

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

“Ҳимояга тавсия этилди”
“Маркетинг” кафедраси мудири,
и.ф.н. _____ И.Ҳ.Ибрагимов
“ _____ ” “ _____ ” 2015 йил
№ _____ сонли баённома

АБДУВАСИЕВ ЗУҲРИДДИН

БАНК ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИНГ
ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ ВА МАҚСАДЛИ
СЕГМЕНТНИ ТАНЛАШДА МАТРИЦА УСУЛЛАРИНИ
ҚУЛЛАШ АМАЛИЁТИ (“ХАЛҚ БАНКИ” ДТ САМАРҚАНД
ВИЛОЯТ БОШҚАРМАСИ МИСОЛИДА)

5230400 –Маркетинг(туризм)
иختисослиги учун ёзилган

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ

Илмий раҳбар: иқтисод фанлари номзоди,
И.Ҳ. Ибрагимов

Самарқанд - 2015

МУНДАРИЖА

КИРИШ	3
1-БОБ. БАНК ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ҲОЗИРГИ ҲОЛАТИ УНДА БАНК ХИЗМАТЛАРИНИНГ ТУТГАН ЎРНИ	7
1.1. Банк хизматлари бозорининг моҳияти, тузилиши ва асосий хусусиятлари.....	7
1.2. Банк хизматлари бозорида маркетинг фаолияти ва унинг ҳозирги ҳолатининг таҳлили	11
1.3. Банк хизматлари бозори жозибадорлигини ошириш муаммолари ва уларнинг ечимлари	15
2.БОБ. ДТ.”ХАЛҚ БАНКИ” САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ БОШҚАРМАСИ ФАОЛИЯТИНИНГ МАРКЕТИНГ БОШҚАРУВИ ТАҲЛИЛЛАРИ	21
2.1. ДТ. “Халқ банки” Самарқанд вилоят бошқармаси фаолиятида маркетингни ўрни ва уни такомиллаштириш йўллари	21
2.2 ДТ.”Халқ банки” Самарқанд вилояти бошқармасининг рақобатбардошлигини ифодоловчи кўрсаткичлар тизими ва уларнинг таҳлили.	27
2.3. ДТ.Халқ банки” Самарқанд вилояти бошқармасининг банк хизматлари бозоридаги рақобат позицияси таҳлили.	33
3-БОБ. ДТ «ХАЛҚ БАНКИ» САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ БОШҚАРМАСИНИНГ ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИГИ ВА РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШ ВА ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ ...	36
3.1. ДТ «Халқ банки»нинг иқтисодий самарадорлиги, уларга таъсир қилувчи омилларни аниқлаш ва уларнинг таҳлиллари.....	36
3.2. ДТ.Халқ банки” Самарқанд вилояти бошқармасининг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш	44
3.3. ДТ “Халқ Банки” хизматлари рақобатбардошлигини оширишнинг асосий йўналишлари	48
ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР	54
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	56

КИРИШ

Мавзунинг долзарблиги. Ўзбекистон Республикасида мустақилликнинг дастлабки йилларидан бошлаб иқтисодийнинг муҳим соҳаларидан бири ҳисобланган банк тизимини ислоҳ қилишда жаҳон андозаларига мос келувчи икки бўғинли замонавий банк тизимини босқичма – босқич яратишга асосий эътибор қаратилди. Миллий банк тизимини янада эркинлаштириш ва ислоҳ қилиш борасидаги Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармонлари, Қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг Қарорларига асосан тижорат банклари ўртасида соғлом рақобат муҳитини фаоллаштириш ва кучайтириш мақсадида уларнинг фаолияти универсаллаштирилди ва хусусий банклар фаолияти учун кенг имкониятлар яратилди.

Иқтисодийнинг эркинлашуви шароитида тижорат банклари муассасаларининг кенг тармоққа эга бўлаётганлиги, ўз навбатида, миқдорларга сифатли банк хизматлари кўрсатиш, уларнинг банк хизматида бўлган эҳтиёжларини тўлиқ қондириш ва тижорат банклари ўртасидаги рақобат муҳитини кучайишига имкон бермоқда. Айниқса, кейинги йилларда ўз фаолиятини бошлаган нобанк ташкилотлари ҳисобланган кредит уюшмалари ва ломбардлар банк хизматлари бозорида тижорат банкларида кучли рақобатни юзага чиқармоқдалар. Сўнгги йилларда вужудга келган жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози банк тизимига бўлган эътиборни оширишни талаб этмоқда. Ўзбекистон Республикасида ҳам банк тизимини ривожлантириш ва мустаҳкамлаш масаласига катта эътибор берилиб келмоқда ва бу ўзининг ижобий натижаларини бермоқда. Бироқ, ҳозирги кунда бу борада ўз ечимини кутаётган муаммолар мавжуддир. Мамлакатимизда олиб борилаётган иқтисодий ислохотлар натижаларига ҳамда ундаги банк тизими фаолиятига диққат эътиборини қаратган Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов қуйидагиларни алоҳида таъкидлаб ўтдилар: “Бу борада банк хизматининг янги турларини жорий этиш, аҳоли ва хўжалик субъектларининг бўш

маблағларини банкларнинг узоқ муддатли депозитларига жалб этишни камида 30 фоизга кўпайтириш, мамлакат иқтисодиётига киритиладиган узоқ муддатли кредит қўйилмалари улушини ички манбалар ҳисобидан ошириш учун мустаҳкам асос яратиш масалаларини қўшимча равишда ишлаб чиқиш талаб этилади.”¹

Ушбу вазифаларни амалга оширишда банк тизимидаги ислохотларнинг муҳим йўналишларидан бири бўлиб банк хизматлари сифати ва маданиятини юксалтирган ҳолда тижорат банклари томонидан кўрсатилаётган хизматларнинг жозибадорлигини таҳлил қилиш ва оширишни илмий асосида ташкил этишда маркетинг тизимини аҳамияти бекиёс каттадир. Ушбу омил мамлакатимиз тижорат банкларида маркетинг фаолиятини ривожлантириш, банк хизматлари бозорининг жозибадорлигини баҳолаш ва мақсадли сегментларни аниқлаш ва уларни ҳал қилишнинг илмий асосланган йўллари ишлаб чиқиш мазкур малакавий иш мавзусининг долзарблигидан далолат беради.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси. Банк тизимини модернизация қилиш ва монтатар соҳадаги ислохотларни чуқурлаштириш даврида ушбу бозор субъектлар фаолияти учун зарур бўлган маркетинг тизимини ўрганишга эътибор янада ортмоқда. Иқтисодиётнинг турли тармоқ ва соҳаларида маркетинг фаолиятдан фойдаланиш муаммоларига кўплаб иқтисодчи - олимларнинг илмий ишлари бағишланган. Жумладан, хорижлик иқтисодчи – олимлардан Ф.Котлер, Ж.Ж.Ламбен, Э. Долан, Г.Даулинг, Питер С.Роуз, М.Портер² ва бошқаларнинг илмий асарларида маркетингнинг турли қирралари ҳамда йўналишлари атрофлича ёритилган. Шунингдек, Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги мамлакатлари иқтисодиётида маркетинг ва банк маркетинги фаолиятини шакллантириш

¹ Каримов И.А. Асосий вазифамиз - Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. – Т.: Ўзбекистон, 2010. – Б.57-58

² Котлер Ф. Основы маркетинга.-М.: Вильямс, 2010.-656 с.; Ламбен Ж.Ж. Менеджмент ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг.-СПб.:Питер, 2006.-800 с.; Долан Э. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. Пер. с англ. –М.: ИНФРА 1996.-250 с.; Даулинг Г.Р.Наука и искусство маркетинга. –СПб.: Вектор, 2006.-400 с.; Роуз П.С. Банковский менеджмент. -М.: Дело 1995.-320 с.; Портер М. Конкуренция. –М.: Вильямс, 2003. -285 с.

хамда ривожлантириш масалалари А.Балабанов, Г.Багиев, А.Панкрухин, О.Лаврушин, Э.Жуков, Л.Маркова, В.Севрук, Г.Панова, И.Спицин, Я.Спицин³ ва бошқаларнинг ҳам илмий ишларида ўз аксини топган.

Ўзбекистон Республикасида тижорат банкларининг моҳияти, уларнинг вазифалари ва банк тизимидаги муаммолар иқтисодчи олимлар И.Тоймухамедов, И.Алимов, Ш. Абдуллаева, Б.Бердияров, Ф.Муллажонов, З.Мустафаев⁴ ва бошқаларнинг илмий изланишларида ўз аксини топган. Ўзбекистонда маркетингнинг умумий йўналиши, унинг турли тармоқлар бўйича қўлланилишининг айрим илмий-назарий жиҳатлари А.Бекмуродов, М.Болтабоев, Ж.Жалолов, М.Қосимова, И.Иватов, Н.Йўлдошев, Д.Мухитдинов, М.Насритдинова, Г.Охунова, А.Солиев, А.Фаттахов, М.Юсупов, Ш.Эргашхўжаева⁵ ва бошқаларнинг илмий изланишларида ўз аксини топган.

Мамлакатимизда иқтисодиётни модернизациялаш ва ислохотларни чуқурлаштириш даврида тижорат банкларини капиталлашув даражасига, инвестиция фаолиятига, банк муассасаларини кенгайтириш масалаларига бўлган талабларнинг ўзгариши ва бундан келиб чиқадиган масалаларни ҳал этишда банк маркетингининг аҳамияти ва вазифалари деярли ўрганилмаган. Миллий банк тизимида фаолият кўрсатаётган тижорат банкларининг операциялари моҳияти ва унда маркетинг фаолиятининг

³ Балабанов А.И. и др. Банки и банковское дело. СПб.: Питер 2007.-448 с.; Багиев Г., Тарасевич В., Анн Х. Маркетинг. Учеб. –СПб.: Питер, 2008.-736 с.; Панкрухин А. Маркетинг Учебник.-6-е изд., -М.: Омега –Л, 2009. -656 с.; Лаврушина О.И. Банковское дело. Учебник -6-е издание –М.: Финансы и статистика 2008.-768 с.; Банковское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. Спец. Под ред.Е.Ф.Жукова, Н.Д.Эриашвили –М.: ЮНИТИ –ДАНА-Единство 2006.-220 с.; Макарова Г. Система банковского маркетинга. –М.: Финстат информ. -1997. -230 с.; Севрук В. Банковский маркетинг. –М.: Дело. 1994. 128 с.; Панова Г.С. Анализ финансового состояния коммерческого банка. –М.: Финансы и статистика. 1996.-430 с.; Спицин И., Спицин Я. Маркетинг в банке. АО Тарнекс., -К.: Пислайн, 1993. -656 с.

⁴ Тоймухамедов И. Банк иши. Дарслик.-Т.:ТДИУ.2006. -140 б.; Алимов И. Тижорат банкларининг қимматли қозғалар билан операцияси. –Т.:ТДИУ.2007. -202 б.; Абдуллаева Ш. Банк иши.Ўқув қўлланма.-Т.:ТМИ.2003. -200 б.; Бердияров Б.Т. Тижорат банклари актив операцияларининг даромадлилиги. Иқтисод фанлари номзоди ... дисс. автореф. -Т.:БМА. 2002. -22 б.; Муллажонов Ф.Банк тизимидаги ислохотларни чуқурлаштириш устувор вазифамиз// Бозор, пул ва кредит. 2002.-№8.-Б.3-10 .

⁵ Бекмуродов А., Турсунов Р.Т., Халқаро бизнес. Ўқув қўлланма –Т.: ТДИУ, 2009.-233 б.; Болтабоев М. Тўқимачилик саноатида маркетинг стратегияси. –Т.: ФАН, 2004.-223 б.; Жалолов Ж. Маркетинг. Ўқув қўлланма.-Т.: ТДИУ, 1999. -120 б.; Юсупов М., Қосимова М., Эргашхўжаева Ш. Истеъмол товарлари ва хизматлари маркетинги асослари. Ўқув қўлланма.-Т.: ТДИУ, 1995.-78 б.; Насритдинова М. Бизнес стратегияси. Ўқув қўлланма.-Т.: Шарқ 1996.-80 б.

аҳамиятини комплекс тарзда ўрганиш бўйича тадқиқот ишлари кам бажарилган. Ҳозирги кунда мамлакатимизда банк хизматлари бозорини ривожлантиришда маркетинг фаолиятини кенгайтириш ҳамда уни такомиллаштириш муаммоси мавжуд. Бизнинг малакавий ишимизда айнан ушбу муаммоларни ижобий ҳал этиш юзасидан илмий таклифлар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқишга ҳаракат қилинди.

Битирув малакавий ишининг мақсади. ДТ Халқ банки Самарқанд вилояти бошқармаси банк хизматлари бозори жозибадорлигини баҳолаш ва мақсадли сегментлаш бўйича илмий таклифлар ва амалий тавсияларни ишлаб чиқишдан иборат.

Битирув малакавий ишининг вазифалари. Тадқиқот олдига қўйилган мақсадга эришиш учун қуйидаги вазифалар белгилаб олинди:

- банк хизматлар бозори ва унинг таркибий тузилмаларининг моҳиятини, вазифаларини ҳамда хусусиятларини тадқиқ этиш;
- банк маркетингини моҳияти, тамойиллари ва унинг ўзига хос хусусиятларини ўрганиш ва таҳлил этиш;
- Самарқанд вилояти банк хизматлари бозори жозибадорлигини баҳолаш ва мақсадли сегментларини аниқлашдаги маркетинг фаолиятини янада ривожлантириш истиқболлари юзасидан илмий асосланган амалий тавсия ва таклифлар ишлаб чиқиш.

Малакавий ишнинг объекти ДТ “Халқ банк” Самарқанд вилояти бошқармаси фаолияти танланган.

Малакавий ишнинг предмети бўлиб, банк хизматлари бозори жозибадорлигини баҳолаш ва мақсадли сегментларини аниқлашнинг маркетинг фаолияти ва унда содир бўладиган иқтисодий муносабатлар ҳисобланади.

Малакавий ишнинг тузилиши ва ҳажми. Битирув малакавий иши кириш, 3 та боб, хулоса ва таклифлар ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат

1-БОБ. БАНК ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ҲОЗИРГИ ҲОЛАТИ УНДА БАНК ХИЗМАТЛАРИНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

1.1. Банк хизматлари бозорининг моҳияти, тузилиши ва асосий хусусиятлари

Иқтисодиётда бир вақтнинг ўзида айрим гуруҳлар (турли мулкчилик шаклдаги хўжалик субъектлари ва аҳоли)да вақтинча бўш пул маблағлари тўпланиб қолиши билан бир қаторда айрим гуруҳларда вақтинча бўш пул маблағларига эҳтиёж сезилади. Шу билан бирга, пул маблағларининг етишмаслиги ёки ортиқча бўлиб, вақтинча бўш туриши маълум давр мобайнида навбатлашиб бориши, яъни пул маблағлари етишмаслигидан қийналаётган соҳа муайян даврдан сўнг ортиқча пул маблағларига эга бўлиши мумкин ва бунинг акси. Ўз ихтиёрида вақтинча бўш пул маблағларига эга гуруҳ иштирокчилари ўз маблағларини нафақат сақлаб қолишидан балки уларни кўпайтиришдан манфаатдор бўладилар. Шу вақтнинг ўзида бозор иштирокчиларининг айрим гуруҳлари ўз фаолиятини юритишлари ва кенгайтиришлари учун жалб қилинадиган пул маблағлари учун маълум тўловни тўлашга ҳам рози бўладилар. Биз таъкидлаб ўтган иккала бозор иштирокчилари махсус бозор ҳисобланадиган банк хизматлари бозорида учрашадилар. Банк хизматлари бозори жуда мураккаб тузилишга ва қуйи - юқори поғоналарга эга бўлган махсус бозор бўлиб, унга жуда катта миқдордаги пул маблағлари бир вақтнинг ўзида турли йўналишларга ўтиб боради ва шу ўтиш ҳаракатлари иқтисодиётнинг микродаражадан тортиб макродаражагача бўлган ҳолатига таъсир кўрсатади. Иқтисодиётнинг бозор муносабатларига ўтиши натижасида банк хизматлари бозори сифат жиҳатидан янги маънога эга бўлади. Вақтинча бўш маблағларнинг жалб этишда улардан фойдаланишда банк хизматлари бозорининг аҳамияти беқиёс катта бўлади.

Банк хизматлари бозори таркибий тузилмаси ҳақида хорижлик ва

маҳаллий иқтисодчи олимларнинг фикрларини ўрганиб чиқиш ва уларни таққослаган ҳолда биз банк хизматлари бозори таркибий қисмларини қуйидагилардан иборат (1.1.1-расм).



1.1.1-расм. Банк хизматлари бозорининг таркибий тузилиши

Ўз моҳиятига асосан тижорат банкларининг капиталлари бозори ссуда капиталининг мунтазам айланиш жараёнини таъминловчи махсус молия муносабатларининг йиғиндисидан иборат. Бизнинг фикримизча, ушбу бозорда қуйидаги иштирокчилар фаолият кўрсатадилар:

- бирламчи сармоядорлар. Вақтинча бўш маблағларига эга турли мулкчилик шаклидаги хўжалик юритувчи субъектлар, мамлакат аҳолиси ва давлат;

- ихтисослашган воситачилар ҳисобланган турли мулкчилик шаклида фаолият юритаётган тижорат банклари. Улар бирламчи сармоядорларнинг вақтинча бўш пул маблағларини қайтариб беришлик ва тўловлилик асосида жалб этиб ссуда капиталини шакллантирадилар;

- қарздорлар, ўз фаолиятида вақтинча пул маблағларига эҳтиёж сезаётган хўжалик субъектлари, мамлакат аҳолиси ва давлат.

Биз ишимизнинг юқорида таъкидлаб ўтган банк хизматлари бозорининг барча таркибий қисмларида пул маблағларининг оқими бир неча омиллар асосида ҳаракат қилади. Халқаро амалиётда банк хизматлари бозорига таъсир этувчи омиллар асосан қуйидаги тўртта гуруҳга ажратилади:

- бозорнинг даромадлилик даражаси;
- бозорни солиққа тортилиш шартлари;
- капитални йўқотиш ёки кутилаётган фойдани тўлиқ олмаслик

калтислик (риск) даражаси;

- сармоядорлар учун бозорни ташкил этилиши ва ундаги шарт – шароитлар, бозорга тезда кириш ва ундан тезда чиқиш, бозор тўғрисидаги маълумотлар даражаси ва бошқалар.

Банк хизматлари бозорига таъсир этувчи омиллардан ҳисобланган бозорни ташкил этиш, унда яратиладиган шарт-шароитлар ва маълумотни етказишда маркетингнинг эгаллаган ўрни ва аҳамияти алоҳида ўрин эгаллайди.

Мамлакатимизда тижорат банкларининг фаолияти Ўзбекистон Республикасининг 1995 йил 21 декабрда қабул қилинган “Ўзбекистон Республикаси Марказий банки тўғрисида”ги ва 1996 йил 25 апрелда қабул қилинган “Банклар ва банк фаолияти тўғрисида”ги қонунлари асосида шакллантирилган ва тартибга солиб турилади. Ушбу қонунчиликка асосан бизнинг мамлакатимизда кўплаб ривожланган мамлакатлардаги каби икки поғонали банк тизими фаолият кўрсатиб келмоқда. Миллий банк тизимининг биринчи поғонасида қоғоз пулларни эмиссия қилишда монопол, бошқа тижорат банклари фаолиятини тартибга солиб турадиган “банклар банки”, мамлакатда пул муомаласини тартибга солиб турадиган “ҳукумат банкчиси” ва олтин валюта заҳираларини сақловчиси Ўзбекистон Республикаси Марказий банки туради.

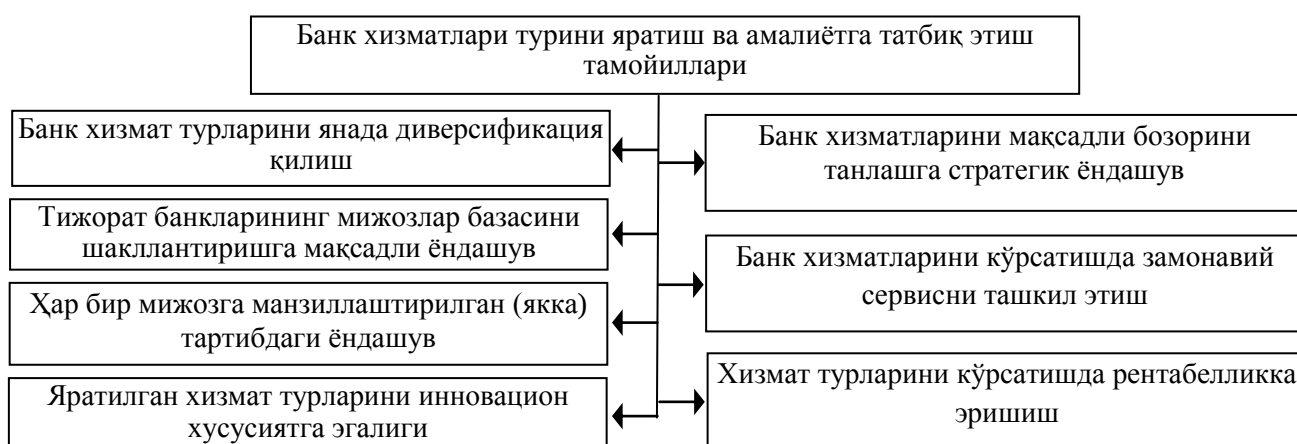
Тижорат банклари хўжалик юритувчи субъектларга кредит, ҳисоб-китоб юритиш ҳамда воситачилик хизматларини кўрсатади. Халқаро амалиётда тижорат банкларини фаолият юритиши асосида турли гуруҳларга ажратадилар. Масалан, универсал банклар, ихтисослашган банклар, ипотека банклари, инвестиция банклари ва ҳаказо. Бундан ташқари, тижорат банкларининг мулкчилик шаклига асосан ҳам турли гуруҳларга ажратадилар. Дунёнинг турли мамлакатларида турли мулкчилик шаклидаги тижорат банклари фаолият кўрсатади. Биз илмий изланишимизда Ўзбекистон Республикасида амалдаги қонунчиликка асосан миллий банк тизимининг иккинчи поғонаси ҳисобланган тижорат

банклари қуйидаги мулкчилик шаклида ташкил этилиши ва фаолият кўрсатиши мумкин:

1. Давлат мулкчилигидаги банклар.
2. Акциядорлик-тижорат мулкчилигидаги банклар.
3. Хорижий сармоя иштирокидаги банклар.
4. Хусусий мулкчилик шаклидаги банклар.

Замонавий банк хизматлари бозорида хизмат турларини яратиш ва амалиётга татбиқ этиш қуйидаги тамойиллар асосида амалга оширилади.

(1.1.2-расм).



1.1.2-расм. Банк хизматлари турини яратиш тамойиллари

Ушбу расмдаги банк хизматлари турини яратиш ва амалиётга татбиқ этиш тамойиллари фаол маркетинг тизимида асосланган ҳолда тузилади.

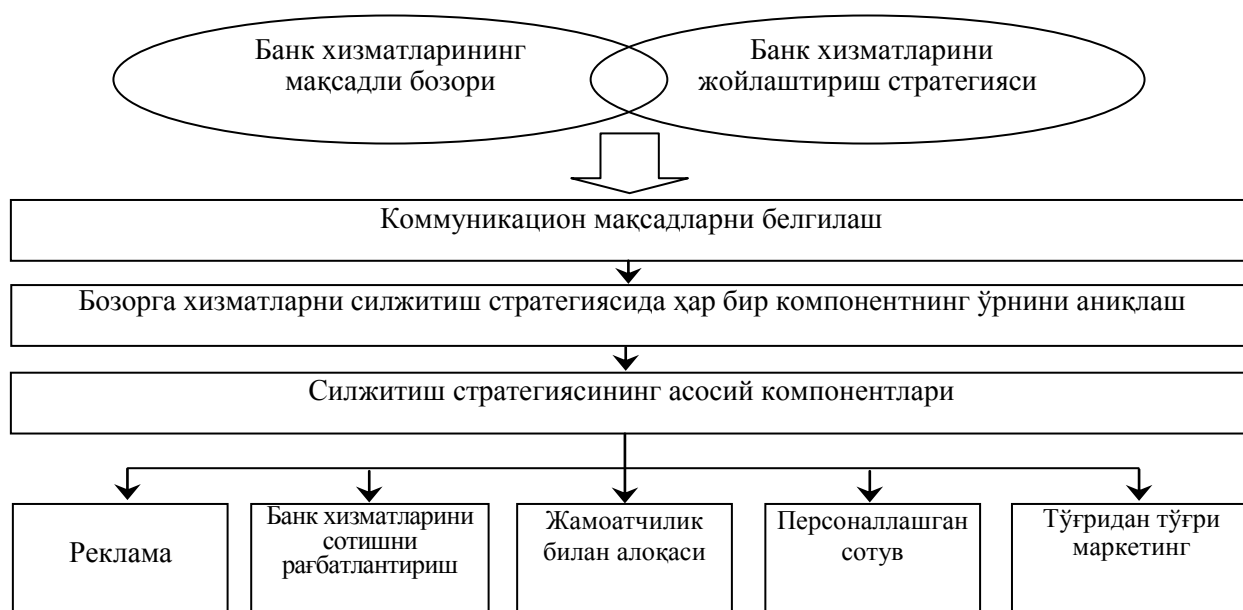
Банкдаги нархнинг шаклланишини ўзига хос хусусияти шундан иборатки, банк хизматининг истеъмол қиймати ҳамда унинг нархи ўртасида аниқ ўзаро боғлиқлик йўқлигидадир.

Банк хизматлари нархини шакллантиришда маркетингни қуйидаги мақсадларини келтириш мумкин:

- банкнинг ҳаётийлигини таъминлаш;
- жорий фойдани максималлаштириш;
- банк хизматлари бозорида етакчиликни эгаллаш (рақобатчилар орасида етакчи бўлиш, юқори сифатдаги хизматни кўрсатиш).

Ушбу мақсадларга эришиш учун банк хизматлари бозоридаги

коммуникацион стратегия ишлаб чиқилади(1.1.3-расм).



1.1.4-расм. Банк хизматлари бозоридаги коммуникацион стратегия

1.2. Банк хизматлари бозорида маркетинг фаолияти ва унинг ҳозирги ҳолатининг таҳлили

Амалиётда “маркетинг” атамаси инглизча “market” сўзидан келиб чиққан бўлиб “бозор”, яъни бозорда ўз маҳсулотларини сотиш ва ҳарид этишдаги ўзига ҳос муносабатларни англатади.⁶ Россиялик таниқли иқтисодчи олим Г.С. Панованинг фикрича маркетинг бу “... банк хизматлари – маҳсулотларини яратиш, уни илгари суриш ва сотиш бўйича бозор стратегиясидан иборат. Банк маркетинги ўз моҳиятига асосан банк томонидан мижозларнинг эҳтиёжларини қондириш ва хизмат кўрсатиш давомида банкга даромад келтирувчи техник усуллар мажмуасидан фойдаланишидан иборат.”⁷ Бизнинг фикримизча, банк маркетинги ўз моҳиятига асосан бир тарафдан тижорат банклари томонидан банк хизматлари бозорини ўрганишдаги ва унда банк хизматларини илгари суриш бўйича аниқ фаолиятини ҳамда иккинчи тарафдан тижорат

⁶ Банковское дело. Учебник. под. ред. Г.Г. Коробовой – М.: Экономистъ 2006. –С. 597.

⁷Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка. Учебник. - М.: Финансы и статистика. 2000. – С. 464.

банклари томонидан ўз мижозларининг талабларини ўрганиш ва уларни тўла қондириш асосида даромад олиш билан боғлиқ фаолиятни англади.

Халқаро амалиёт тажрибаси шундан далолат берадики, банк хизматлари бозорида янги хизмат турларини амалиётга киритилиши, кўрсатилаётган хизматларнинг сифатини ошиб бориши билан бир вақтда тижорат банклари фаолиятида турли ноаниқлик қалтислиги ҳам доимо ошиб боради. Бизнинг фикримизча, ушбу ҳолатга қуйидаги омиллар таъсир кўрсатади:

- банк хизматларининг номоддий ҳарактерга эгалиги ва шу асосида мижозлар томонидан уларга объектив баҳони бера олмаслиги;

- банк хизматлари бозорида истеъмолчилар сонининг аниқ эмаслиги ва бу эса банк хизматларининг миқдори ва сифатига бевосита таъсир кўрсатади;

- иқтисодийнинг ривожланиб бориши натижасида банк хизматларига бўлган турли талаблар доимий тарзда ўзгаришларга учрайди, чунки истеъмолчилар томонидан ўзларига қандай банк хизматлари ҳамда, улар қачон зарур бўлиши тўғрисида аниқ маълумотга эга бўлмайдилар.

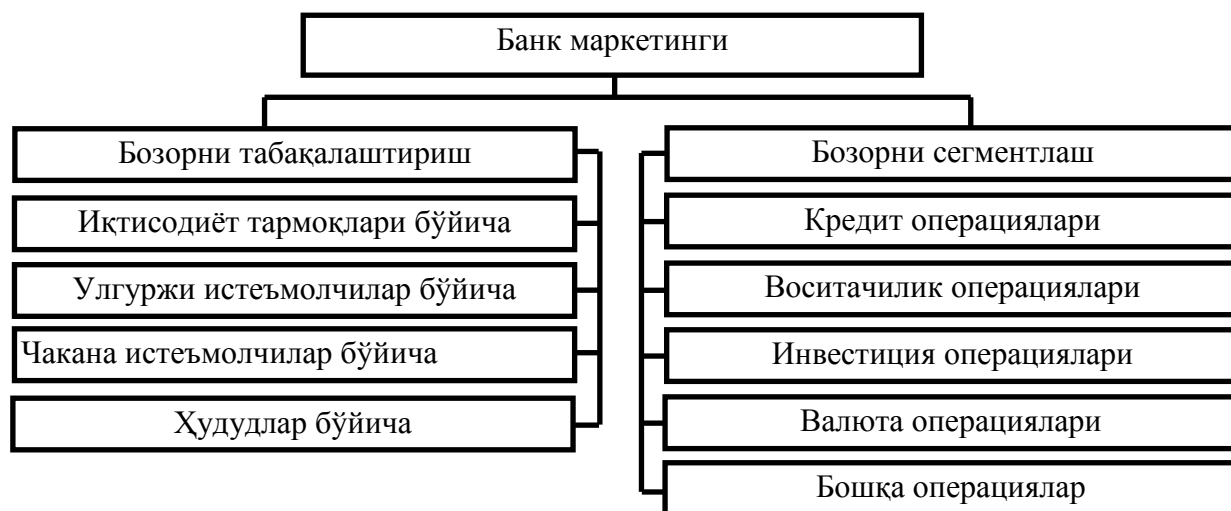
Халқаро амалиётда тижорат банклари фаолиятида маркетингнинг асосий мақсади бўлиб – банк хизматлари бозорида мавжуд хизматларни уларнинг истеъмолчиларига етиб боришини оқилона даражада таъминлашдан иборатдир. Ушбу маркетинг жараёни тижорат банклари томонидан барча мижозларни ҳар томонлама чуқур ўрганиш асосида уларнинг талабларини аниқлаш билан бошланиб, аниқланган талабларни тўла қондира оладиган янги хизмат турларини яратиш ҳамда уларни истеъмолчилар томонидан истеъмол қилиниши билан яқунланади. Тижорат банклари томонидан янги банк хизматларини амалиётга жорий қилиниши эса, айрим ҳолатларда жуда оддий омилларга масалан, мижозлар билан банк ходимларининг мулоқат қилиш масалаларига, уларнинг иш ўринларини жойланишига ҳамда янги хизмат турларини бўлажак истеъмолчиларга етказиш услубларига боғлиқ бўлади.

Ушбу омил эса тижорат банклари маркетингини ишлаб чиқишда куйидаги вазифаларни бажаришликни талаб этади:

1. Мавжуд ва келажакдаги банк хизматлари бозорини белгилаш.
2. Истеъмолчилар талабини тўлароқ қондириш мақсадида банк хизматлари бозорида аниқ йўналишларни аниқлаш.
3. Мавжуд ва келажакдаги банк хизматлари бозорида янги хизматлар турларини жорий этиш бўйича қисқа ва узок муддатли мақсадларни белгилаш.
4. Янги банк хизмат турларини амалиётга киритиш ва у юзасидан банк назоратини олиб бориш бўйича дастурни ишлаб чиқиш.

Банк хизматлари бозорини ўрганиш ва уларга бўлажак истеъмолчиларни аниқлаш мақсадида тижорат банкларида саноат ва савдо маркетингида анъанавий қўлланиб келинаётган усуллар яъни, табақалаштириш ва бозорни сегментлашдан кенг фойдаланадилар.

Бозорни сегментлашда эса банк хизматлари бозорида истеъмолчиларни талабларининг хусусиятлари ва таклифлари асосида бўлиш амалга оширилади. Тадқиқотда банк хизматлари бозорида сегментлаш усули кенг илмий тадқиқ этилган. (1.2.1-расм).



1.2.1-расм. Банк маркетингининг услублари

Ушбу омилларни амалга оширишда турли услублар қўлланилади. Табақалаштириш усулида банк хизматлари истеъмолчиларини ижтимоий-

иқтисодий ва демографик омилларга асосан гуруҳларга ажратиш амалга оширилади. Бозорни сегментлашда банк хизматлари бозорида истеъмолчилар талабларининг хусусиятлари асосида гуруҳлаш амалга оширилади. Амалиётда эса маркетинг фаолиятида ушбу усулларни бевосита боғлиқликда амалга оширишга ҳаракат қилинади. Фақат шундагина банк хизматлари бозорида маркетингнинг самарадорлик даражаси ошиши амалга оширилади.

1.3. Банк хизматлари бозори жозибадорлигини ошириш муаммолари ва уларнинг ечимлари

Жаҳон банклари иш фаолиятида ахборотларни сотиш ва молиявий маслаҳатлар каби хизматлар ҳам кенг урин олган. Бизнинг олдимизда турган масалалардан бири ҳам бу соҳани урганишдир.

Янги иқтисодий шароит ўз навбатида тижорат банкларининг ривожланишини улар кўрсатаётган хизматларга ва бу хизматларнинг қай даражада ташкил қилинганлиги булади. Чунки ишлаб чиқаришдаги каби банк соҳасида ҳам рақобат эртами-кечми ўз ишини бажаради.

Бозор иқтисодиёти барқарор ва самарали ишловчи банк тизимини яратиш мустақилликнинг биринчи кунларидан Ўзбекистонда юритилаётган иқтисодий сиёсатнинг энг муҳим йўналишларидан бири бўлди. “Ўзбекистоннинг молияга доир ёрдамчи тармоқларини, мамлакатнинг банк тизимини такомиллаштириш биз учун биринчи навбатдаги вазифадир”, - деб этироф этилган эди, чунки Мустақиллик элон қилингунича мамлакатда мустақил банк тизими мавжуд эмас ва мавжуд банк муассасалари собик Иттифок банк тизимининг таркибий қисми ҳисобланарди.

Бугунги кунда республика Ҳукумати ва Марказий банки мамлакатнинг мустақил банк соҳасини шакллантиришдек мураккаб вазифани муваффақият билан бажарганлигини мамнуният қайд этишимиз мумкин. Банк тизимида юзага келаётган ҳолатлар, бугунги кунда банк менежменти ва маркетингини янада ривожлантиришни талаб қилмоқда. Банклар сонини кўпайиши бу рақобатнинг кучайишидир.

Бозор муносабатлари шароитида хужалик юритишнинг юксак даромадларига эришилишини таъминловчи самарали йусинлари ва услубларини излаш алоҳида аҳамият касб этмоқда. Бу мақсадга эришувда ишлаб чиқаришни бошқариш услублари ҳамда воситаларни такомиллаштириш боришга алоҳида рол ажратилади.

Маълумки, ривожланган мамлакатларнинг аксариятида иқтисодий ён бошқариш борасида бой тажриба тўпланган. Шу тажриба асосида бошқарув соҳаси раҳбарлари ва мутахассисларининг янги авлодини тарбиялаш республикамизда ҳам тобора кенг ёйилмоқда.

Жаҳон банк тизимида руй бераётган туб ўзгаришлар, МДХ мамлакатлари банк тизимида ҳам тобора кўпроқ таъсир кўрсатаётир. Хуш, гап қайси ўзгаришлар туғрисида бормоқда?

Биринчидан, бу ўзгаришлар туловларнинг янги интеграция воситаларини юқори суръатлар билан шакллантирадиган банк операцияларини компютерлаштиришнинг технологик инкилоби билан боғлиқ. Бу жараёнлар талайгина молиявий харажатлар талаб қилади, банк иши қимматлашади, бироқ унинг самарадорлиги ва унинг тезкорлиги ошади, бу эса харажатлар узишини қоплайди.

Иккинчидан, банк ишида ўсиб бораётган рақобат банкларнинг қушилиб кетишига олиб келади, бу эса сармоялар бозорида ва иқтисоднинг инвестициялар соҳасида янги шароитларни вужудга келтиради. Ўзбекистоннинг банк тизими унга қам қувватли талай банклар қирганлиги сабабли, яқин вақт ичида бу таъмоийлнинг таъсирини бошдан кечиради.

Бу ҳодисага республика банк хизмати бозорида анчагина рақобатбардош ва самарали бўлган чет эл банкларининг пайдо бўлиши ҳам ёрдам беради.

Учинчидан, бу анъанавий банк хизматлари бозорига тобора шахдам одимлар билан қириб келаётган банкдан ташқари тўзилмалар билан рақобатнинг қучайиши. Жумладан, аҳолига кредит қарточкалари билан хизмат кўрсатиш соҳасида турли хилдаги тижорат тўзилмалари фаолият кўрсата бошлайдилар.

Тўртинчидан, банк ишларига бу хизматларнинг қўп сонли истеъмолчилари таъсири ортади. Истеъмолчи операцияларининг тезлиги ва сифати, ҳисоб-китобларнинг қулайлиги, миқдорларнинг эҳтиёжларига ўтказиш-эътибор қаратилишига нисбатан банкларга тобора қаттиқ

талаблар бошлайди. Банк тизими ҳозир ҳал қилиниши қийин бўлган дилемманинг кескинлашуви шароитида турибди. Қўйилмаларни жалб қилишда банклар экспансияси ва омонатчиларни зарарлардан қафолатлаш ўртасида асосий номуносивлик мавжуд. Қафолатлар молия институтларига қўшимча қўйилмаларни жалб қилиш имконини беради.

Қўйилмалар фаолиятининг омонатчилар томонидан бошқарилмаслиги эса, банкларга бу қўйилмалардан фойдаланишда кенг имкон яратиб беради. Бу икки омилнинг ўзаро уйғунлиги кредитлаш ҳажмларининг усиши учун шароит яратади.

Бироқ бу бошқарилмаслик кучайиши билан хавф-хатар ва компенсация ўртасидаги номуносивлик ортади. Шунинг учун ҳам банк тизимини ривожлантириш ва бошқаришга нисбатан самарали сиёсат олиб бориш зарур.

Бу вазифаларнинг барчаси банк менежменти билан боғлиқдир.

Менежмент - ташкил этиш ва бошқаришнинг тизимини тўғрироқ олиб бориши ҳақидаги илмий билимдир. Менежмент тушунчаси ва унинг иқтисодий моҳияти турлича тушунилади. Қисқа маънода менежмент сўзи - жамоани ташкил қилиш ва бошқариш билан боғлиқ бўлса, кенг маънода менежмент - банк фаолиятини ва унинг ишчиларини шакллантиришни бошқариш тушунилади.

Менежмент асосини-инсон омили, ўз ишини билувчи, шахсий ҳамда жамоа меҳнат фаолиятини ташкил эта олувчи ҳамда самарали бошқарувчи-шахс ташкил этади. Бу борада бошқарувчи - касбий билимга ва шахсий сифатларга:

юқори билимли, ўйлаш қобилияти чуқур ва зехнли, хавфни бошқара оладиган ҳамда режалаштирган ишларни қўрқмасдан амалга ошира оладиган шу билан бирга жамоаси орасида етакчилик қила оладиган шахс бўлиши шартдир.

Менежментнинг асосий мақсади-бошқаришнинг рационал усули орқали фойда олишдир. Лекин республикамизнинг ҳозирги иқтисодий

шароитида банк менежментининг асосий мақсади фақатгина фойда олиш эмас, балки жамиятнинг ижтимоий истеъмол талабларини қондиришдан ҳам иборатдир. Охирги йилларда банк менежментининг мақсадларига - жамоанинг ижтимоий муаммоларини ҳам ҳал қилишдан иборат булган масалалар турибди. Бусиз инсон ўз потенциалини намоиш эта олмайди ва меҳнат қила олмайди.

Буларнинг барчаси банк менежментига ҳам бевосита боғлиқ ва таалуклидир. Лекин банк менежментининг икки томони мавжуддир. Чунки банк иқтисодчи корхона менежменти ҳолатига банк миждозларига ҳамда банк менежментига ҳам эътибор беришлари зарур.

Шу билан банк менежментининг яна бир хусусияти банк бизнес хусусиятига бевосита боғлиқдир. Банк бизнеси бошқа тармоқларга қараганда унинг фарқи махсус "товар" "пул" билан фаолият кўрсатишидир. Юқоридагиларни ҳисобга олган ҳолда банк менежментининг ўзига хос хусусиятларни ва мақсадларини кўрсатиб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Бу хусусиятларга:

- пул бозори шароитида хужалик субъекти сифатида банк ишини рентабеллигини таъминлаш;

- кредитор ва жамгармачилар қизиқишини таъминлаш мақсадида, банкни ишончли шерик сифатида унинг баланси ликвидитлигини таъминлаш;

- банк миждозларига кўрсатилаётган хизматларини ҳажми, тури, сифатини яхшилаган ҳолда улар орасидаги алоқаларни доимийлигини таъминлаш учун миждозлар талабларини максимал қондириш;

- жамоанинг ишлаб чиқариш, тижорат ҳамда ижтимоий муаммоларни биргаликда ҳисобга олган ҳолда ҳал қилиш;

- мутахассисларнинг потенциалидан туларок фойда олиш мақсадида уларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларни жойларига қуйиш.

Бу мақсадларга эришиш учун банк менежменти миқдорий ва сифат ҳамда ижтимоий кўрсаткичларга таянади.

Микдорий кўрсаткичлар банк менежментининг барча соҳаларига тегишлидир. Микдорий кўрсаткичларга: банк мижозлари ва ракамлари сони; депозит хажми, кредит куйилмалри, операция ва хизматлар хажми ва бошқалар мисол була олади.

Сифат кўрсаткичларига эса банкнинг даромад ва харажат кўрсаткичлари маблаг`ларнинг айланиш тезлиги, операцияларни амалга ошириш харажатлари ва меҳнат хажми, хужжатларни қайта ишлаш кабилар киради. Хозирги кунда бу масалалар кундан-кунга ҳал қилиб борилмоқда. Ахборот тизими, электрон тулов тизими бунга яққол мисол була олади.

Банк менежментининг ижтимоий кўрсаткичларини уч гуруҳга ажратиб қуриш мумкин. Булар:

- жамоа аъзоларининг касбий тайёргарлиги;
- уларнинг меҳнатга муносабати;
- ижтимоий муаммоларни фарқ қилиш даражаси.

Банк менежментининг асосий хусусиятларидан яна бири, бу маъсул масаларни ҳал қилишда жамоа усулининг мавжудлигидир. Хозирги даврда банк менежментининг аниқ йўналиши қандай? Уларни иккита йирик қаралишга ажратиш мумкин. Биринчи гуруҳ саволларига, банкни ихтиёрида бўлган иқтисодий муаммоларни бошқаришни ташкил этиш, иккинчи гуруҳ саволларига эса банк жамоасини бошқаришни ташкил этишдан иборатдир.

Йўналишларнинг барчаси банк сиёсатига бевосита боғлиқдир. Банк сиёсатининг таҳлили натижасини аниқроқ чиқариш ва уни олиб бориш банк маркетингига чамбарчас боғлиқдир. Бу масала айниқса бозор иқтисодиёти шароитида ўзининг бирламчи кўрсаткичларидан эканлигини намоён қилади. Банк маркетинги - бу бозорда бўлаётган жараёнларни тула ҳисобга олган ҳолда компания ва фирма фаолиятини бажариш ва ташкил этиш тизимидир. Банк маркетинги эса шу маълум бир регионда ва региондан ташқарида банк хизматларига бўлган талаб ва таклифни

урганиш, банк хизматларига булган талабни бошқариш ва қондириш, турли банклар томонидан амалга оширилаётган бир турдаги операциялар харажатини таққослаш, рекламани амалга ошириш тизимидир.

Банк маркетинги биринчи навбатда банкнинг потенциал мижозларини қидириб топишини билдиради. Банк мижозни ҳамда ўзининг иқтисодий потенциалини биргаликда кушиб урғанади. Банк хизматини янги турларига булган талабни ўрганиш ҳозирги замон банкларининг энг долзарб масаласидир. Охирги йилларда банк муамаласига киритилган;

Факторинг, лизинг, ишонч (траст), воситачилик хизматлари ва уларга булган талабни урғаниб чиқиш шулар жумласига киради.

Тижорат банкларининг маслахат хизмати, кимматбаҳо коғозлар билан операциялари ҳам бундан мустасно эмасдир.

Банкнинг ўз маркетинг хизматини олиб бориши бир неча усулларига эга. Буларнинг энг биринчиси ҳамда оддийси - мижозлар билан олиб бориладиган бевосита олиб борадиган мулоқатидир. Мижозни ҳам банк ишчисини моддий томонидан рағбатлантирилиши бу вазифани ҳал қилишнинг асосий мезонларидан биридир. Мижозлар билан мулоқот қилиш услубига кура банк маркетинги икки турга, актив ва пассивга бўлинади.

Актив маркетинг ўз ичига:

-тўғри маркетинг, телефон, почта ва телевиденияни ўз ичига олган маркетингни;

-телемаркетинг, яъни янги бўлимдан кура иқтисодий самарадорлиги юқори булган маркетингни;

-конференциялар ўтказиш орқали банк хизматларини реклама қилувчи маркетингни;

-аҳолининг кенг оммасини сўроққа тутиш орқали ўрганиладиган гап маркетингни;

-банкда ташкил топадиган фокус-гурухларнинг ташкилий дискуссия бахслашув гурухлари маркетинги ва мижоз билан бевосита мулоқотда бўлган маркетингни олади.

2.БОБ. ДТ.”ХАЛҚ БАНКИ” САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ БОШҚАРМАСИ ФАОЛИЯТИНИНГ МАРКЕТИНГ БОШҚАРУВИ ТАҲЛИЛЛАРИ

2.1. ДТ. “Халқ банки” Самарқанд вилоят бошқармаси фаолиятида маркетингни ўрни ва уни такомиллаштириш йўллари

Маркетинг фаолиятини ташкил этиш маркетинг бошқаруви ташкилот тузилмаси қандайлигини, етарли даражада малакага эга бўлган маркетинг мутахассисларини танлашни, маркетинг бошқаруви системасида ҳуқуқ ва мажбуриятларни, вазифаларни тақсимлашни, маркетинг хизмати ходимларининг самарали фаолияти учун шароит яратишни ва маркетинг хизмати ходимларининг бошқа хизмат бўлимлари билан ҳамкорлигини самарали ташкил этишни ўз ичига олади.

Банк маркетингининг ҳолати ва сифати маркетинг хизмати қандай ташкил қилингани ва қанчалик самарали ишлаётганига бевосита боғлиқ. Жаҳондаги деярли ҳамма йирик ва кичик хусусий банклар мустақил маркетинг хизматига эга.

Банк маркетинг хизмати — бу махсус таркибий бўлинмалардир, уларнинг асосий вазифаси бўлиб маркетинг мақсадлари ва функцияларини бажариш ҳисобланади.

Маркетинг хизматлари бошқарувнинг икки поғонасидан иборат бўлиши мумкин: марказий маркетинг бошқармалари (ёки бўлимлари) ва оператив бўлимлар (ёки секторлар).

Банк маркетинг хизматининг асосий вазифалари:

1. Банк хизматлари бозори ва уларнинг ривожланиш истиқболларини комплекс ўрганиш.
2. Банк маҳсулотлари ва хизматларида қоникмаган эҳтиёжларни аниқлаш.
3. Хизмат кўрсатишни истеъмолчилар талабларига мослаштириш.
4. Рақобатчиларнинг фаолиятини, уларнинг харидорларга таъсир этиш стратегия ва тактикасини ўрганиш.
5. Банк хизматларига талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантириш.

6. Банк маҳсулотлари ва хизматларини барқарор сотилиши учун шароитларни таъминлаш.

Банкларда маркетинг хизматини ташкил қилишнинг етакчи тамойиллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

«Банк маркетинг учун эмас, маркетинг банк учун»;

«Маркетинг — банкнинг умумий иши»;

«Истеъмолчига иложи борица яқинроқ бўлиш».

“Мижоз банк учун эмас, банк мижоз учун”.

Банк маркетинг хизматининг раҳбари ва унинг ходимлари фойда келтирувчи бозорларни топа билиши, бозор вазиятини таҳлил қилиши, янги банк хизматлари ва маҳсулотлари чиқариш ҳақида тавсияларни тайёрлаши, бозорнинг истиқболини аниқлаши, маркетинг стратегияси, тактикаси ва дастурини ишлаб чиқиши, хизматга, унинг турига қўйиладиган асосий талабларни ишлаб чиқиши, банкнинг нарх ва сотиш сиёсатини аниқлаши ва уларнинг амалга оширилишини назорат қила олиши керак.

Шуни қайд этиш лозимки, маркетинг бошқаруви ташкилий тузилмасидан фойдаланишнинг ягона усули мавжуд эмас. Ҳатто бир хил типдаги банклар ҳам ҳар хил ташкилий структурани қўллайдилар. Лекин, кўпчилик ҳолларда маркетинг функцияларига асосланган, минтақаларга, маҳсулотларга, функционал-маҳсулотларга ва бозорга асосланган ташкилий тузилмалар кўп қўлланилади.

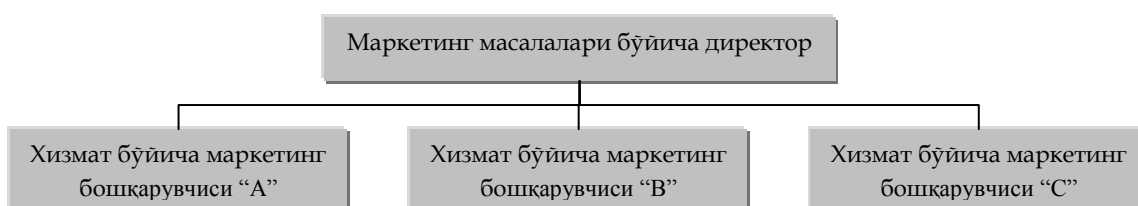
Қуйидаги 2.1.1-расмда банкларда маркетинг бошқарувининг функционал ташкилий структураси келтирилади.



2.1.1-расм. Банкларда маркетингнинг функционал ташкил этиш тузилмаси

Маркетинг бошқарувининг функционал ташкилий структураси жуда оддий, лекин унинг самарадорлиги банк маҳсулотлари ва хизматлари турлари ҳамда сотиш бозорлари сонининг ортиб бориши билан камайиб боради. Шу сабабли маркетинг бошқаруви ташкилий тузилмасининг бошқа турларидан ҳам фойдаланилади. Қуйидаги 2.1.2-расмда хизматгага асосланган ташкилий тузилмаси келтирилган.

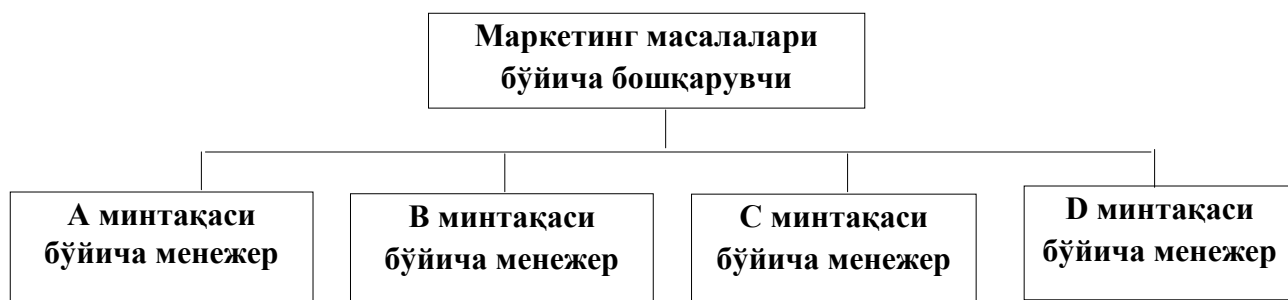
Бу 2.1.2-расмда келтирилган маълумотлардан шуни англаш мумкинки, бу ерда маркетинг бошқаруви бўйича асосий фаолият хизматга қаратилади.



2.1.2-расм. Банк маркетинг бошқарувининг хизматга асосланган ташкилий тузилмаси

Худди шунингдек, баъзи ҳолларда маркетинг бошқаруви минтақалар хусусиятларига ҳам асосланиши мумкин. Бунда банкнинг филиаллари ва минибанклари бўйича бошқарувчилар маркетинг фаолиятини

тадбирларини олиб боради. Қуйидаги 2.1.3 - расмда маркетинг бошқарувининг минтақаларга асосланган ташкилий тизими келтирилган.



3.1.3-расм. Банк маркетинг бошқарувининг минтақаларга асосланган ташкилий тузилмаси

Банк маркетинг бошқарувининг функционал-бозорга асосланган ташкилий тузилмасида функционал маркетинг хизмати бутун корхонанинг маркетинг вазифалари ва хизматлари бошқарувига қаратилган бўлади. Шу билан бир қаторда, маълум бир бозор учун маркетинг стратегияси ва режаларини амалга оширишда маълум бир бошқарувчи жавобгар ҳисобланади. Бу бошқарув тизимида товарга асосланган ташкилий тузилмадан фарқли ўлароқ, маркетинг фаолияти айрим олинган товарларга, балки аниқ бозор сегментларига қаратилган бўлади.

Ҳозирги кунда банк тизимида вилоятлардаги банк бошқармалари ва филиалларида маркетинг хизматини ташкил этиш масалалари малакали кадрлар ва воситаларнинг йўқлиги сабабли айниқса долзарб бўлиб қолмоқда. Лекин шунга қарамай, бу ерда маркетингни қўйидаги йўналишларда ташкил этиш мумкин:

- банкнинг республика бошқармаси билан биргаликда муайян маркетинг тадбирларини, масалан, бозорни ўрганиш, реклама компаниялари ва ҳоказоларни ўтказиш;
- маркетинг вазифаларини банкнинг энг яхши тайёргарлик кўрган ходимиغا юклаш;

➤ маркетинг тадбирлари (минибанклар тармоғини шакллантириш, хизмат турларини ривожлантириш, жамоатчилик билан ишлаш ва хоказо)ни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш учун маслаҳатчилар ва экспертларни таклиф этиш.

Банкларда маркетингни ташкил этиш жараёнининг бевосита ўзи, одатда, бир нечта босқичга бўлинади:

1. Банкга диагноз қўйиш босқичи (банк потенциалини таҳлил қилиш, ички ва ташқи муҳит ва мавжуд муаммолар ҳақидаги ахборот, маркетингни ташкил этиш ҳақида гипотезаларни тузиш).

2. Таҳлил босқичи (бозор ҳолати, рақобатчиларнинг хатти-ҳаракати, товар таклифи ва талаб ривожланиш истиқболларининг таҳлили).

3. Ташкилий босқич (банкнинг маркетинг хизмати ҳақидаги Низомни ишлаб чиқиш, маркетинг хизматини кадрлар билан таъминлаш бўйича тадбирлар тузиш, корхонанинг маркетинг концепциясини ишлаб чиқиш).

4. Услубий босқич (маркетингнинг ахборот тизимини яратиш; товар, нарх, тақсимот, реклама сиёсатларини амалга оширишнинг аниқ услубларини ишлаб чиқиш).

5. Жорий этиш босқичи (мақсад, стратегия, тадбир ва маркетинг харажатларини асослаш, маркетингнинг назорат тизимини шакллантириш, корхонада маркетинг фаолиятини мувофиқлаштирувчи ҳужжатларни ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш).

6. Ўргатиш босқичи (маркетинг хизмати мутахассисларини, бошқарув ходимларини маркетингга ўқитиш, стажировкаларни ўтказиш).

Маркетинг хизматининг кадрлар таркиби қуйидаги даражаларга эга бўлиши мумкин: бошқаришнинг стратегик даражаси (бош директорнинг маркетинг бўйича ўринбосари, маркетинг-директор), бошқаришнинг ўрта даражаси (махсулот ва хизмат бўйича менежер; бозор, минтақа, вилоят бўйича менежер; филиаллар ва минибанклар бўйича менежер; истеъмолчилар билан ишлаш бўйича менежер; реклама бўйича менежер; жамоатчилик билан алоқалар бўйича менежер), оператив-ижро этувчи

(савдо агенти, вакил, промоутер, реклама агенти, маркетинг бўйича менежернинг ассистенти, сотувчилар), техник (ўқитиш бўйича менежер, маркетинг назоратчиси), ёрдамчи (маркетинг тадқиқотлари бўйича менежер, маркетингнинг иқтисодчи-аналитиги, интервьюер, ахборотга компьютерда ишлов бериш бўйича мутахассис).

Маркетингни бошқаришнинг олий стратегик даражаси банкдаги маркетинг бўлинмаси ишининг бевосита раҳбарияти томонидан амалга оширилади.

Маркетингни бошқаришнинг ўрта даражаси ҳар хил йўналишдаги менежерлардан иборат бўлиб, маркетинг режасини ишлаш функциясини бажаришда, яъни хизматлар бўйича ва сотилишлар ҳажмининг прогнозларини тузишда, реклама компанияларини ўтказиш, бозор ахборотини тўплаш ва таҳлил қилишда, банк хизматларини бозорга силжитишда ва ҳоказоларда тадбирларни амалга оширади.

Банкда маркетингни бошқаришнинг техник даражаси ходимларни маркетинг фаолиятининг усулларига ўргатади, шунингдек, маркетинг тадбирларининг ўтказилишини назорат қилади (маркетинг харажатлари, товарлар сотилишининг режалари ва ҳоказолар устидан).

Ёрдамчи босқич маркетинг тадқиқотларини амалга оширади ва маркетингнинг ички аудитини ташкил қилади (бозор улуши, фойда, ассортимент жиҳатдан ва мақсадли бозорлар бўйича рентабеллик, банк маҳсулоти ва хизматиға истеъмолчиларнинг муносабатини таҳлил қилиш ва ҳоказо).

2.2 ДТ.”Халқ банки” Самарқанд вилояти бошқармасининг рақобатбардошлигини ифодоловчи кўрсаткичлар тизими ва уларнинг таҳлили.

Бозор муносабатлари банклар фаолиятига баҳо беришда қўлланилиши лозим бўлган кўрсаткичлардан бири, бу унинг иктисодий мустақкамлигини (Им) ифодоловчи кўрсаткичлардир. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун банк миқрозик фаолиятда хизмат кўрсатилган банк миқрозлар сонини ($M_{ур}$) фойдалилик нуқтасини таъминловчи (F_n) банк миқрозлар сонига ($M_{ур.фн}$) бўлиш лозимдир. Бу учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз.

$$K_{им} = M_{ур} / M_{ур.фн}$$

Ушбу формулада фойдалилик нуқтасини таъминловчи банк миқрозлар сонини ($M_{ур.фн}$) аниқлаш учун ўзгармас харажатларни ($У_{змх}$) банк миқрозик фаолиятнинг маржинал даромадлилигига ($Т_{фмд}$) бўлинади. Буни қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$M_{ур.фн} = U_{змх} / T_{фмд}$$

Агар ушбу формула орқали ҳисобланган миқдор бирга тенг бўлса ($M_{ур.фн} = 1$) корхона ўз фаолиятида зарар ҳам кўрмаган ва фойдага ҳам эришмаган бўлади. Агар $M_{ур.фн} > 1$ бўлса банк миқрозик фирма фойдага эришганлигидан, $M_{ур.фн} < 1$ бўлса зарар кўрганлигидан далолат беради. Ушбу кўрсаткичларнинг қиёсий таҳдшли қуйидаги жадвалда келтирилган (-жадвал).

2.2.1-жадвал

Самарқанд вилоятидаги банкларнинг рақобатбардошлиги миқдори ва даражасининг қиёсий таҳлили

Кўрсаткичлар	Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиали	Трастбанк	ТИФ Миллий банк	Ҳамкорбанк	ДТ халқ банки
1. Банк миқозлар сонн, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2. Банк миқозик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	120940,8	627291,0
3. Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4. Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5. Маржинал даромад, минг сум(2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8 1	121547,8
6. Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	183413	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7. Иқтисодий борқарорлик коэффнциенти (6қ:5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64 1	43,84
8.Банк миқозик фаолиятнинг ўзгарувчи харажаг-лилиги, минг сўм (3қ:1қ)	85,09	90,81	78,88	65,69	76,19
9.Банк миқозик фаолиятнинг самарадорлиги, минг сўм (2қ:1қ)	103,4	110,3	97,0	81,2	94,5
10. Банк миқозик фаолиятнинг маржинал даромадлиги, минг сўм (9қ-8қ)	18,31	19,45	18,12	15,51	18,31
11. Фойдалилик нукгаси миқдори, киши (4қ: 10қ)	1138	1960	2238	2664	3728
12. Фойдалилик нуктаси суммаси, минг сўм (11қ. 9қ)	117669,2	216188,0	217086,0	216316,8	352296,0
13.Корхонанинг иқтисодий муствакмилиг коэффиценти (1қ:11қ)	1,88	1,93	1,94	1,95	1,78
14. Корхонанинг иқтисодий муствакмилиги бўйича эгаллаган ўринлари	4	3	2	1	5

Корхонанинг иқтисодий муствакмилиги бўйича Ҳамкорбанк етакчилик қилмоқда. Унинг миқдори 1,95 коэффиценти ташкил қилади. Бу кўрсаткич эришилган натижанинг, яъни банк миқозлар сонининг фойдалилик нукгасини таъминлайдиган банк миқозлар сонига нисбатан 1,95 марта кўплигини билдиради. Қиёсий таҳдил натижалари бўйича 2-

ўринни В фирмаси эгаллаб турибди. Унинг микдори 1,94 мартани ташкил қилади. Мос равишда 3-ўринда Б фирмаси, 4-ўринда А фирмаси ва ниҳоят охириги 5-ўринда Д фирмалари эгаллаб турибдилар. Қиёсий таҳлил натижасининг кўрсатиши бўйича, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш, қайси фирманинг қайси жиҳатларига аҳамият бериш лозимлиги каби масалалар ойдинлашади.

Бозор муносабатлари шароитида таҳлилнинг асосий вазифаларидан бири, банкларнинг молиявий мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари кўрсатиб беришдан иборатдир. Чунки ушбу кўрсаткичларсиз эркин рақобат майдонида юқори самарадорлик билан фаолият кўрсатиш бироз мураккаб бўлади.

Бозор муносабатлари шароитида банк муассасаларининг хўжалик фаолиятини баҳолашда энг муҳим кўрсаткичлардан бири унинг молиявий мустаҳкамлиги ёки рақобатбардошлигини ифодаловчи кўрсаткичлардир (Крб). Агар $Kpб = 1$ бўлса банк мижозик фаолият натижасида олинган тушум фақат барча харажатларни қоплаганлигидан, ҳеч қандай фойда ёки зарар кўрмаганлигидан далолат беради. Агар $Kpб > 1$ бўлса корхона молиявий жиҳатдан мустаҳкам рақобатбардошлигидан далолатдир. Агар $Kpб < 1$ бўлса корхона ўз харажатларини ўзи қопламаётганлигидан, унинг фаолияти рақобатбардош эмаслигидан далолатдир. Ушбу кўрсаткичларнинг қай даражада эканлигини аниқлаш учун унинг молиявий мустаҳкамлик даражасини (Ммд) ҳам аниқлашни тақозо қилади.

Банкларнинг молиявий мустаҳкамлик даражаси, унинг рақобатбардошлик даражасини ҳам ифода этади. Ушбу кўрсаткичлар асосида бир қанча банк бўйича тегишли ўринларни аниқлаш мумкин.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, барча хўжалик юритувчи субъектларда уларнинг иқтисодий барқарорлиги, молиявий мустаҳкамлиги, рақобатбардошлиги, фойдалилик нуқтаси каби кўрсаткичлар бир-бирига ўзаро чамбарчас боғлиқдир. Банклар фаолиятига

баҳо беришда албатта ушбу бир-бирига боглиқ кўрсаткичлар тизимини инобатга олиш лозим, деб ўйлаймиз.

Мазкур кўрсаткичлар бўйича, Самарқанд вилоятининг таҳлил қилинаётган 5 та банк рақобатбардошлиги қиёсий ўрганилди (2.2.2-жадвал).

2.2.2-жадвал

Самарқанд вилояти банк хизматлари рақобат бозорининг бенчмаркетинг таҳлиллари

Кўрсаткичларнинг номи	Ипак йўли банки Самарқанд минтақави й филиали	Трастбанк	ТИФ Миллий банк	Ҳамкорб анк	ДТ халқ банки
1. Банк миқозлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2. Банк миқозик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0
3. Ўзгарувчи харажатлар, минг.сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4. Ўзгармас харажатлар, минг.сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5. Маржинал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6. Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7. Иқтисодий барқарорлик коэффиценти (6қ:5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8. Банк миқозик фаолиятнинг ўзгарувчи харажатлилиги, минг.сўм(3қ:1қ)	85,09	90,81	78,88	65,69	76,19
9. Банк миқозик фаолиятнинг самарадорлиги, минг сўм (2қ:1қ)	103,4	110,3	97,0	81,2	94,5
10. Банк миқозик фаолиятнинг маржинал даромадлиги, минг сўм (9қ-8қ)	18,31	19,45	18,12	15,51	18,31
11. Фойдалилик нуқтаси микдори, киши (4қ:10қ) .	1138	1960	2238	2664	3728
12. Фойдалилик нуқтаси суммаси, минг сўм (11қ. 9қ)	117669,2	216(88,0	217086,0	216316,8	352296,0
13. Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлик коэффиценти (1қ;11қ)	1,88	1,93	1,94	1,95	1,78
14. Молиявий мустаҳкамлик (рақобатбардошлик) микдори, минг сўм (2қ-12қ)	103606,8	200746,0	203236,5	204624,0	274995,0
15. Молиявий мустаҳкамлик (рақобатбардошлик) даражаси	103606,8	200746,0	203236,5	204624,0	274995,0

16. Фирмаларнинг рақобат кўрашидаги ўрни	4	3	2	1	5
--	---	---	---	---	---

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил қилинаётган банк мижозик фирмаларда (улар шартли равишда А, Б, В, Г, Д харфлар билан белгилаб олинган), иқтисодий барқарорлик Ҳамкорбанк даги 48,4 %дан « ДТ “Халқ банки”да 43,84 гача масофага эга. Ушбу маълумотлар бўйича хулоса қилинадиган бўлса, банк мижозик фирманинг иқтисодий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар миқдори анча юқори. Иккинчи ўринда ТИФ Миллий банк 48,48 % миқдор билан турибди, учинчи ўринни 48,23 % миқдор билан Трастбанк эгаллаган бўлса, тўртинчи ўрин 46,81 % миқдор билан Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиалига тўғри келади.

Охирги ўринда 43,84 % миқдор билан ДТ “Халқ банки” турибди. Бундан шундай хулоса чиқариш мумкинки, Ҳамкорбанкнинг олаётган маржинал фойдасининг қарийб ярмини (48,6 %) фойда суммаси ташкил қилади. Бундай жараён бозор муносабатлари шароитида ижобий ҳисобланади ва мазкур фирмани иқтисодий жиҳатдан барқарор деб баҳолаш мумкин. Худди шундай ҳолатни банк мижозик фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлик даражаси бўйича ҳам кўриш мумкин.

Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, банкнинг иқтисодий барқарорлиги юқори бўлгани унинг иқтисодий мустаҳкамлиги ҳам юқори бўлади. Ушбу ҳолатни характерловчи кўрсаткичларнинг ифодалашича биринчи ўринни Ҳамкорбанк 1,95 коэффицент билан эгаллаган бўлса, иккинчи ўринда 1,94 коэффиценти билан ТИФ Миллий банк, учинчи ўринда 1,93 коэффицент билан Трастбанк эгаллаб турибди. Ушбу кўрсаткич бўйича ҳам худди иқтисодий барқарорликни аниқлаш сингари тўртинчи ўринда Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиали (1,88) ва бешинчи ўринда ДТ “Халқ банки” (1,78) турибдилар.

Банкларнинг молиявий мустаҳкамлиги, яъни рақобатбардошлиги жиҳатидан ҳам шу бешта фирма маълумотлари таҳлил қилинди. Рақобатбардошликнинг миқдори бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, энг

юқори кўрсаткичга Ҳамкорбанк эришган, иккинчи ўринда Ҳамкорбанк ва ниҳоят охирги ўринда ДТ “Халқ банки” турибди. Шунинг алоҳида таъкидлаш жоизки, рақобатбардошликнинг миқдори ҳам бошқа миқдорий кўрсаткичлар сингари таҳлил қилинаётган кўрсаткичлар ҳолатига баҳо бериш учун етарли эмас. Шу туфайли рақобатбардошликнинг даражасини аниқлаш тавсия қилинган ва аниқ маълумотлар асосида уларнинг кўрсаткичлари ишлаб чиқилган. Ушбу кўрсаткичлар бўйича хулоса қилинадиган бўлса, шунинг таъкидлаш жоизки, 5 та фирма ичида энг рақобатбардошлиги Ҳамкорбанкдир. Иккинчи ўринда ТИФ Миллий банк, учинчи ўринда Трастбанк, тўртинчи ўринда Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиали ва ниҳоят бешинчи ўринда ДТ “Халқ банки” и эгаллаганлар.

Хулоса қилиб айтганда, фирмаларнинг иқтисодий барқарорлиги, мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш ва қиёсий таҳлил қилиш бўйича ишлаб чиқилган тавсияларимиз амалиётга жорий қилинса, сўзсиз, улар ишини яхшилаш, рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш имконияти тугилади ва таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилиш учун асос бўлади.

Ҳозирги пайтда мамлакатимизда иқтисодиёт кескин ривожланиш босқичига ўтган. Бу ҳолатда ижтимоий-иқтисодий тараққиётга эришишнинг муҳим йўлларида бири мамлакатимизнинг банкларининг мижоз салоҳиятидан самарали фойдаланишига ҳам бевосита боғлиқ.

2.3. ДТ. "Халқ банки" Самарқанд вилояти бошқармасининг банк хизматлари бозоридаги рақобат позицияси таҳлили.

Самарқанд тижорат банклари фаолияти таҳлили натижаларига кўра ДТ «Халқ банки» банк фаолиятнинг кўламлилиги даражаси бўйича 9 ўринни эгаллаган ва банкнинг бозордаги салмоғи 2,54% ни ташкил этган ёки 2013 йилга нисбатан 1,25 фоиз пунктга кўпайган.

2.3.1-жадвал

ДТ «Халқ банки» банки рақобат устунлиги омиллари таҳлили

(млн сўмда)

Кўрсаткичлар	2013 йил	2014 йил
Банк секторининг жами активлари	15700	20700
ДТ «Халқ банки» банки активлари	418,561	527,197
ДТ «Халқ банки» банкининг салмоғи (%)	2,66	2,54

ДТ «Халқ банки» банки рақобат устунлиги омилларининг SWOT - таҳлили.

Кучли жиҳатлар:

1. Юқори даражада диверсификацияланган миқдорлар базаси – миллий иқтисодиётнинг барча соҳаларига тегишли бўлган корпоратив, тижорат ва чакана миқдорлар.

2. Юқори малакали, ёш ва динамик ходимлар таркиби – илғор хориж тажрибасига йўналтирилган прогрессив ва инновацион фикрловчи жамоа.

3. Нафақат Самарқанд шаҳрида, балки минтақавий ҳудудларда ҳам шаклланган юқори имиж, шаҳар марказидаги репектабел бино.

4. Халқаро молия институтлари билан ҳамкорликнинг кўп йиллик тажрибаси ва вакиллик муносабатларининг ривожланган тармоғи – халқаро молия институтлари, ривожланиш институтлари ва етакчи банкларнинг молиялаштириш линиялари ва техник ривожлантириш лойиҳалари бўйича ҳамкорлик.

5. Республиканинг иктисодий фаол ҳудудларида филиаллар ва экспресс хизмат кўрсатиш шаҳобчаларининг кенг тармоғи – молиявий хизматлар бозорининг ривожланиш потенциалига эга бўлган ҳудудларда мавжудлик.

Кучсиз жиҳатлар:

1. Банк томонидан шакллантирилган дифференциаллаштирилган миқдорлар базасидан фойдаланиш самарадорлигининг етарли эмаслиги – хизматларни сотишнинг ривожланмаган кўникмалари ва тизимлари, комплекс хизматларни сотиш даражасининг пастлиги, шунингдек потенциал миқдорлар базасини қамраб олишдаги камчиликлар.

2. Ҳудудий бозорларнинг мавжуд ҳажмларини қамраб олиниш даражасининг пастлиги – ҳудудий филиаллар тармоғини ривожлантириш сиёсати ва уларни бошқариш самарадорлигини ошириш зарурати.

3. Меҳнат унумдорлиги даражасининг пастлиги – меҳнат самарадорлигини таҳлил қилиш ва мониторингини амалга ошириш механизмларидаги камчиликлар, бизнес ҳажмининг ўсиши ва унинг самарадорлигини ошириш ўртасидаги корреляциянинг кучсизлиги.

4. Рискларни бошқариш тизими самарадорлигининг пастлиги – банк фаолиятидаги бозор ва операцион рискларни ҳисобга олувчи марказлаштирилган тизимнинг мавдуд эмаслиги.

5. Банк корпоратив маданиятининг кучсиз томонлари – банк фаолиятининг якуний натижалари юзасидан етарли бўлмаган масъулият ва персоналнинг ривожланиш ва такомиллашувга етарли даражада интилмаслиги.

2.3.2-жадвал

Ҳудудий рақобат бозорининг асосий параметрлар бўйича таҳлили

Т.р.	Кўрсаткичлар	Умумий активлар	Капитал	Кредит портфели	Соф фойда	Капитал ретабеллиги	Активлар ретабеллиги	КП бўйича захиралар даражаси
1	ДТ «Халқ банки» банк	524196,66	29000	178753,63	10010,96	34,52	1,90	3,51
4	Траст банк	392442,42	15000	82875,15	13010,54	86,74	3,32	1,48

5	Хамкорбанк	412432,81	24419,40	220008,54	15000,07	61,43	3,64	4,04
6	Алоқабанк	344627,24	48946,41	161940,79	7007,00	14,32	2,03	0,41
8	Қишлоқ қурилиш банк	720306,72	150000	496794,64	7116,85	4,74	0,99	0,56
10	Ипак йўли банки	203921,77	22067,94	101583,98	3908,20	17,71	1,92	0,11

Банкни келгуси ривожлантириш имкониятлари ва потенциали кучли рақобат позициясининг сақланиб қолиниши билан боғлиқ.

**3-БОБ. ДТ «ХАЛҚ БАНКИ» САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ БОШҚАРМАСИНИНГ
ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИГИ ВА РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШ ВА
ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ**

**3.1. ДТ «Халқ банки»нинг иқтисодий самарадорлиги, уларга таъсир
қилувчи омилларни аниқлаш ва уларнинг таҳлиллари**

Банк муассасалари ўта мураккаб, дифференциал функцияли ташкилот бўлиб, уларнинг иш ҳажми турли хизмат ва операцияларга оид фаолият натижалари асосида жамланади. Турли бўлинмаларнинг хизматларини натурал кўрсаткичларда бир хил ўлчамга келтириб олиш мураккаб. Шунинг учун банк муассасалари иш ҳажмини таҳлил қилишда асосан қиймат кўрсаткичларидан ҳам кенг фойдаланилади.

ДТ «Халқ банки» Самарқанд вилояти бошқармаси ҳам хўжалик юритувчи субъект сифатида хўжалик фаолиятини юргизади ва маълум молиявий-хўжалик фаолияти натижаларига эга бўлади.

Бозор муносабатлари ҳар бир корхонанинг хўжалик фаолияти натижаларини таҳлил қилиш объектив зарурият бўлганлиги туфайли ДТ «Халқ банки» Самарқанд вилояти бошқармасида ҳам ушбу ишни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир. Чунки банкларнинг, шу жумладан ДТ «Халқ банки» Самарқанд вилояти бошқармасининг ҳам иш натижасидан нафақат ўзининг, балки унда ишлайдиган ходимлар, меҳнат жамоаси, давлат ва жамиятнинг ҳам манфаатлари мужассамлашган.

ДТ «Халқ банки» Самарқанд вилояти бошқармасида ҳам иш натижаси Узбекистон Республикаси Молия вазирлигининг 2002 йил 27 декабрдаги 140-сонли буйруғига 2-иловага (ЎЗР АВ томонидан 2003 йил 24 январда 1209 рақам билан рўйхатга олинган) асосан тўлғазиладиган "Молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисобот" 2-сонли шаклга асосан аниқланади. Ушбу ҳисоботда маҳсулот (товар, иш ва хизмат)лирни сотишдан соф тушум (010 катор) кўрсатилади, Бу унинг молиявий-хўжалик фаолияти натижасини ифодаловчи молиявий ҳисоботда ифода этиладиган асосий кўрсаткич бўлиб ҳисобланади. Ушбу ҳисоботдан бундан ташқари турли бошқа кўрсаткичларни ҳам олиш мумкин. Масалан,

ушбу ҳисоботда харажатлар турлари бўйича, фойда турлари бўйича ҳам кўрсатилади.

Хуллас, таҳлил қилиш учун кўрсаткичлар тизимига қуйидаги кўрсаткичларни киритиш мумкин:

- Банк хизматларидан тушган соф тушум;
- банк муассасаларининг даромадлари;
- банк муассасаларининг фойдаси.

Келтирилган барча кўрсаткичлар пулда ифодаланади.

Банк муассасаларининг соф тушумини (Ст) аниқлаш учун ялпи тушумдан (ЯТ) қўшилган қиймат солиғи (Ққс) ва акцизларни (Ас) айириш лозим бўлади. Мазкур кўрсаткич юқорида номи зикр этилган молиявий натижалар тўғрисидаги ҳисоботда ўз аксини топган. Бу қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\text{Ст} = \text{Ят} - \text{Ққс} (\text{Ас}) ;$$

Банк муассасаларининг даромадлари миқдори (Д) соф тушумдан (Ст) шу соҳа таннари (Тн) айрилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этилади:

$$\text{Д} = \text{Ст} - \text{Тн}$$

Банк муассасаларининг соф фойдаси (Фс) бошқа корхонапар сингари солиқ тўлангунга қадар фойдадан (Фсгк) солиқлар ва бошқа мажбурий тўловларни (Сол) айириш йўли билан аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

$$\text{Фс} = \text{Фсгк} - \text{Сол} ;$$

Бундан ташқари банк муассасалари фаолиятида бошқарув таҳлилини амалга ошириш учун натурал кўрсаткичлардан, хусусан банк миждозлар сонидан ҳам фойдаланилади. Миждозлар сонини таҳлил қилишда қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин:

- қабул қилинган миждозлар сони, шу жумладан потенциал миждозлар;
- кетган миждозлар сони, шу жумладан бошқа банк муассасаларига;

- жами мижозлар сони, шу жумладан потенциал мижозлар.

Ушбу кўрсаткичларни таҳлил қилишда қуйидагилар амалга оширилади:

- кўрсаткичларнинг (натурал ва қийматда ифодаланган) режага нисбатан ўзгариши мутлоқ ва нисбий миқдорларда аниқланади;
- уларнинг динамикаси аниқланиб, банк мижозик фаолият натижаларининг ўзгариш тенденциясига баҳо берилади;
- кўрсаткичлар ўзгаришига таъсир этувчи омиллар аниқланади ва уларнинг натижа ўзгаришига таъсири ҳисобланади;
- банк муассасаларида мавжуд бўлган ички ва ташқи имкониятлар аниқланади ва улардан оқилона фойдаланиш йўллари ишлаб чиқилади;
- таҳлил қилинаётган субъектнинг самарадорлигини ошириш учун тегишли бошқарув қарорлари қабул қилинади. Ушбу жараёнларни амалга ошириш учун турли таҳлилий жадваллардан ва ҳисоб-китоблардан фойдаланилади. Уларни амалга ошириш учун тегишли маълумотларни молиявий ҳисоботлар билан биргаликда бошқарув ҳисоби ва ҳисоботи маълумотларидан ҳам кенг фойдаланилади. Чунки, молиявий ҳисобот ягона стандарт бўйича тузилади. Аммо банк соҳаси ўзига хос хусусиятларга ҳам эга. Бу хусусиятлар уларнинг бошқарув ҳисоби ва ҳисоботида ўз аксини топади. Буларни амалга ошириш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (3.1.1-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мазкур таҳлил қилинаётган банкнинг бир молия йилида хизмат қилган мижозлар гуруҳларининг сони биттага кўпайган. Бу режага нисбатан 12,5 % кўпни ташкил қилади. Банк хизмат қилган мижозларнинг умумий сони эса 17,8 %га ошган. Банк фаолиятини таҳлил қилганда потенциал банк мижозларининг сонига алоҳида аҳамият бериш лозимдир. Бу кўрсаткич ҳисобот йилида 13,7 %га ошган. Потенциал банк мижозларнинг банкка келиши кўп жиҳатдан ижобий. Чунки, улар орқали пул тушуми таъминланади, янги иш ўринлари яратилади. Банкнинг соф тушум ҳажми

30,0 % ошган бир пайтда потенциал банк мижозлардан тушган тушум ҳисобот йилида 36,2 % ошганлиги уларнинг банк мижозларига хизмат қилганига қараганда анча самарадорлигидан далолат беради.

Ушбу кўрсаткичларнинг (хизмат қилинган банк мижозлари гуруҳларнинг сони, бирликда, банк мижозларнинг умумий сони, потенциал банк мижозлар сони, соф тушум ҳажми, шу жумладан потенциал банк мижозлардан тушган тушум) ўзгариш тенденциясини таҳлил қилиш учун уларнинг бир қанча йилларга ўзгариш динамикасини таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир. Ушбу кўрсаткичларни баҳолаш учун уларнинг қийматини солиштирма баҳода олиш лозимдир. Чунки, шу даврда баҳонинг қадрсизланиш даражаси турлича бўлганлиги ҳаммага аён. Таҳлил жараёнида албатта бу ҳолатни инобатга олиш лозим. Аммо статистика амалиётида, ҳозирги кунда инфляция даражаси барча товар ва хизматлар бўйича алоҳида-алоҳида кўрсатилмайди. Бу кўрсаткичларни қиёсий ҳолатга келтиришда бир мунча қийинчиликларни туғдиради. Бунинг учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (3.1.2.-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил қилинган даврда барча кўрсаткичлар ўсиш тенденциясига эга бўлганлар. Ҳисобот даври давомида банк мижозларининг сони 2014-2015 йиллар давомида 6,5% ўсган. Уларнинг умумий сони эса 1,2 мартага ошган.

ДТ "Халқ банки" фаолият натижаларининг 2013-2014

йиллардаги динамикаси

Йиллар	Хизмат қилинган банк мижозлари гуруҳининг сони, бирликда		Банк мижозларнинг умумий сони, киши		Потенциал банк мижозлар сони, киши		Соф тушум ҳажми, млн. сўм.		Шу жумладан потенциал банк мижозлардан тушган тушум, млн сўм	
	Мик-дори	Ўсиш суръати	Мик-дори	Ўсиш суръати	Мик-дори	Ўсиш суръати	Мик-дори	Ўсиш суръати	Мик-дори	Ўсиш суръати
2013	8	133,3	12456	178,5	8245	172,1	602,3	183,8	396,7	200,6
2014	9	150,0	13869	198,7	8793	183,5	670,5	204,6	424,7	214,7

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, потенциал банк мижозларнинг сони 1,2 мартага ошганлиги унчалик ижобий баҳоланмайди. Чунки унинг ўсиш тенденцияси барча банк мижозлар сонига нисбатан паст. Соф тушум ҳажми 2,0 баробардан кўп ошган. Аммо потенциал банк мижозлардан тушган тушумнинг микдори 2,1 мартадан кўпроққа ошган. Буни ижобий ҳол деб баҳолаш лозим. Чунки, потенциал банк мижозларнинг сонига нисбатан улардан тушадиган соф тушумнинг ўсиш суръати юқори. Булардан кўриниб турибдики, потенциал банк мижозларга хизмат қилиш анча самаралидир. Буни исботлаш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (3.3.3.-жадвал).

ДТ "Халқ банки" потенциал банк мижозлар самарадорлигининг 2013-2014

йиллардаги динамикаси

Йиллар	Жами банк мижозлар бўйича				Потенциал банк мижозлар бўйича			
	Соф тушум, млн. сум.	Сони, киши,	1 мижозга тўғри келадиган тушум, минг сўм	Ўсиш суръати, %	Соф тушум, млн. сўм.	Сони, киши,	1 банк мижозга тўғри келадиган тушум, минг сум	Ўсиш суръати, %
2013	602,3	12456	48,35	103,0	396,7	8245	48,11	116,5
2014	670,5	13869	48,36	103,0	424,7	8793	48,30	117,0

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, барча мижозлар бўйича битта банк мижозга тўғри келадиган тушум таҳлил даврида атиги 3,0 % га ошган. Аммо, бунинг ўзгариш тенденцияси турлича. Потенциал банк мижозлар бўйича битта банк мижозга тўғри келадиган соф тушум миқдори жами банк мижозларнинг ўртача миқдорига нисбатан анча паст. Масалан, 2013 йилда битта банк мижозга тўғри келадиган соф тушумнинг ўртача миқори 48,35 минг сўмни ташкил қилган бўлса, потенциал банк мижозлар бўйича унинг ушбу кўрсаткич 48,11 минг сўмни ташкил қилар экан.

Ушбу кўрсаткич 2014 йилда мос равишда 48,36 ва 48,30 минг сўмни ташкил қилади. Бунинг сабабини ўрганиш шуни кўрсатадики, банк мижозларнинг ташриф муддати потенциал мижозларга нисбатан кам экан. Бу эса мос равишда, ҳар бир потенциал банк мижозлардан олинадиган ўртача соф тушумнинг камлигига таъсир қилади. Аммо потенциал банк мижозлардан тушадиган соф тушум таҳлил қилинган даврда мунтазам равишда ўсиб борган. Натижада ушбу кўрсаткич 2013 йилга келиб деярли тенглашиб қолган, яъни 0,06 минг сўмни (48,30 - 48,36) ташкил қилади.

Таҳлилнинг навбатдаги вазифаси шу ўрганилаётган кўрсаткичларнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларни қиёсий жиҳатдан таҳлил қилишдан иборатдир.

Банк мижозик комплексларнинг хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда омилли таҳлил усулларида деярли фойдаланилмайди. Жуда кўп омиллар ва уларнинг таъсири ўрганилмайди. Шу туфайли кўпгина кўрсаткичларни яхшилаш бўйича ички имкониятлар очилмасдан қолиб кетадилар. Буларни инобатга олиб банкларнинг иш натижаларига таъсир этувчи омилларни ўрганишни мақсад қилиб қўйдик.

Банк соф тушумнинг ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилади. Уларга тадқиқотларимиз кўрсатишича қуйидагиларни киритиш мумкин.

- банк мижозлар гуруҳларининг сони (а);

-1 та банк муассасасига тўғри келадиган банк миждозларнинг ўртача сони (б);

- барча банк миждозларда потенциал банк миждозларнинг- улуши (с);

- битта потенциал банк миждозлардан олинadиган ўртача соф тушум (д)..

Натижа, яъни банк муассасасида соф тушумнинг ҳажми билан юқорида келтирилган омиллар ўртасидаги боғлиқлик қуйидаги формула билан аниқланади:

$$H = a \cdot b \cdot c \cdot d;$$

Бунда: H-потенциал миждозлардан олинadиган соф тушум суммаси;

a - барча банк миждози гуруҳлар сони;

b - битта банк муассасасига тўғри келадиган банк миждозларнинг ўртача сони;

c - барча миждозларда потенциал банк миждозларнинг улуши;

d — битта потенциал миждозлардан олинadиган ўртача соф тушум.

Ушбу омилларнинг таъсирини занжирли алмаштириш усули билан аниқлаш мумкин. У ҳолда омилларни аниқлашнинг кетма- кет ҳисобланиш йўллари қу йидагича амалга оширилади:

Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади: $AH_a = (a1.60. cO. dO) - (aO. 60. cO. dO);$

Натижа ўзгаришига иккинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади: $DH_b = (a1. 61. cO. dO) - (a1.60. cO. dO);$

Натижа ўзгаришига учинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади: $AH_c = (a1. 61. c1. dO) - (a1.61. cO. dO);$

4. Натижа ўзгаришига тўртинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади: $AH_d = (a1.61. c1. d1) - (a1.61. c1. dO);$

Барча омилларнинг таъсири одатдагидек, натижанинг умумий фарқига тенг. Бу қуйидаги формула билан аниқланади:

$$DH = AH_a \pm AH_b \pm DH_c \pm DH_d;$$

Ушбу формулаларга амалий маълумотларни ва иқтисодий таҳлилнинг занжирли алмаштириш усуллари қўллаб ечиш усуллари қўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг учун қуйидаги жадвал тузилади (3.1.4.-жадвал).

3.1.4.-жадвал.

**ДТ "Халқ Банки" банкнинг 2013 йил натижасига таъсир
қилувчи омилларнинг таҳлили**

Кўрсаткичлар	Режада	Ҳақ. да	Фарқи (+,-)	Занжирли алмаштиришлар		
				1	2	3
1. Банк мижозик гуруҳларнинг сони, бирликда	8	9	+1	9	9	9
2. Битта банк мижозик гуруҳга тўғри келадиган банк мижозларнинг ўртача сони, киши	1472	1541	+69	1472	1541	1541
3. Барча банк мижозларда потенциал банк мижозларнинг улуши, %	62,3	63,4	+1,1	62,3	62,3	63,4
4. Битта потенциал банк мижоздан олинадиган ўртача соф тушум, минг сум.	42,5	48,3	+5,8	42,5	42,5	42,5
5. Соф тушум ҳажми, млн. сум.	311,8	424,7	+112,9	350,8	363,3	373,7

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мазкур таҳлил қилинган банкнинг соф тушум ҳажми 112,91 миллион сўмга кўпайган. Ушбу ўзгаришга тўртта омил таъсир қилган. Буларга қуйидагилар киради:

1. Соф тушум ҳажми биринчи омил таъсирида, яъни банк мижози гуруҳлари сонининг 1 тага кўпайиши эвазига 39,0 млн. сўмга ошган:

$$(350,8 - 311,8 = +39,0 \text{ млн. сўм.}).$$

2. Соф тушум ҳажми иккинчи омил таъсирида, яъни битта банк мижозик гуруҳга тўғри келадиган банк мижозларнинг ўртача сонининг 69 нафар кишига кўпайиши эвазига 12,5 млн. сўмга ошган:

$$(363,3 - 350,8 = +12,5 \text{ млн. сўм.}).$$

3. Соф тушум ҳажми учинчи омил таъсирида, яъни барча банк мижозларида потенциал банк мижозлар улушининг 1,1 %га кўпайиши эвазига 10,4 мил. сўмга ошган:

$$(373,7 - 363,5 = +10,4 \text{ млн. сўм.}).$$

4. Соф тушум ҳажми тўртинчи омил таъсирида, яъни битта потенциал банк мижоздан олинадиган ўртача соф тушумнинг 5,8 минг сўмга кўпайиши эвазига 51,0 мил. сўмга ошган:

$$(424,7 - 373,7 = +51,0 \text{ млн. сўм.}).$$

Одатдагидек барча омиллар таъсири натижанинг умумий фарқи, яъни 112,9 млн. сўмни ташкил қилади:

$$(39,0 + 12,5 + 10,4 + 51,0).$$

Кўриниб турибдики, ҳали банк соҳасида омилли таҳлил усуллари етарли даражада ишлаб чиқилмаган. Шу туфайли ушбу соҳага алоҳида аҳамият бериш лозим, деб ўйлаймиз.

3.2. ДТ.Халқ банки” Самарқанд вилояти бошқармасининг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш

Мамалакат иқтисодиётининг келажаги, унинг соҳаларидан бири бўлган банк хизматлари соҳасидир. Банк келажақда албатта мамлакатимизда асосий даромад келтирадиган, давлат бюджетига барқарор тушумни таъминлайдиган соҳалардан бирига айланади. Банкнинг ривожланиши мамлакат келажагини белгилар экан, бу соҳа изчил ва барқарор тараққиёт этмоғи лозим.

Банкнинг барқарор ривожланишини таъминлаш учун унинг ҳар бир субъектини рақобатбардош ҳолатга келтиришни тақозо қилади. Бу эса банк соҳасида рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш заруратини тугдиради. Банк фаолиятини баҳолаш учун бир қанча кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин.

Бозор муносабатлари шароитида хўжалик юритувчи субъектларнинг, хусусан, банк мижозик фирмаларнинг ҳам иқтисодий барқарорлигини, мустаҳкамлигини ва рақобатбардошлигини таъминлашни тақозо қилади. Бу эса ўз навбатида ушбу кўрсаткичларни баҳолашни, таҳлил қилишни талаб қилади.

Банкнинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш учун унинг маржинал даромади имкон қадар кўпайтириши тақозо қилади. Бу эса ўзгарувчи харажатларни камайтириш эвазига эришилади.

Иқтисодий барқарорликни ифодаловчи кўрсаткич аниқлаш учун банк фаолиятдан тушган тушум (Тфт), ўзгарувчи харажатлар (Ўзх), ўзгармас харажатлар (Ўзмх), маржинал даромад (Мд) ва фойда суммаларининг (Ф) иштирокини таъминлаш лозим. Буларни аниқлагач банкнинг иқтисодий барқарорлигини ҳисоблаш (ИБ) учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$ИБ = \frac{Мд - УЗМХ}{Тфт - Узх}$$

Мазкур формуланинг суръати фойдани (Ф) берса, маҳражи маржинал даромадга (Мд) тенг бўлади. Агар буларни инобатга оладиган бўлсак, корхонанинг иқтисодий барқарорлиги (ИБ) Ф.нинг Мд. суммасига нисбати билан аниқланади. Мазкур кўрсаткичнинг миқдори маржинал даромаднинг фойда суммаси билан таъминланганлигини кўрсатади. Унинг миқдори қанча кўп бўлса корхона фойдаси бошқа ҳўжалик юритувчи субъектлар учун шунча яхши. Чунки фойданинг маржинал даромадга нисбатан қанча фоизлигини ифодалайди. Бу кўрсаткични ҳисоблаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$ИБ = \frac{Ф}{Мд}$$

Ушбу кўрсаткич, таъкидланганидек, корхонада фойданинг маржинал даромадга нисбатан неча фоиз ташкил қилганлигини кўрсатганлиги туфайли мазкур кўрсаткичнинг миқдори қанча кўп бўлса, корхона учун шунча яхши. Бироқ, шуни инобатга олиш лозимки фирма фойдасининг миқдори бизнес режадаги миқдордан кўп бўлиши, бў бўйича кўзда

тутилган режанинг бажарилган бўлиши лозим. Чунки Мд. Бир хил бўлиб фойда суммаси кўпайиб борса корхонанинг Иб. Ошиб боради. Шу туфайли ушбу кўрсаткични таҳлил қилганда албатта, фойда режасининг бажарилганлигини ва унинг динамикасини ўрганиш лозим. Фойда, тенг ҳолда, банк миқдори фаолиятидаи тушган тушум даражасига мутаносиб равишда ошиб бориши лозим.

Банкларнинг молиявий-хўжалик фаолиятини таҳлил қилиш усуллари таҳлилга оид адабиётларда деярли ёритилмаган. Буларни инобатга олиб, келтирилган кўрсаткичларнинг аниқланиш йўллари ва қиёсий таҳлилини аниқ амалий маълумотларни қўллаган ҳолда кўрсатиб беришга ҳаракат қиламиз.

Банкларнинг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш учун бир қанча кўрсаткичлардан фойдаланилади. Буларни амалга ошириш учун қуйидаги жадвални тузиш тавсия қилинади (3.2.1.-жадвал).

3.2.1.-жадвал.

ДТ "Халқ банки" Самарқанд вилояти бошқармасининг бозор тармоғидаги рақобат муҳитининг таҳлиллари

Кўрсаткичлар	Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиали	Трастбанк	ТИФ Миллий банк	Ўзқорбанк	ДТ "Халқ банки"
1. Банк миқдорлари, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2. Банк миқдори фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	42.0322,5	420940,8	627291,0
3. Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4. Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5. Маржисал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8

6. Фойда, минг сўм (5к-4к)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7. Иқтисодий барқарорлик, % (6к:5к)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8. Фирмаларнинг иқтисодий барқарорлиги бўйича ўринлари	4	3	2	1	5

Ушбу жадвал маълумотларининг қиёсий таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, ўрганилаётган 5 та банк иқтисодий барқарорлик бўйича энг юқори кўрсаткичга эришгани Ҳамкорбанк бўлиб ҳисобланади. Унинг иқтисодий барқарорлиги 48,64 %га тенг. Иккинчи ўринда ТИФ Миллий банк турган бўлса, 3-ўринни Трастбанк эгаллаган. 4-ўрин Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиалига тўғри келади, энг охирги 5-ўринни ДТ “Халқ банки” эгаллаган. Банкларнинг эгаллаган ўринларига қараб, қайси банк нималарга эътибор бериш лозимлиги келиб чиқмоқда, биринчи галда асосий эътиборни ДТ “Халқ банки Самарқанд вилояти бошқармасига берадиган бўлсак, навбатдаги эътиборни Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиалига қаратиш лозим ва ҳ.к.;

Таҳлилнинг банк фаолиятин ўрганишдаги навбатдаги вазифаси, айнан уларнинг иқтисодий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилишдан иборатдир. Чунки бозор муносабатлари шароитида ушбу кўрсаткичларни аниқламасдан, уларнинг барқарорлигини таъминламасдан туриб, уни банкротликдан, иқтисодий инқирозлардан сақлаб қолиш жуда мураккаб бўлади. Шу туфайли мазкур масала ҳам эътибордан четда қолиб кетмаслиги лозим.

3.3. ДТ “Халқ Банки” хизматлари рақобатбардошлигини оширишнинг асосий йўналишлари

Ривожланган мамлакатлар банк амалиёти тажрибаси шуни кўрсатадики, кенг турдаги банк хизматларининг жорий этилиши ва ривожланиши билан миллий иқтисодиёт таркибида банк капитали рентабеллигининг пасайиши кузатилади. Бу биринчи навбатда жисмоний шахсларга кўрсатиладиган банк хизматларининг сотиш ҳажми ва улушини сақлаб қолиш мақсадида нархнинг пасайтирилиши билан вужудга келадиган нарх бўйича рақобатлашувга боғлиқдир. Худди шундай жараён банк хизматлари ривожланиб бораётган мамлакатимиз банк тизими учун ҳам хосдир.

Ўтказилган тадқиқотлар ва таҳлилар шуни кўрсатадики банк хизматлари рақобатбардошлигини оширишнинг асосий муаммолари ички омилларга боғлиқ бўлиб стратегик позициялаштириш, хизмат кўрсатиш тезлигининг пастлиги билан намоён бўлмоқда. Банк рискларини бошқаришнинг самарали тизими мавжуд эмаслиги, замонавий сотиш каналларидан фойдаланиш даражасининг пастлиги нарх бўйича рақобатлашувда банкларнинг хизмат кўрсатиш имкониятини чекламоқда.

Шунингдек мамлакатимиз банк тизимида замонавий тўлов тизимларининг жорий этилаётганлиги масофавий фойдаланувчилар сонининг ортишига олиб келди. Бунинг натижасида банклар ўртасидаги рақобат янада кучаймоқда. Давлат томонидан қабул қилинган бир қатор меъёрий ҳужжатлар ушбу тўлов воситасининг сони кўпайиши, тўлов айланмасининг ҳажми ошиши ҳамда мазкур тизим инфратузилмаси ривожланишига замин яратди. Хусусан, Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 24 сентябрдаги «Пластик карточкалар асосида ҳисоб-китоб қилиш тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 445-сон Қарори, Президентимизнинг 2006 йил 3 августдаги «Пластик карточкалар асосида нақд пулсиз ҳисоб-китоб тизимини янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги 433-сон, 2010 йил 19 апрелдаги «Банк пластик карточкаларидан фойдаланган ҳолда ҳисоб-китоб

ти-зимини ривожлантиришни рағ-батлантириш бўйича кў-шимча чоратадбирлар тўғрисида»ги 1325-сон, 2010 йил 26 ноябрдаги «2011–2015 йилларда республика молия-банк тизимини янада ислоҳ қилиш ва барқарорлигини ошириш ҳамда юқори ҳалқаро рейтинг кўрсаткичларига эришишнинг устувор йўналишлари тўғрисида»ги 1438-сон қарорлари республикада пластик карточкалар асосида нақд пулсиз ҳисоб-китоблар тизимини янада ривожлантириш бўйича босқичма-бос-қич чоратадбирларни амалга оширишга ҳуқуқий асос яратди. Ана шу ҳуқуқий асос туфайли юртимизда пластик карточкалар бозорида юқори даражадаги силжиш кузатилди: 2004 йил ҳолатига уларнинг сони 406 мингта бўлган бўлса, 2014 йил 1 январь ҳолатига келиб 11068 мингтани ташкил қилди, яъни 27,3 маротаба ўсиш кузатилди. Шунингдек, ушбу карточкалар асосида амалга оширилган транзакцияларнинг ҳажми 2004 йилда 0,1 млрд сўмни ташкил қилган бўлса, 2014 йил 1 январь ҳолатига 16307,5 млрд сўмга етди, жорий йилда эса транзакцияларнинг 22758,7 млрд сўмга етди ва ўтган йилга нисбатан 1,39 маротаба ошганлигидан далолат беради.

Карточкали тўлов тизимларининг инфратузилмасига келсак, савдо ва ҳисоб-китоб шохобчаларининг терминаллар билан таъминланганлик даражаси 2004 йилда 2 782 тани, 2014 йил 1 январь ҳолатига 129679 тани ташкил қилди (46,6 маротаба ошган), банкомат ва инфокиоскаларнинг сони эса тегишли тарзда 151 тадан 1733 тага етди. Жорий йилда бу кўрсаткич мос равишда 158790 ва 1870 тага етди (5.3.1-жадвал).

2014 йилда мамлакатимиз бўйича 565264 минг киши ушбу тизимдан фойдаланган. Бу 2013 йилга нисбатан 21% кўп демакдир.

3.3.1.Жадвал

Масофадан банк хизматларини кўрсатувчи тизимлардан фойдаланувчиларнинг сони⁸

2015 йил 1 март ҳолатига

№	Банк	Интернет- банкнинг ва “Банк-Мижоз”	SMS-банкнинг ва мобил банкнинг	Жами
1	ТИФ Миллий банки	7806	46925	54731
2	АТ “Ўзбекистан саноат- қурилиш банки”	2594	2 739	5333
3	“Агробанк” АТБ	4414	204 116	208 530
4	“Ипотека-банк” АТИБ	5291	45 222	50 513
5	“Микрокредитбанк” АТБ	2375	15 517	17892
6	ДТ Халк банки	3738	17 236	20 974
7	Чет эл капитали иштирокидаги “Савдогар” АТБ	577	1 580	2 157
8	АТБ “Қишлоқ қурилиш банк”	1689	15 478	17 167
9	“Турон” АТБ	1921	3 043	4 964
10	Чет эл капитали иштирокидаги “Hamkorbank” АТБ	9135	9 625	18 760
11	“Асака”ДАТБ	2481	60488	62969
12	“Ипак Йули” АИТБ	3453	11250	14703
13	“Uzbekistan-Turkish Bank” АЖ	182	176	358
14	Трастбанк” ХАББ	2507	1829	4336
15	АТ “Алоқабанк”	2837	30076	32913
16	“ҚДБ Банк Ўзбекистон” АЖ	331	747	1078
17	“Туркистон” ХАТБ	413	151	564
18	Эрон “Содерот” банки	5	13	18

⁸ http://www.cbu.uz/uzc/section/payment_system/indicators–Банк карталаридан фойдаланиш бўйича чакана тўлов тизими

19	“Универсал банк” ХАТБ	758	581	1339
20	“Капиталбанк” АТБ	4617	23767	28384
21	“Равнақбанк” ХАТБ	479	210	689
22	“Давр- Банк” ХАТБ	2371	1321	3692
23	“Invest Finance Bank”» ХАТБ	1381	1642	3023
24	“Asia Alliance Bank”» АТБ	1637	6138	7775
25	“Hi-Tech Bank” ХАТБ	151	11	162
26	“Ориент Финанс” ХАТБ	878	1362	2240
	Жами	64 021	501243	565264

2004 йил 24 сентябрда 445-сон билан қабул қилинган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Пластик карточкалар асосида ҳисоб-китоб қилиш тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори доирасида Ягона умумреспублика процессинг маркази ташкил этилди. У савдо ташкилоти ёки хизматлар соҳасига ёхуд пластик карточка эгасига қайси банк орқали хизмат кўрсатилаётганидан қатъи назар, банк операцияларини барча савдо шохобчаларида ягона режимда олиб бориш имконини беради. Айни пайтда, Ягона умумреспублика процессинг маркази сўм пластик карточкаларини муомалага чиқарувчи 25 та тижорат банкни бирлаштиради. Марказда “UZKART” сўм пластик карточкалари бўйича нақд пулсиз ҳисоб-китоблар банклараро тўлов тизими ташкил этилган.

Ўзбекистонда ҳозирда пластик карточкалар асосида нақд пулсиз ҳисоб-китоб қилиш тизими жуда кенг тарқалган. Жойларда пластик карточкалар эгаларига кечаю кундуз хизмат кўрсатишга имкон берувчи ахборот-маълумот терминаллари тармоғи ишлаб турибди, терминаллар, банкоматлар ва инфокиоскларни таъмирлаш бўйича сервис хизматлари ташкил этилган.

Масофадан банк хизматларини кўрсатувчи тизимлардан фойдаланувчилар сони 2014 йилда 264390 нафарни ташкил этгани ҳисобга олинса, 2015 йил биринчи чорагида уларнинг сони 565264 нафарга етди ва

банк хизматларидан интернет орқали фойдаланувчиларнинг 300874 нафарга кўпайганини кузатиш мумкин.

Шунингдек мамлакатимизда фаолият юритаётган банклар томонидан ташкил этилган интернет орқали хизматлардан фойдаланувчилар сони ҳақида ҳам маълумот мавжуд. Банклар орасида интернет орқали хизматлардан энг кўп фойдаланувчилар “Агробанк” АКБ (194 минг 754 киши), “Асака” ДАТБ (57 минг 167 киши) ва ТИФ Миллий банк миждозлари ҳисобига тўғри келмоқда. Энг кам фойдаланувчилар эса, Эрон “Содерот” (19 киши), “Hi-Tech Bank” ХАТБ (196 киши) ва “Uzbekistan-Turkish Bank” АЖ (336 киши) банклари ҳисобига тўғри келмоқда.

3.3.2-жадвал

Муомалага чиқарилган банк пластик карточкалари, терминаллар, банкомат ва инфокиосклар тўғрисида маълумот

Худудлар	Муомалага чиқарилган пластик карточкалар и сони	Банклар томонида н ўрнатилг ан терминал лар сони	Банклар томонидан ўрнатилган банкомат ва инфокиоска лар сони	2014 йил давомида терминаллар орқали амалга оширилган тўловлар суммаси (млн. сўмда)
Қорақалпоғистон Республикаси	755129	8890	50	1251753
Андижон	854874	10927	113	1461802
Бухоро	887506	10331	92	1546762
Жиззах	438549	6222	32	676002
Қашқадарё	1179747	11579	64	1898848
Навоий	589363	7979	89	1130160
Наманган	862386	8425	102	1228102
Самарқанд	1094277	13482	127	1804744
Сурхондарё	766253	8927	92	1205816

Сирдарё	363812	4555	31	450368
Тошкент	827733	14131	70	1885646
Фарғона	1306171	13994	153	1985482
Хоразм	559091	7073	58	849013
Тошкент ш.	2 964539	32275	797	5384233
ЖАМИ	13449430	158790	1870	22758725

Олиб борилаётган пул-кредит сиёсати, замонавий тўлов ва масафавий хизмат кўрсатиш тизимларининг жорий этилиши бизнинг фикримизча банк хизматлари рақобатбардошлигига таъсир кўрсатувчи айрим жараёнларнинг вужудга келишига сабаб бўлади. Бу эса банкларнинг рақобатбардошликни таъминлашга қаратилган усулларни такомиллаштиришни кўзда тутди.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

1. Бизнинг фикримизча, банк маркетинги ўз моҳиятига асосан бир тарафдан тижорат банклари томонидан банк хизматлари бозорини ўрганишдаги ва унда банк хизматларини илгари суриш бўйича аниқ фаолиятини ҳамда иккинчи тарафдан тижорат банклари томонидан ўз мижозларининг талабларини ўрганиш ва уларни тўла қондириш асосида даромад олиш билан боғлиқ фаолиятни англатади.

2. Бизнинг фикримизча, банк хизматлари бозорда бирламчи сармоядорлар, вақтинча бўш маблағларига эга турли мулкчилик шаклидаги хўжалик юритувчи субъектлар, мамлакат аҳолиси ва давлат; ихтисослашган воситачилар ҳисобланган турли мулкчилик шаклида фаолият юритаётган тижорат банклари, қарздорлар, ўз фаолиятида вақтинча пул маблағларига эҳтиёж сезаётган хўжалик субъектлари, мамлакат аҳолиси ва давлат.

3. Банк хизматлари нарҳини шакллантиришда маркетингни қуйидаги мақсадларини келтириш мумкин: банкнинг ҳаётийлигини таъминлаш; жорий фойдани максималлаштириш ва банк хизматлари бозорида етакчилиكنи эгаллаш (рақобатчилар орасида етакчи бўлиш, юқори сифатдаги хизматни кўрсатиш).

4. Ўрганилаётган 5 та банк иқтисодий барқарорлик бўйича энг юқори кўрсаткичга эришгани Ҳамкорбанк бўлиб ҳисобланади. Унинг иқтисодий барқарорлиги 48,64 %га тенг. Иккинчи ўринда ТИФ Миллий банк турган бўлса, 3-ўринни Трастбанк эгаллаган. 4-ўрин Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиалига тўғри келади, энг охирги 5-ўринни ДТ “Халқ банки” эгаллаган. Банкларнинг эгаллаган ўринларига қараб, қайси банк нималарга эътибор бериш лозимлиги келиб чиқмоқда, биринчи галда асосий эътиборни ДТ “Халқ банки Самарқанд вилояти бошқармасига берадиган бўлсак, навбатдаги эътиборни Ипак йўли банки Самарқанд минтақавий филиалига қаратиш лозим

5. Замонавий тўлов ва масафавий хизмат кўрсатиш тизимларининг жорий этилиши бизнинг фикримизча банк хизматлари рақобатбардошлигига таъсир кўрсатувчи айрим жараёнларнинг вужудга келишига сабаб бўлади. Бу эса банкларнинг рақобатбардошликни таъминлашга қаратилган усулларни такомиллаштиришни кўзда тутди

6. Ўтказилган тадқиқотлар ва таҳлилар шуни кўрсатадики банк хизматлари рақобатбардошлигини оширишнинг асосий муаммолари ички омилларга боғлиқ бўлиб стратегик позициялаштириш, хизмат кўрсатиш тезлигининг пастлиги билан намоён бўлмоқда. Банк рискларини бошқаришнинг самарали тизими мавжуд эмаслиги, замонавий сотиш каналларидан фойдаланиш даражасининг пастлиги нарх бўйича рақобатлашувда банкларнинг хизмат кўрсатиш имкониятини чекламоқда.

Малакавий ишнинг асосий тавсиялари қуйидагилардан иборат:

1. Мавжуд ва келажакдаги банк хизматлари бозорини белгилаш.

2. Истеъмолчилар талабини тўлароқ қондириш мақсадида банк хизматлари бозорида аниқ йўналишларни аниқлаш.

3. Мавжуд ва келажакдаги банк хизматлари бозорида янги хизматлар турларини жорий этиш бўйича қисқа ва узоқ муддатли мақсадларни белгилаш.

4. Янги банк хизмат турларини амалиётга киритиш ва у юзасидан банк назоратини олиб бориш бўйича дастурни ишлаб чиқиш.

5. Банк хизматлари бозорини ўрганиш ва уларга бўлажак истеъмолчиларни аниқлаш мақсадида тижорат банкларида саноат ва савдо маркетингида анъанавий қўлланиб келинаётган усуллар яъни, табақалаштириш ва бозорни сегментлашдан кенг фойдаланиш. Бунда бозорни сегментлашда эса банк хизматлари бозорида истеъмолчиларни талабларининг хусусиятлари ва таклифлари асосида бўлиш амалга ошириш.

ҲОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎХАТИ
Ўзбекистон Республикаси президенти И.А.Каримов асарлари ва
маърузалари

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, Т:–2012 йил –32 б
2. И.А.Каримов. “Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009. – 120 б.
3. 2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир. Ўзбекистон Президенти Ислам Каримовнинг мамлакатимизни 2014 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2015 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. 2015 йил 16 феврал.
4. Банк тизимини янада эркинлаштириш ва ислоҳ қилиш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Тошкент ш.,2000 йил 21 март,ПФ-2564-сон

Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Вазирлар Маҳкамаси
қарорлари

1. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги Қонуни 2011 йил 14 ноябрь
2. Ўзбекистон Республикасининг «Банклар ва банк фаолияти тўғрисида»ги Қонуни 1996 йил 25 апрел
3. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон тўловлар тўғрисида»ги Қонуни 2005 йил 16 декабрь № ЎРҚ-13

4. Ўзбекистон Республикасининг «Валютани тартибга солиш тўғрисида»ги, Қонуни 11 декабр 2003 йил 556-II-сон
5. Ўзбекистон Республикасининг «Микрокредит ташкилотлари тўғрисида»ги Қонуни 2006 йил 20 сентябрь ЎРҚ-53-сон
6. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки Бошқаруви томонидан тасдиқланган «Уй-жой мулкдорлари ширкатларининг тижорат банклари томонидан миллий валютада кредитлаш тартиби тўғрисида» Н и з о м 2002 йил 26 декабрдаги 506-1 сон.
7. Ўзбекистон Республикасида нақд пулсиз ҳисоб-китоблар тўғрисида Низом., 2013 йил 3 июн, 2465-сон
8. “Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” 18 ноябрь, 2008 йил
9. “Банкларнинг капиталлашувини янада ошириш ва иқтисодиётни модернизациялашдаги инвестиция жараёнларида уларнинг иштирокини фаоллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» 12 июль, 2007 йил.
10. Тижорат банклари депозитларига аҳоли ва хўжалик субъектлари бўш пул маблағларини жалб этишни янада рағбатлантириш кўшимча чора-тадбирлари тўғрисида 6 апрель, 2009 йил.

Асосий адабиётлар

1. M.S.Qosimova, Sh.J. Ergashxodjaeva, L.T.Abduhalilova Strategik marketing.: Darslik. –Т.: TDIU, 2012. 220 b
2. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Ergashxodjayeva SH.D. Marketing. Darslik, - Т.: TDIU, 2010. 265 b.
3. Абдуллаева Ш.З. Пул, кредит ва банклар. - Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2007 йил, 348 бет
4. Денги, кредит, банки: учебник/под ред. И.О. Лаврушина.–8-е изд., перераб. и доп. –М.: КНОРУС, 2009.–560 с.

5. Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство. –М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2001. –238 с
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. - 656 с.
7. Котлер Ф. Управление маркетингом – М.: Финансы и статистика, 2000. – 745 с.
8. Кузнецова, Е. И. Деньги, кредит, банки: учебное пособие / Е. И. Кузнецова; под ред. Н. Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 567 с.
9. Л.Вальрас, В.Паретто «Элементы чистой политической экономии» (Elements d'èconomie politique pure, 1874)
10. Лаврушин, О. И. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие / О. И. Лаврушин, О. Н. Афанасьева, С. Л. Корниенко. – М.: КНОРУС, 2005. – 256 с.
11. Маркетинг финансовых услуг./ Р.Стефенсон: пер. с англ. Илина В.В и Болдышевой А. В.; под ред Е.В.Калугина. –М: Вершина, 2007,–256 с
12. Маркетинг: Учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили, К.Ховард, Ю.А. Цыпкин и др.; Под ред. Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
13. Масленченков, Ю. С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: технология финансового менеджмента клиента (Кн. 3) / Ю. С. Масленченков. – М.: Перспектива, 1997. – 221 с.
14. Мухитдинова У.С. Фирминг товар ассортименти сиёсати. -Т.: ТДИУ, 2011. - 143 бет
15. Н.К.Моисеева, Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии. Моисеева Н.К., Конышева М.В. М.: Финансы и статистика, 2002. — 304 с.
16. П.Роуз. «Банковский менеджмент, предоставление финансовых услуг» Под ред. И.В. Башниш, И.Е. Новикова. - М.: Дело, 1997. - 744 с

17. Портер М.Э. Конкуренция.: пер.с англ.—М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.

18. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 454 с.

19. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ.; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. — М.: Международные отношения, 2004. — 896 с.

20. Пардаев М.К., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили. Т.: Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи, 2003.- 256 бет.

21. Ш. Шодмонов, Т. Жўраев Иқтисодиёт назарияси Тошкент: 2000 й, 146 б

22. Юсупов М.А., Эргашходжаева Ш.Д. Товарлар ва хизматлар маркетинги. Ўқув қўлланма. —Т.: ТДИУ, Иқтисодиёт, 2013. —174 бет.

Диссертация авторефератлари

1. Абдурахманова М.М. Банк хизматлари бозорида маркетинг фаолиятини ривожлантириш. Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. Тошкент. 2010 йил. —25 бет

2. Кудашева Ю.С. совершенствование методики оцнки конкурентоспособности коммерческого банка. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Ставрополь -2007 г.—182 с

3. Мирзамайдинов Б.К. Банк хизматида маркетинг самарадорлиги (Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий фаолият миллий банки мисолида). Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун диссертация. Т.: ТДИУ. 2008. — 26 бет.

4. Мустафаев Б.З. Банк маркетинги-молия бозори шаклланиши ва ривожланишининг асоси. Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун диссертация. -Т.: ТДИУ. 1998. –32 бет

Интернет сайтлари

1. el.tfi.uz –ТМИ электрон кутубхонаси
2. <http://fikir.uz>–ZiyoNET ахборот таълим тармоғи қошидаги шахсий ва жамоат блоги
3. <http://lex.uz>– Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги
4. <http://tdiu.uz> – ТДИУ электрон кутубхонаси
5. www.ziynet.uz – таълим портали
6. <http://www.cbu.uz> – Ўзбекистон Республикаси Марказий банки расмий сайти
7. <http://www.finance.uz>– Ўзбекистон банклари ҳақида маълумотлар
8. <http://stat.uz/>– Ўзбекистон Республикаси статистика қўмитаси расмий сайти
9. <http://www.nbu.com/uz>– Ўзбекистон Республикаси ТИФ Миллий банки расмий сайти