

BANKLARDA MARKETINGDAN FOYDALANIB YANGI AVLOD BANK XIZMATLARINI KO'RSATISH

A.A. Azlarova

TDIU Bank ishi kafedrası i.f.n., professori

Annotatsiya

Maqolada O'zbekistonda banklarda marketingdan foydalanib yangi avlod bank xizmatlarini ko'rsatishni o'rganish hamda bank xizmatlarini ommabopligini oshirish yo'nalishlarini takomillashtirish masalalarining zarurati asoslab berilgan. Olib borilgan tadqiqotlar asosida banklarda marketingdan foydalanib yangi avlod bank xizmatlarini ko'rsatish bilan bog'liq muammolar aniqlangan va ularni bartaraf etish yo'llari bo'yicha amaliy taklif va ilmiy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: bank, yangi avlod bank xizmatlari, raqamli transformatsiya, marketing, bank marketingi, marketing tadqiqotlari, mobil banking, internet banking, marketing konsepsiyasi, ommaboplik.

Аннотация

Аннотация. В статье обоснована необходимость изучения банковского обслуживания нового поколения с использованием маркетинга в банках Узбекистана, а также совершенствования направлений повышения популярности банковских услуг. На основе проведенных исследований выявлены проблемы, связанные с предоставлением банковских услуг нового поколения с использованием маркетинга в банках, разработаны практические предложения и научные рекомендации по путям их преодоления.

Ключевые слова: банкинг, банковские услуги нового поколения, цифровая трансформация, маркетинг, банковский маркетинг, Маркетинговые исследования, мобильный банкинг, интернет-банкинг, маркетинговая концепция, популярность.

Abstract

The article substantiates the need to study the new generation of banking services using marketing in banks of Uzbekistan, as well as to improve the ways to increase the popularity of banking services. Based on the conducted research, the problems associated with the provision of new generation banking services using marketing in banks have been identified, and practical suggestions and scientific recommendations have been developed to overcome these problems.

Keywords: banking, new generation banking services, digital transformation, marketing, banking marketing, marketing research, mobile banking, internet banking, marketing concept, popularity.

O'zbekiston bank xizmatlari bozorida bank mahsulotlari va xizmatlarini yaxshilashga, jamiyat manfaatlarini to'liq qamrab oladigan yangi avlod bank xizmatlarini joriy etish ommalashgan. Ammo kredit munosabatlarining rivojlanishi bilan banklarning zimmasidagi majburiyatlar ham ko'payib boradi, mijozlarning talab va istaklari, bank xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlari ham ortib boradi.

2025-yil 1-oktyabr holatiga ko'ra, respublikada faoliyat yuritayotgan tijorat

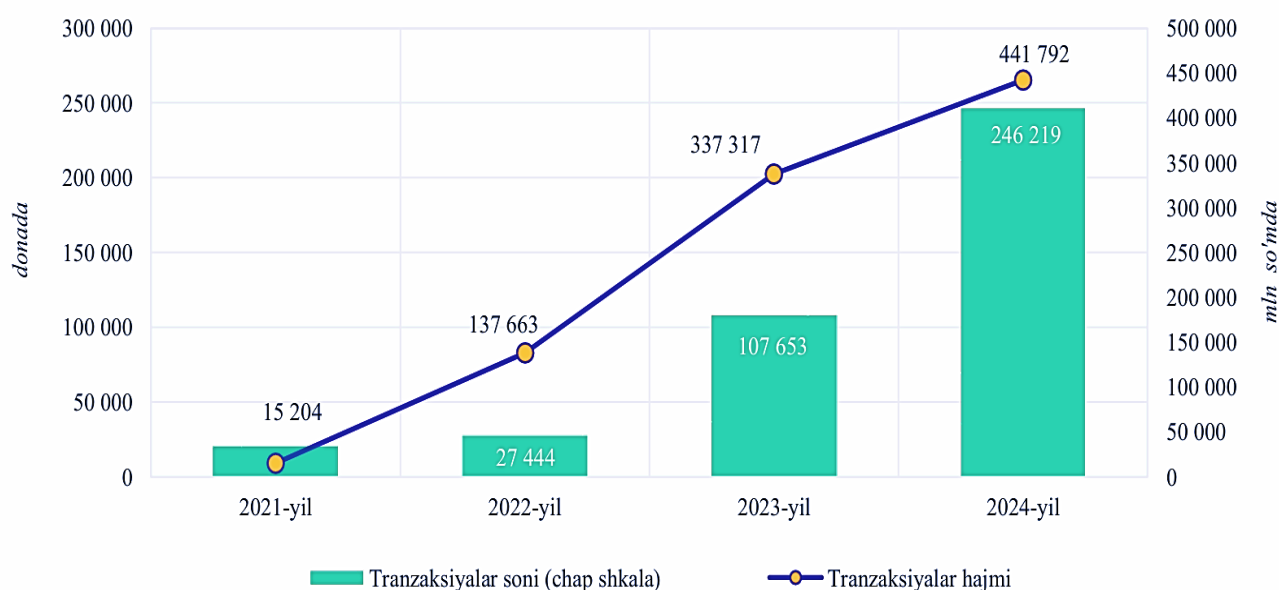
banklari soni 35 tani tashkil etadi. Ularning 9 tasini ustav kapitalida davlat ulushi mavjud banklar, 20 tasi xususiy banklar va 6 tasi chet el banklari ishtirokidagi banklar hisoblanadi¹.

Bank marketingi yordamida mijozlarning talab va istaklarini amalga oshirish bank xizmatlari hajmini oshiradi, pirovardida bank daromadining o'sishiga sabab bo'ladi.

Bank xizmatlari bozorini o'rganish va ularga bo'lajak iste'molchilarni aniqlash maqsadida tijorat banklarida sanoat va savdo marketingida an'anaviy bo'lgan tabaqalashtirish va bozorni segmentlashdan keng foydalanadi.

Bozorni segmentlashda esa bank xizmatlari bozorida iste'molchilarni talablarining xususiyatlari va takliflari asosida bo'lish amalga oshiriladi. Bank xizmatlari bozorida segmentlash usuli keng ilmiy tadqiq etilgan. Tabaqalashtirish usulida bank xizmatlari iste'molchilarini ijtimoiy-iqtisodiy va demografik omillarga asosan guruhlariga ajratish amalga oshiriladi.

Banklar tomonidan, aholi uchun bazaviy bank xizmatlarini (omonat va konversiya amaliyotlari, mikroqarz olish, bank kartasiga buyurtma berish, identifikatsiyadan o'tish) onlayn rejimda bajarish imkoniyati, tadbirkorlik subyektlari uchun esa to'lovlarni hisob kitob terminallaridan tashqari QR-kod, NFC va boshqa kontaktsiz to'lov texnologiyalarini qo'llagan holda qabul qilish xizmatlari ko'lami kengaytirib



borilmoqda.

1-rasm. QR-online tizimida amalga oshirilgan tranzaksiyalar soni va hajmi²

Xususan, 2024-yilda "QR-online" axborot tizimi tomonidan tadbirkorlik subyektlariga taqdim qilingan QR-kodlar soni qariyb 108 ming donaga yetkazilib, unda amalga oshirilgan tranzaksiyalar hajmi 2023-yilga nisbatan qariyb 1,3 barobarga ortib 441,8 mlrd so'mga yetgan.

¹ www.cbu.uz

² Markaziy-bank-yillik-hisoboti-2024_.pdf

Tijorat banklari faoliyatida ilg'or raqamli texnologiyalarni keng tatbiq etgan holda aholi va mijozlarga yangi avlod bank xizmatlarini ko'rsatish va sifatini yaxshilash, bankomatlar va infokiosklarda amalga oshiriladigan moliyaviy operatsiyalar turlarini kengaytirish orqali naqd pulsiz hisob-kitoblar hajmi oshgan.

Kontaktsiz to'lov xizmatlarini rivojlantirish doirasida joriy etilgan Tap-to-phone tizimi (to'lov terminali kabi to'lov qabul qilish imkonini beradi) xizmatlaridan foydalanuvchi subyektlar soni 2025-yilning 1-yanvar holatiga qariyb 3,2 ming taga yetdi. 2024-yilda NFC texnologiyasi asosida amalga oshirilgan tranzaksiyalar hajmi 2023-yilga nisbatan 1,1 barobarga oshgan holda 41,4 trln so'mni tashkil etgan

Shuningdek, 2025-yil 1-yanvar holatiga Face ID texnologiyasidan foydalanadigan tijorat banklari soni 28 taga, to'lov tashkilotlari soni esa 15 taga yetib, banklar va to'lov tashkilotlarining mobil ilovalari orqali raqamli identifikatsiyadan o'tgan mijozlar soni 2024-yil 1-yanvarga nisbatan 5,4 mln taga ortgan holda, hisobot yili yakuniga kelib 12,2 mln taga yetgan.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda banklarda marketing xizmati va uni rivojlantirishda quyidagi ustuvor vazifalarni amalga oshirish zarur:.

- tijorat banklarida marketing faoliyatini yangi zamonaviy bank xizmatlarini joriy etilishi va ularni rivojlantirishga asoslanib marketing strategiyasini yaratish;
- mijozlar bazasini kengaytirish va ularning miqdoriy hamda sifat ko'rsatkichlarini yaxshilash bo'yicha doimiy marketing tadqiqotlarini olib borish;
- marketing bo'yicha yuqori malakali mutaxassislarni bankka keng jalb qilish va ular ishtirokida turli o'quv seminarlarini, kouchinglarni tashkil etish;
- masofaviy bank xizmatlari soni va qamrovini ko'paytirish, shu jumladan kontaktsiz to'lovlar, avtomatlashtirilgan tizimining keng qo'llash, raqamli identifikatsiya va kredit konveyeri, bank sohasida yangi konsepsiyalar va texnologiyalarni joriy etish (marketpleys, ovozli texnologiyalar)dan unumli foydalanish;
- bank marketingi strategiyasini ishlab chiqishda nobank muassasalar tomonidan ko'rsatiladigan raqobatni hisobga olish va mijozlarning talablarini doimiy monitoring qilish;
- tijorat banklari va ularning mijozlari o'rtasida sherikchilik munosabatlarini faollashtirish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi" PF-60-son Farmoni,
2. <https://president.uz/oz/lists/view/6875> Prezident Shavkat Mirziyoyev 20-noyabr kuni bank tizimida transformatsiya va xususiylashtirish jarayonlari muhokamasi bo'yicha yig'ilish o'tkazdi.
3. Azlarova A.A. Bank menejmenti va marketingi. TDIU Darslik 2021 y.
4. <https://e-journal.uz/2022/05/17/bank-va-mijoz-munosabatlarini-shakllantirishda-marketingni-ahamiyati/>
5. <https://cbu.uz> - O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy sayti

ma'lumotlari. https://cbu.uz/oz/press_center/presentations/542766/

6. Азларова А. А., Абдурахманова М. М. Анализ современного состояния мобильных технологий в электронном банкинге республики Узбекистан //ББК 65.9 (2Рос-4Кем) Т 33. – С. 199.