin, banklarni jalb qilinadigan



mablag' hajmi bilan birgalikda yangi mijozga bank xizmati va mahsulotini sotishdan keladigan naf ham qiziqtiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.M. Mirziyoev mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi mahruzasida: "Biz, avvalo, iqtisodiyotni isloh qilish va erkinlashtirish borasidagi ishlarimizni yanada chuqurlashtirish, uning soha va tarmoqlarini tarkibiy jihatdan o'zgartirish bo'yicha boshlangan ishlarni jadallashtirishimiz kerak. Tarmoqlar va hududlarni modernizatsiya qilish, ularning raqobatdoshlik darajasini oshirish, eksport salohiyatini rivojlantirish masalalari doimiy ehtiborimiz markazida bo'lishi lozim",

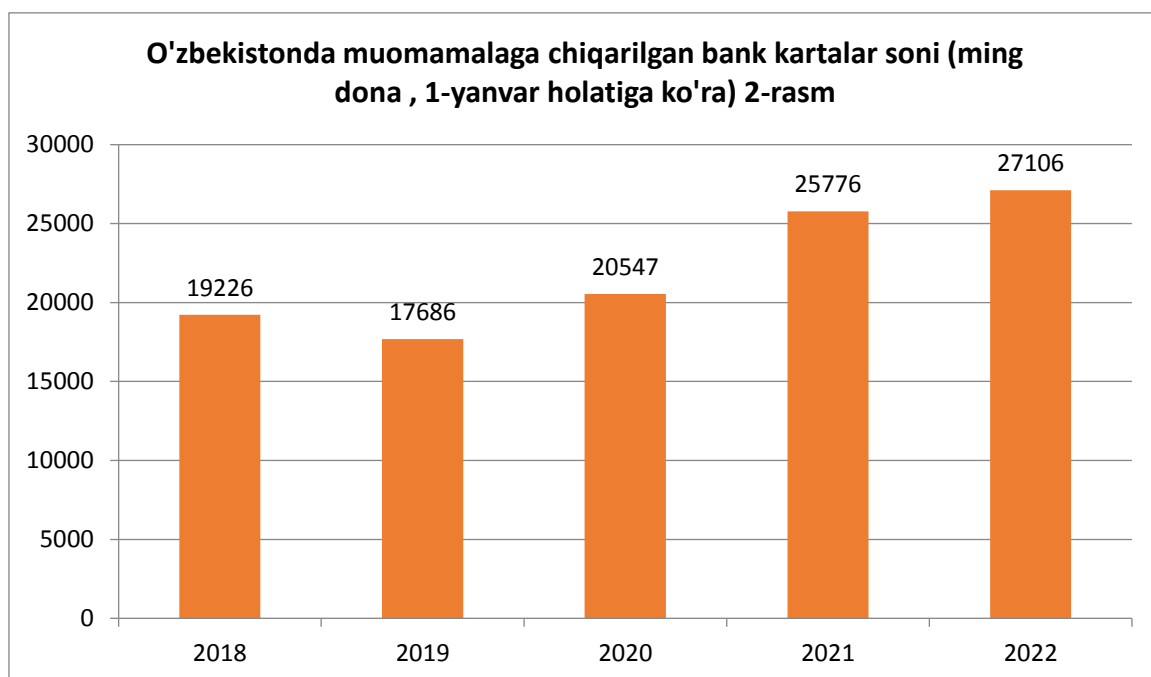
Globalashuv tijorat banklaridan tomonidan yuqori sifat va tezkorlik bilan amalga oshiriladigan samaradorlik ko'rsatkichlari yuqori baholanadigan xizmat turlarini joriy qilishni taqozo etadi. Banklarning mijozlar bilan o'zaro maqsadli aloqalari muhim ahamiyat kasb etadi. Statistik mahlumotlarga nazar tashlasak, mamlakatimizda bank hisobvaraqlarini masofadan boshqarish tizimining qo'llanish doirasi kengayib, tadbirkorlar o'rtasida keng ommalashib, 2017 yil 1 yanvar holatiga ko'ra, bank hisobvaraqlarini masofadan boshqarish tizimlaridan foydalanuvchilarning jami soni 2016 yilning boshiga nisbatan qariyb 2 barobarga oshib, 2 042 mingtaga yetdi. SHu jumladan, «Internetbanking» va «Bank-mijoz» dasturiy majmuasi xizmatlaridan foydalanuvchilar soni 135,6 mingtadan ortgan bo'lsa, «Mobilg'-banking» va «SMS-banking» xizmatlaridan foydalanuvchilar soni esa 1 906,5 mingtani tashkil etdi [8]. Bu shundan dalolat bo'ladiki, bankning mijozlar bilan o'zaro aloqalarini rivojlantirishda zamonaviy xizmat turlarining amaliyotga joriy etilgani yanada takomillashib borayotganini bildiradi.



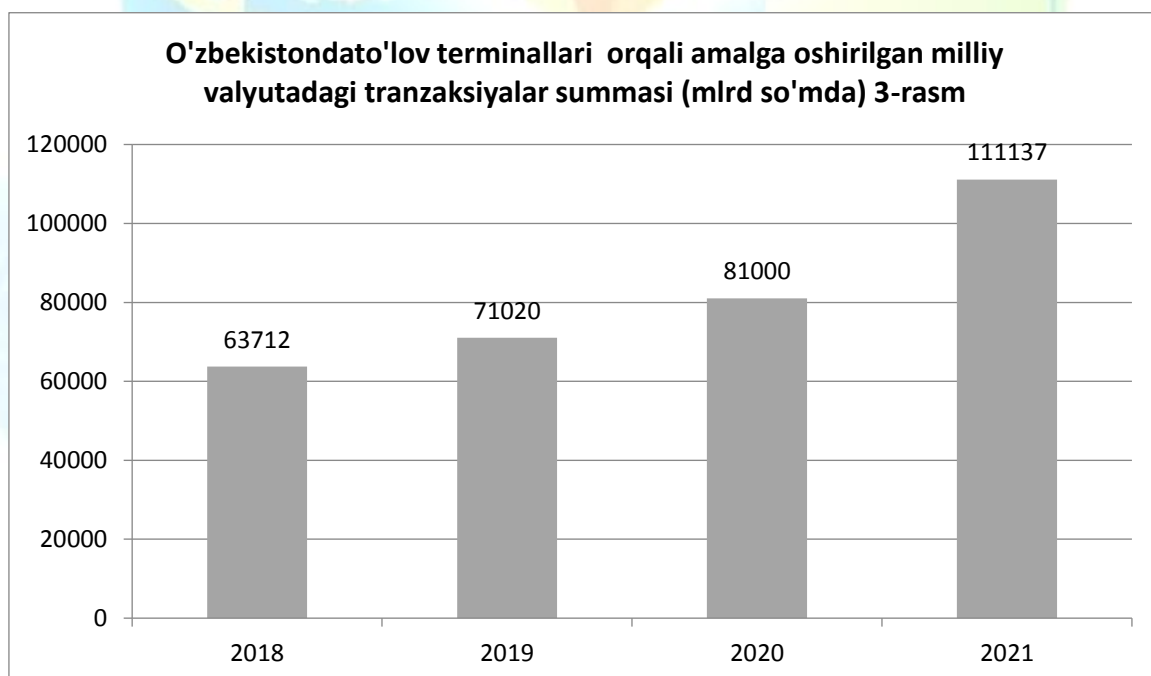
1-rasm. Masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlardan foydalanuvchilarning soni (2023 yil 1-yanvar holatiga ko'ra)

1-rasmda masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlardan foydalanuvchilar soni 2018-2022 yillar holati o'rganilgan bo'lib, bu ko'rsatkich 2018-yilda 4453246 kishi bo'lgan bo'lsa, 2022-yil 1-yanvar holatiga ko'ra esa, 4.5 barobar ko'pni 2018 y. 2019 y. 2020 y. 2021 y. 2022 y. 4453246 , 7959100 , 10153460 , 14571097 , 20203384 kishini tashkil qilmoqda. Ko'rinib turibdiki ushbu tizimlardan foydalanish talabi juda ham ortib bormoqda.

Bugungi kunda aholi tijorat banklarining mobil ilova dasturlari orqali real vaqt rejimida kartadan kartaga pul o'tkazish (P2P) operatsiyalarini bajarish, soliq, byudjet, kommunal va boshqa to'lovlarni amalga oshirish, mikroqarz olish va kreditlarni so'ndirish, onlayn omonatlarni rasmiylashtirish, depozit hamda ssuda (kredit) hisobvaraqlarini masofadan ochish, xalqaro bank karta hisobvarag'idan to'lovlarni amalga oshirish, onlayn konversiya operatsiyalarini amalga oshirish va boshqa masofaviy bank xizmatlaridan keng foydalanmoqda.



2-rasmda 2018-2022-yillarda tijorat banklari tomonidan plastik kartochkalarni muomalaga chiqarilish holati tahlil qilingan bo'lib, 2018- yilning boshida muomalaga chiqarilgan plastik kartochkalar soni 19226 dona bo'lgan bo'lsa, ularning soni 2022 yilning 1-yanvar holatida esa 27106 donani tashkil qilmoqda.

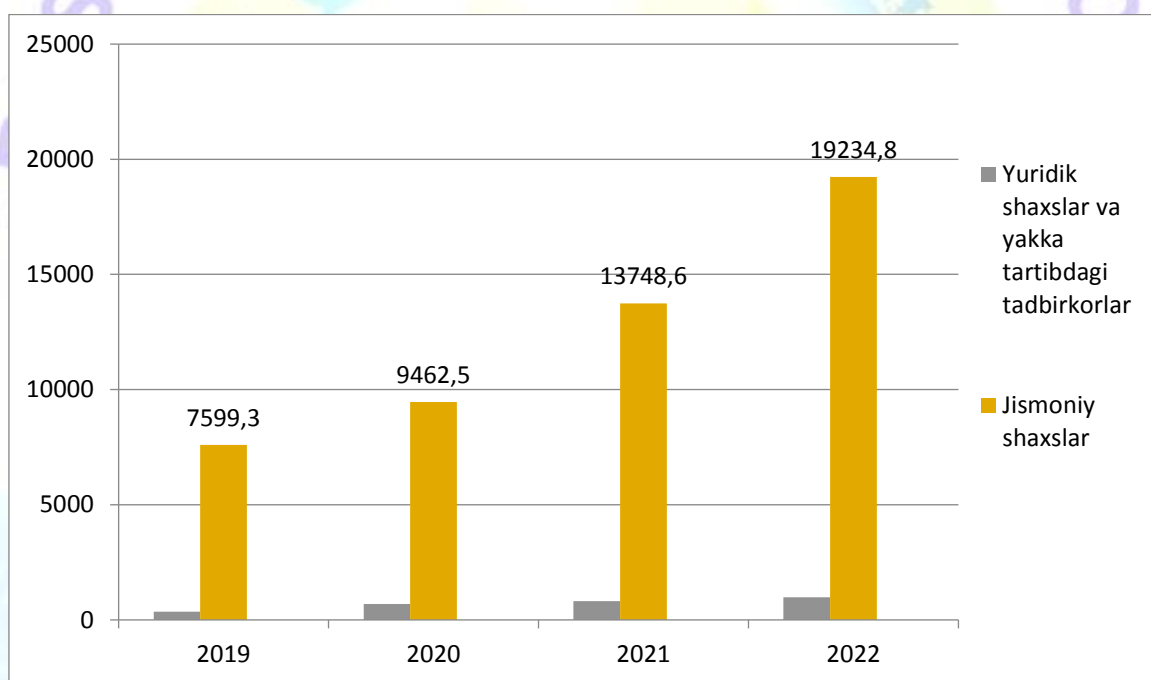


3-rasmga ko'ra 2021-yilda plastik kartochkalar orqali amalga oshirilgan transaksiyalar hajmi 111137 mlrd. so'mni tashkil etdi. O'z navbatida, korxona va tashkilotlar uchun bank hisobvaraqlarini masofadan boshqarish tizimlari orqali real vaqt



rejimida bank hisobvaraqlaridagi mablag'larni tasarruf etish va to'lovlarni amalga oshirish, valyuta mablag'lari sotib olish (konvertatsiya) uchun buyurtmanomani elektron shaklda xizmat ko'rsatuvchi bankka yuborish, oylik ish haqi va unga tenglashtirilgan to'lovlarni o'tkazish uchun electron qaydnomani bankka uzatish va boshqa xizmatlardan foydalanish bo'yicha imkoniyatlar yaratildi. Mamlakatimiz bank tizimida amalga oshirilayotgan islohotlarning asosiy yo'nalishlari bank xizmatlari bozorida erkin raqobat muhitini ta'minlashga qaratilmoqda va asosiy e'tibor xorijiy bank filiallarini respublikamizda tashkil etishga qaratilmoqda.

Masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlardan foydalanuvchilarning soni (turlari bo'yicha, ming) 2023-yil 1-yanvar holatiga ko'ra (4-rasm).



4-rasmda masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlardan foydalanuvchilarning turlari bo'yicha 2019-2022 yillar holati o'rganilgan bo'lib, bu ko'rsatkich 2019-yilda 359800 yuridik shaxslar hamda 7599300 jismoniy shaxslar foydalangan bo'lsa, 2022-yil 1-yanvar holatiga ko'ra bu ko'rsatkich 968900 yuridik shaxs hamda 19234800 jismoniy shaxsni tashkil qilmoqda. Bundan xulosa qilsak bo'ladiki, ushbu tizimlardan foydalanish talabi juda ham ortib bormoqda.



Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda tijorat banklarida mijozlar bilan Yuridik shaxsdar va yakka tartibdagi tadbirkorlar Jismoniy shaxslar ishlash bo'limining boshqaruv mexanizmi quyidagicha bloklarda o'z aksini topgan:

1) Mijoz to'g'risida ma'lumot, quyidagilarni aniqlashni o'z ichiga oladi: mijozning asosiy xususiyat va ko'rsatkichlari; biznesning tuzilishi; mijozlarni rivojlantirish yo'nalishlari; mijozning fikr-mulohazalari; mijoz biznesining xayotiylik davri; mijozlarning boshqa banklar bilan munosabatlari tarixi.

2) Qo'shimcha mezonlar bo'yicha mijozlarning yuqori darajada ixtisoslashgan guruhlashga yo'naltirilgan segmentatsiyasi, masalan: mijozlar hajmi; sohaga aloqadorligi; mijozning joriy daromadlari; mijoz va bank uchun ustuvorlik.

3) Xizmat ko'rsatish modeli: mijozlar menejerlari va mahsulot mutaxassislari vakolatlari tizimi; xizmat ko'rsatish sifatini oshirish tizimi.

4) Jarayonlar va mahsulotlar: sohaga bog'liq ravishda turli xil mijozlar uchun integral mahsulot yechimlarini ishlab chiqish; mijozlarga xizmat ko'rsatishning ochiq, sodda va ishonchli jarayoni; o'zaro ta'sir qilishning qulaykanallari.

5) Munosabatlar madaniyati quyidagilarda namoyon bo'ladi: xodimlarning mentalitetidagi o'zgarishlar, ya'ni mijozlar xulq-atvori; xodimlarning malakasi va motivatsiyasi darajasi; kadrlar tayyorlash va malakasini oshirish dasturi.

Xulosa va takliflar

1. O'zbekiston Respublikasining tijorat banklarining amaldagi moliyaviy xizmatlari yillar davomida kengayib borayotganligi bilan bir qatorda xalqaro me'yorlarga muvofiqligini ta'minlash asosiy muammo sifatida saqlanib qolmoqda. Rivojlangan tijorat banklarining rivojlanish jarayonlarida asosiy birlamchi o'rinni bank reklamasi, ko'rsatilayotgan moliyaviy va boshqa turdagi bank xizmatlari egallangan bo'lib, bank mijozlari xohishlarini bajarish davomida yangi bank xizmatlarini yaratish, yangi bank xizmatlarini joriy etish borasida g'oyalarni shakllantirishga yetarlicha e'tibor qaratishi talab etilmoqda.

2. Respublikamiz tijorat banklarida bir qator zamonaviy bank xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlari keng bo'la turib, mijozning mablag'larini boshqarish, ularni xalqaro bozorlarda joylashtirish amaliyoti yetarlicha rivojlanmagan. Shuningdek, bank mijozi va



uning holatini tahlil qilish asosida unda tug'ilgan ixtiyoriy masalalar bo'yicha maksimal ko'mak berish amaliyotini kiritish yangi moliyaviy bank xizmatlari yaratilishiga asos sifatida xizmat qiladi.

3. O'zbekiston Respublikasi tijorat banklarida mijozlar bilan munosabatlarni samarali tashkil etish orqali quyidagi muammolarini hal etish mumkin:

- banklarda xizmat ko'rsatish sifati va ularning raqobatbardoshligini oshirishga erishiladi, masofaviy bank xizmati orqali vaqt cheklovi olib tashlanadi, ya'ni mijoz o'z hisobraqamini haftasiga yetti kun, kuniga yigirma to'rt soat davomida boshqarish imkoniga ega bo'linadi;

- zamonaviy interaktiv xizmat turlarida vaqt cheklovidan tashqari, mijozning geografik holatiga ham e'tibor berilmaydi. Bank mijozi, dunyoning istalgan nuqtasidan o'z tranzaktsiyalarini o'tkazishi uchun imkoniyatlar yaratilib, tranzaktsiyalar qisqarishi hisobiga raqobatbardoshlik oshadi;

- yangi bank mahsulotlarini yaratish, amaliyotga tatbiq etish yoki mavjud moliyaviy xizmatlarni masofaviy aloqa vositalari bilan uyg'unlashtirish va o'zaro integratsiyasini oshirish orqali banklararo raqobat sharoitida bankning raqobatbardoshlik ko'rsatkichi oshishi;

- filiallarni boshqarish bilan bog'liq xarajatlarni qisqartirish orqali bank operatsiyalari tannarxi kamayishi.

4. O'zbekiston Respublikasi tijorat banklarida iste'molchilarning bank xizmatlaridan qoniqishini aniqlash orqali yangi xizmat turlarini joriy etish va istiqbolini belgilash tavsiya etiladi. Ushbu amaliyotdan samarali foydalanish orqali «bank mijoz uchun» tamoyilini asosiy mezon sifatida o'rganish va uni amalda qo'llash imkoniyatlarini yaratib iste'molchilarga mos yangi xizmat turlarini amaliyotga kiritishni rag'batlantiradi.

5. Zamonaviy tijorat banklarida jahon tajribasini o'rgangan holda moliyaviy vositachilik funksiyasini kuchaytirish bilan birga bank balansidan tashqari faoliyatini ham kengaytirish, faoliyatni diversifikatsiyalash maqsadga muvofiq.

6. Tijorat banklari amaliyotida mijozlarga bank xizmatlari ko'rsatish



sohasida «raqamli» banklar va chakana xizmatlar ko'rsatishga ixtisoslashgan bank bo'linmalarini tashkil etish uchun innovatsion bank texnologiyalarini joriy etish, masofadan turib bank xizmatlarini ko'rsatish, to'lov tizimini yanada rivojlantirishni faollashtirish lozim.

7. Moliyaviy xizmatlarning majburiy talablarga mosligini tekshiruvlar

o'tkazish yo'li bilan bank xizmatlari iste'molchilarining huquqlari va qonuniy manfaatlari himoya qilinishini ta'minlash, aholi va tadbirkorlik sub'ektlari uchun moliyaviy qulayliklar va ularning moliyaviy savodxonlik darajasini oshirishga alohida e'tibor qaratish zarur.

8. Bankning samarali mahsulot siyosatini amalga oshirish qobiliyati ko'p

jihtadan bank texnologiyalarini mijozlar segmentlari uchun universallashtirish darajasiga bog'liq. Bank mahsulotlarini universallashtirish va bank

mahsulotlarini tabaqalashtirish bo'yicha aniq marketing normalarini ishlab chiqish, ya'ni maksimal texnologik standartlashtirishga intilishga nisbatan mijozlar bilan identifikatsiyalash asosida ishlash maqsadga muvofiq.

9. Masofadan bank xizmatlarini ko'rsatuvchi tizimlarda milliy valyutada

ham, xorij valyutasida ham muddatli omonatlar ochish va ularni yuritishni joriy etish lozim. Bunday xizmat bank mijozlariga hisobvaraqdagi vaqtincha bo'sh turgan mablag'larni tezkor ravishda investitsiyalashgina emas, balki kapitalning o'sish jarayonini kuzatish imkonini ham oshiradi.

Taklif etilayotgan chora-tadbirlar tijorat banklariga mijozlar siyosatini optimallashtirish, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, yangi iste'molchilarni jalb etish va banklarning hududiy bo'linmalarida bankxizmatlari samaradorligi oshirish va raqobat ustunliklarini ta'minlash imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-sonli farmoni. 2022 — 2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida//O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami. –Toshkent, 2022.- 4-b.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 12 maydagi PF-5992-sonli farmoni. 2020-2025 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasining bank tizimini



isloh qilish strategiyasi to'g'risida //O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami. – Toshkent, 2020. – № 6 (766). – 32-b.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, 2020 yil 29 dekabr <https://prezident.uz/uz/lists/view/4057>

4. Сирожиддинов К. И., Хужахонов М. Х. Финансовое оздоровление предприятий при поддержке коммерческих банков //Молодой ученый. – 2014. – №. 6. – С. 488-489

