TIJORAT BANKLARIDA MARKETING XIZMATINING VAZIFALARI VA UNING TASHKILIY TUZILISHI.

Raxmatova Shaxnoza Rustamovna
Navoiy Innovasiyalar Instituti o'qituvchisi,
Osiyo Xalqaro Universiteti magistranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.14161040

Annotatsiya: Mazkur maqola bank marketingi mohiyati, bank tizimlari, ularning bajaradigan vazifalari, zamonaviy bank operatsiyalari hamda ularni boshqarish yo'llari aks ettirilgan.

Kalit so'zlar: Iqtisodiyot , tijorat banklari , xo'jalik subyektlari , bank operatsiyalari, bank xizmatlari , mablag' , bozor munosabatlari , bo'sh pul mablag'lari, ishlab chiqarish jarayoni , xalqaro bank amaliyoti .

Abstract: This article bank marketing and their activities, banking systems, functions o f banks, modem bank operations and methods of their management.

Keywords: Economy, commercial banks, business entities, banking operations, banking services, funds, market relations, free cash, production process, international banking practice.

Bugungi kunda iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida O‘zbekiston bank tizimi ishonchliligi va barqaror rivojlanishini ta’minlash hamda tashqi inqiroz holatlarining salbiy ta’siriga uchramaslikning oldini olish muhim ahamiyatga egadir. Hozirda banklar tomonidan ko‘rsatilayotgan moliyaviy xizmatlarning ommabopligini oshirish, banklarning hududlarga kirib borishini kengaytirish va barcha aholi punktlarida bir xil turdagi xizmatlar ko‘rsatilishini ta’minlash bo‘yicha qo‘shimcha choralar ko‘rilishi lozim. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 12-mayda qabul qilingan “2020–2025-yillarga mo‘ljallangan O‘zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni ushbu masalalarni yechishga qo‘yilgan muhim qadam bo‘ldi. O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiyotini yuqori va barqaror sur’atlarda o‘sishini va raqobatbardoshligini ta’minlash mamlakat bank tizimining va uning muhim tarkibiy qismi bo‘lgan tijorat banklari faoliyatining barqarorligini ta’minlash zaruriyatini yuzaga keltiradi. Respublikamizda banklarda bozor talablariga mos keluvchi xizmat turlarini tatbiq qilish, mijozlarning talab va takliflarini hisobga olish, ularga xizmat ko‘rsatishning yangi usullarini joriy etish, yangi kredit vositalarini qo‘llash, turli kredit institutlarini tashkil etish bilan bog‘liq islohotlarni yanada jadallashtirish zamon talabig aylanmoqda. Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan tijorat banklarining

bajarayotgan operatsiyalari va ko‘rsatayotgan xizmat turlari hamda ajratayotgan kreditlari iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. O‘z navbatida, iqtisodiyotda tarmoqlarini rivojlantirishda bank tizimi xizmati asosiy bo‘g‘indir.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Tijorat banklari faoliyatida bank marketing xizmatlarini tashkil qilishning nazariy va uslubiy asoslarini o’rganish masalalari ko’pchilik iqtisodchi olimlar hamda mutaxassislarning e’tiborida bo’lgan. Xususan, D.Aaker, F.Kotler, Armstrong, O.Lavrushin , A.B.Tyutyunik, A.B.Turbanov kabi iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlarida tadqiq qilingan. Mamlakatimiz olimlaridan Sh.Z.Abdullayeva, D.N.Allayorova, Z.B.Mustafayevlaning ilmiy ishlarida o’z ifodasini topgan.

Marketingni keng qo’llash va kapital bozorini tahlil qilish, shuningdek, tegishli strategiyani ishlab chiqishga misol tariqasida XX – asrning 60 yillarda «Benk of Amerika» bankining siyosatini keltirib o’tish mumkin. Uning bozordagi strategiyasi shundan iborat ediki, bu bank o’z diqqatini boshqa Amerika tijorat banklari rad etgan mayda jamg’armalarni qabul qilish va mayda mablag’ qo’yuvchilarni jalb qilishga jamladi. Natijada «Bank of America» moliyaviy quvvati jiahitidan o’sha vaqtda umumiy soni 14 mingtagacha yetgan AQSh tijoratbanklari o’rtasida yetakchi o’ringa chiqib oldi. Bunday misol shuni ko’rsatadiki, banklar jamg’armalarni ko’paytirishning har bir imkoniyatini hisobga olishlari kerak, chunki bu o’z navbatida ularning kredit potensialini kengaytiradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotning maqsadi bo‘lib, Innovatsion texnalogiyalarga asoslangan, bank xizmatlari sifati va ulardan foydalanish imkoniyatlarini oshiruvchi yangi bank xizmati turlarini , xususan “raqamli banklari”ni , shuningdek, aholiga chakana xizmat ko’rsatishga ixtisoslashgan bank bo’linmalarini tashkil etish, yangi mijozlarni jalb qilish va mijoz bilan bolgan munosabatini takomilashtirish uchun marketing yordam beradigan shart-sharoitlarni, bank xizmatlari turlarini yaratishni kengaytirishga, ularning kapitallashish darajasini ko‘tarish, investisiya jarayonlarida keng ishtirok etishini ta‘minlashda e'tibor qozongan mijozlarning mablag'larini banklarga joylashtirishga, banklarga depozitlarni jalb qilishga qaratilgan nazariy-ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalarni ishlab chiqishdan iborat.

Tahlil va natijalar. Bank rahbariyatining bosh maqsadi ko’proq mijozlar jalb qilish orqali o’zining xizmat turlarini kengaytirish, bozorni egallash hamda olayotgan foydani ko’paytirishdir. Ushbu maqsadlarga erishish uchun bank marketingini usullaridan foydalaniladi. Oxirgi yillarda marketing faoliyatining maqsadi va mazmuni moliyaviy bozordagi kuchli raqobat ta‘sirida banklar va

mijozlar o'rtasidagi munosabatlar o'zgarayotgan sharoitda aniq tarzda o'zgardi. Avvaliga, banklar marketingini bank xizmatlariga bo'lgan talabni o'rganish, mijozlarni jalb qilish va rag'batlantirish maksadida o'rganishgan xolos. Banklarda marketing konsepsiyasi o'tgan asrning 80-yillaridagina tashkil topib, u tijorat banklarini boshqarish uchun asosiy mezon sifatida yuzaga keldi. Marketing strategiyasi, birinchi navbatda bankning o'z maxsulotiga emas, balki mijozlarning aniq ehtiyojlariga qaratilishi zarurligini taqozo qiladi. Shuning uchun marketing bank xizmatlarini, mijozlarning manfaatlarini moliya bozorida to'liq o'rganish va ehtiyojlarining o'zgarish tahlilini olib borishni nazarda tutadi. Bank marketingi rivojlanib borishi bilan ko'plab iqtisodchilar tomonidan ushbu mavzuda kitoblar va maqolalar chop etila boshlandi. Bank marketingining mohiyati, uning rivojlanish bosqichlari, asosiy vazifalari va uning boshqa nazariy tushunchalari ko'plab kitoblarda keltirilib o'tilgan.

Bank marketingining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

Bank marketingining asosiy vazifalari					
reklama	**banklar uchun alohida qiziqish uyg'otadigan kapital bozoridagi talablarni o'rganish**	**bank passivlari va aktivlarini kengaytirish**	**bank faoliyatini rejalashtirish tizimini ishlab chiqish**	**xodimlarni boshqarish**	**mijozlarga xizmat qilishni tashkil etish.**

Bank marketingining maqsadi – kapital bozori talablariga moslashish uchun zarur sharoitlar yaratish, bozorni o'rganish, raqobatbardoshlikni va foydalilikni oshirish bo'yicha tadbirlar tizimini ishlab chiqishdan iborat[3]. Bank marketingining boshqa muhim sohasi qarz oluvchilarning kredit qobiliyatini tahlil qilish hisoblanadi. Bunga kreditlarni shartlaydigan omillarni o'rganish kiradi. Shuning uchun ham bank uchun qarz oluvchining kreditni kredit shartnomasidagi shartlarga mos ravishda qaytarish imkoniyati va shunga tayyorligini o'rganish juda muhimdir. Bank o'z zimmasiga oladigan tavakkal darajasini bilishi, shuningdek, o'zi bera oladigan kredit hajmini hisobga olishi shart. Mijozning kredit qobiliyatini tahlil qilish bilan bankning kredit bo'limi shug'ullanadi. U mijozlar to'g'risidagi axborotlarni to'plash, qayta ishlash va tahlil qilish bilan shug'ullanadi.

Marketingning asosiy maqsadi - bankdan to mijozgacha bo'lgan har bir jarayonda bank xizmatlari ko'rsatishda mukammal tezlikni ta'minlashdan iborat. Pul mablag'larining aylanish darajasi va sotilishi o'ta foydali bo'lishi, moliyaviy mablag'larni saqlashda kam xarajat talab qilinishi, mijozlar talabining o'z vaqtida qondirilishi va to'liq amalga oshirishga qodirlik shunday tezlikka erishishga imkon beradi. Tijorat banklarida marketingning bosh maqsadi mijozlarni doimiy jalb qilish hisoblanadi. Chunki, bankning mijozlari qancha ko'p bo'lsa, uning daromad olishi, barqaror faoliyat yuritishi mumkin. Bank marketingi aniq turdagi bank operatsiyalarining ta'sirini oshirishga yo'naltirilgan professional faoliyatdir. Bugungi kunda u to'liq talab qilib olinmagan va banklar tomonidan yetarlicha o'zlashtirilmagan soha xisoblanadi.

Bank marketingi samaradorligini oshirishning bir qancha usullari mavjud:		
1	Maqsadli reklama	Maqsadli auditoriyangizni aniqlang va ularning ehtiyojlari va afzalliklariga mos keladigan maxsus marketing kampaniyalarini yarating.
2	Shaxsiylashtirish	Shaxsiylashtirilgan tajriba yaratish uchun marketing xabarlari va takliflaringizni mijozlar ma'lumotlari va xatti-harakatlari asosida moslashtiring.
3	Raqamli marketing	Kengroq auditoriyani qamrab olish va yetakchilarni yaratish uchun ijtimoiy media, elektron pochta marketingi va qidiruv tizimini optimallashtirish kabi onlayn kanallardan foydalaning.
4	Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM)	Mijozlarning o'zaro munosabatlarini kuzatish va boshqarish uchun CRM tizimini joriy qiling, bu esa mijozlarni yaxshiroq segmentatsiyalash va maqsadli marketing harakatlarini amalga oshirish imkonini beradi
5	Kontent marketingi	Bankingizni ishonchli moliyaviy ma'lumot manbai sifatida ko'rsatish uchun blog postlari, videolar va infografika kabi ma'lumot beruvchi va qimmatli kontent yarating
6	Yo'llanma dasturlari	Rag'batlantirish yoki mukofotlar berish orqali mavjud mijozlarni do'stlari va oila a'zolarini bankingizga murojaat qilishga undash.
7	Hamkorlik	Mahsulot yoki xizmatlarni o'zaro targ'ib qilish va mijozlar bazasini kengaytirish uchun boshqa biznes yoki tashkilotlar bilan hamkorlik qiling
8	Ma'lumotlar	Marketing strategiyalaringizni optimallashtirish va

	tahlili	kampaniya samaradorligini oshirish imkonini beruvchi mijozlar xatti-harakati va afzalliklari haqida ma'lumot olish uchun ma'lumotlar tahlilidan foydalaning.
9	Mijozlar tajribasi	Ishonch va sodiqlikni mustahkamlash uchun barcha aloqa nuqtalarida mijozlarga ajoyib xizmat ko‘rsatish va uzluksiz foydalanuvchi tajribasini taqdim etishga e’tibor qarating
10	Doimiy takomillashtirish	Raqobatchilardan oldinda qolish uchun fikr-mulohazalar, tahlillar va sanoat tendentsiyalari asosida marketing strategiyalaringizni muntazam ravishda baholang va takomillashtiring

Mamlakatimiz banklari tomonidan bank xizmatlarining rivojlanishida jahon tajribasidan foydalanish muhim omil bo’lib hisoblanadi. Shu munosabat bilan quyidagi holatlarga ahamiyat berish lozim. Chet el tajribasidan foydalanish samaradorligi, mamlakatimiz banklarining jahon kliring to’lov sistemasi doirasida hisob-kitoblarni o’tkazish zamonaviy shartlariga moslashishi, mijozlarning tashqi iqtisodiy faoliyatiga xizmat ko’rsatganda xatarlarni boshqarish, elektron bank xizmatlarini tashkil etishda Internetdan foydalanish, investitsion bank xizmatlarini rivojlantirish, xususan, korporativ moliya sohasida aktivlarni ko’paytirish va boshqarish.

Xalqaro kapital bozorida bank xizmatlarini rivojlantirish uchun Respublikamiz banklari kredit tarixini tashkil etish muhim ahamiyatga ega. Shu o’rinda ularning ustivor vazifalari bo’lib aksiyadorlik kapitaliga chet el investorlarini ma’lum darajada jalb etish hisoblanadi. Bu arzon kreditlarni olishga, xalqaro tajribadan foydalanish asosida bank xizmatlari va texnologiyalarini rivojlantirishga, mijozlarni ko’paytirishga va xizmat ko’rsatish sifatini yaxshilashga yordam beradi.

Mamlakatimiz banklariga chet el tajribasini bank va mijoz uchun maqbul shaklida ishlab chiqish, bosqichma-bosqich tartibda ularni amalga oshirish, har bir bosqichda xatarni ajratish va baholashni tadbiq etish lozim. Bu amaliyotlar strukturasini kompleks tahlil etish, kontragentlarning kredit, valyuta va to’lov xatarini hamda xarajatlarni kamaytirish imkoniyatini beradi. Bank xizmatlari jahon tajribasidan foydalanish, respublikamiz banklari uchun segmentatsiyalangan yondoshishni qo’llaganda va korporativ mijozlar bilan ishlashda, eksportga yo’naltirilgan korporatsiyalarga va boshqa mijozlariga xizmat ko’rsatishda moslashtirilgan holda zarur. Tajribani jalb etishning muvaffaqiyatli bo’lishi bank xizmatlarining sifatiga bog’liq va «bank xizmatlari –

hisobraqamlari bo'yicha aylanmalar - u bilan bog'liq xizmatlar» tamoyiliga asoslangan. Jahon tajribasidan foydalanishda, tashqi iqtisodiy faoliyat xatarlarni boshqarish muhim omil hisoblanadi, buning uchun xatarlar hisob-kitobi jadvalini ishlab chiqish lozim.

Bank tizimini rivojlantirish faqatgina kredit muassasalarning kapitalizatsiyasini orttirish bilan bog'liq bo'lmay, ishonchni ortishi va bank xizmatlari kapitalini rivojlanishi bilan birga olib borilishi lozim. Shuning uchun bank tizimini modernizatsiyalash maqsad va vazifalari mustahkam rivojlanishni ta'minlashdan iborat bo'lishi kerak.

Xizmat ko'rsatishni differensiyalash va bozor segmentatsiyasi orqali mijozlarni jalb qilish yaxshi natijalar berib, yangi xizmatlarning sotuvidan foydani ta'minlasada, ular ko'pincha qisqa davrda samaralidir. Chunki boshqa moliyaviy xizmat ko'rsatuvchi firmalar tezlikda foydali bo'lgan differensiyalash va segmentatsiyalash sohasida osonlik bilan har bir bank amaliyotlarini bajarishi mumkin va bu holatda raqobat yuzaga keladi hamda bank yangi xizmat ko'rsatish g'oyasini izlashi zarur bo'ladi. Bozorda erishilgan afzallikni pasayishiga to'sqinlik qiladigan yo'llardan biri, boshqa xech qaysi xizmat ko'rsatuvchi firma foydalana olmaydigan esda qoladigan shiordan, savdo markasi yoki patentlangan nomdan foydalanishdir. Bu mijoz moliya muassasasining reklamasini ko'rganda yoki mazkur bankka borganda bank uchun kerak bo'lgan hissiyot va reaksiyani yuzaga keltiradi. Lekin, bu usullarning samaradorligi uzoqqa cho'zilmaydi. Shu bois bank boshqaruvi doimiy ilgarilab borib, o'zgarib turadigan sharoitda o'z mijozlarining talablari bo'yicha qadam tashlashi lozim. Shu bilan birga mijozlarni tez-tez o'rganib turish, mijozlar orasidan maslahatchi guruhlarni tashkil etish yoki mijozlar hohlagan vaqtlarida telefon qilib o'zlarining shikoyat va takliflarini ayta olish imkoniyatini beruvchi bepul telefon aloqalarini tashkil etish kerakli usullardan bo'lib qolaveradi.

Xulosa. Hozirgi iqtisodiyotning "raqamlashuvi" sharoitida internet va axborot kommunikasion texnologiyalarning hayotning barcha jabhalariga kirib kelishi natijasida bank tizimida ham raqamli texnologiyalardan foydalanish jadallashib ketdi. Bugungi axborot texnologiyalari iqtisodiyotning muhim qismi bo'lib borayotgan davrda bank sektori kapitallashuvini oshirishni internet va axborot texnologiyalarisiz tasavvur qilib bo'lmaydi.

Zamonaviy global dunyoning o'ziga xos xususiyatlaridan biri bu raqamli texnologiyalarning hayotga kirib kelishi hisoblanadi. Iqtisodiy adabiyotlarda bank xizmatlarini masofadan boshqarish va axborot-kommunikasiya

texnologiyalaridan keng foydalanishni nazarda tutuvchi “raqamli bank”, “SMS-bankihg”, “GSM-banking”, “mobil banking”, “internet banking”, “onlayn banking” kabi tushunchalardan foydalanilmoqda. Mazkur vositalar bank tizimining zamonaviy shakllari hisoblanadi. Mamlakatimizda bank va moliya tizimini rivojlantirish, uning barqarorligini mustahkamlash, pul mablag’lari samarali aylanishiga erishish iqtisodiyotning ochiqligi va raqobatbardoshligini ta’minlashda zarur shartlardan biridir. Bu borada iqtisodiyotning asosiy bo’g’ini hisoblangan tijorat banklarining faoliyatini takomillashtirish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Bank tizimini rivojlantirishda xorijiy banklar tajtibasini tahlil qilish asosida respublikamiz baklarida bank infratuzilmasini takomillashtirishga doir chora tadbirlar amalga oshirilishini takomillashtirish kerakligi zamon talabi bo’lib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O’zbekiston Respublikasining —O’zbekiston Respublikasi Markaziy banki to’g’risida||gi Qonun. -T.: O’zbekiston, 21- dekabr 1995- yil.
2. O’zbekiston Respublikasining —Banklar va bank faoliyati to’g’risida||gi Qonun. -T.: O’zbekiston, 25- aprel 1996- yil.
3. Abdullayeva Z. Bank ishi. –T.: —Moliya||, 2009. 304 b. B – 166.
4. O.A Ortiqov, I.Ya Qulliev, "Bank menejmenti va marketingi" fanidan o’quv qo’llanma.Toshkent.Toshkent moliya instituti, 2013 yil.
5. Mullajonov F.M. va boshqalar. O’zbekiston Respublikasi bank tizimi. T.||O’zbekiston|| 2011.
6. A.Taniyev, G’.Porsayev. Internet marketing SamDU, Darslik 2020y.
7. A.Taniyev Innovatsion iqtisodiyot SamDU, Darslik 2020-yil
8. Measuring thye Information Sociyety Report. Volume 1. – Geneva: ITU,
9. Ковалев, М.М. цифровая экономика – шанс для Беларуси / М.М.
10. Ковалев, Г.Г. Головенчик. – Минск: Изд. центр БГУ, 2018. – 328 с.
11. Основы цифровой экономики: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. М.И. Столбова, э.А. Бренделевой. – М.: Научная библиотека, 2018. – 238 с.

2017. – 156 p.
http://bitnovosti.com
http://digital-yeconomy.ru
http://www.ziyonet.uz.
www.search.re.uz
https://inscience.uz/index.php/socinov/article/view/1111
www.ictcouncil.gov.uz
www.yecsoman.yedu.ru

http://www.bibl.ru
http://www.bestlibrary.ru
http://www.lib.students.ru