

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ

Кредит-иқтисод факультети

“Банк иши” кафедраси

Мустақил иш

Мавзу: Тижорат банклари пассив операцияларида харажатларни қандай камайтириш мумкин? (“Агробанк” очик акциядорлик тижорат банк мисолида)

**Бажарди: 4 курс КБИ-71 гуруҳ
талабаси Азимов С.**

Текширди: к.ўқ.Н.Усмонова

Тошкент-2011

РЕЖА.

Кириш.

1. Агробанкда маркетингни ташкил этишнинг мақсади, вазифалари ва таъйинлари
2. Агробанкнинг пассив операциялари турлари, ҳаражатлари ва уларнинг таҳлили
3. Агробанкда банк менежментини ташкил этиш асослари ва унинг ўзига хослиги
4. “Агробанк” очик акциядорлик тижорат банкида банк менежментини бошқариш усуллари

Хулоса

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

Кириш

Ўзбекистон Республикаси банк тизимида мустақиллика эришилгандан сўнг бир қатор ютуқларга эришилди. Ўзбекистон банк тизимида амалга оширилган ислохотлар натижасида мамлакатимизда икки поғонали банк тизими шакллантирилди ва банкларнинг амалга оширадиган операциялари халқаро даражага кўтарилди.

Хусусан банк тизимининг эркинлаштирилиши ва хусусийлаштирилиши бунга мисол бўла олади. Банкларнинг ихтисослашуvidан воз кечиш ва улар фаолиятининг универсаллашуvi ҳам айнан мустаўиллик йилларида амалга оширилган ислохотларнинг бири бўлиб ҳисобланади.

Банклар томонидан жалб қилинган жами депозитлар ҳажми 52 фоизга ошиб, 2011 йил 1 январь ҳолатига кўра 13,2 трлн. сўмга етди. Жумладан, аҳолининг кредит ташкилотларидаги депозитлари ҳажми 1,5 баробарга ошиб, 4,4 трлн. сўмдан зиёдни ташкил этди. 2010 йил охирига жисмоний шахслар томонидан очилган банк ҳисобварақлари сони 1000 та катта ёшли аҳолига 1012 тани ташкил этди. Бу эса халқаро амалиётга мувофиқ юқори кўрсаткич ҳисобланади.

Банклардаги омонатлар ҳажмининг ошишида аҳоли реал даромадларининг ўсиши ҳамда банк тизимининг барқарорлиги асосий омил бўлгани ҳолда, банклардаги омонатларнинг тўлиқ қайтарилиши давлат томонидан кафолатланганлиги ва улардан олинадиган фоиз даромадлар солиқдан озод этилганлиги ҳамда 410 хилдан ортиқ омонат турлари таклиф қилинаётганлиги банк депозитларини қулай, хавф-хатарсиз ва барқарор даромадли молиявий инструментга айлантирди.

Шунингдек, 2010 йил давомида банкларнинг 172,4 млрд. сўмлик узок муддатли облигациялари инвесторлар ўртасида жойлаштирилган бўлса,

аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларга сотилган депозит сертификатлари қолдиғи 281,7 млрд. сўмни ташкил қилди.¹

Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида тижорат банкларининг фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш банк фаолиятида муҳим аҳамият касб этади. Тижорат банкларининг фаолиятини бошқариш ва у орқали банк даромад базасини ошириш ҳозирги куннинг энг муҳим масалаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Банк фаолиятини бошқаришда банк менежменти ҳал ўилувчи ўринни эгаллайди. Банк менежменти ва маркетинги курси асосида тижорат банклари фаолиятининг асосий йўналишлари ёритилади. Бундан ташқари ҳозирги рақобат кураши кучайган бир шароитда тижорат банклари ўзларининг сифатли ва хилма-хил хизматларини таклиф ўилиш орўали ўз имкониятларини оширадилар. Рақобат курашида тижорат банклари ўзларининг узоқ йилга мўлжалланган маркетинг стратегияси асосида миждозлар бозорини ўрганади ва янги банк хизматлари кўрсатиш имконига эга бўладилар.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида банклар ва уларнинг барқарор фаолият юритиши кўп жиҳатдан унинг бизнеси қай даражада ташкил этилганига боғлиқ.

Ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг асосий мақсади даромад олишдир, шу жумладан тижорат банклари ҳам ўз фаолиятлари натижасида даромад олиб боради.

Банк менежментининг асосий моҳияти банкларнинг самарали фаолият юритишига ва уларнинг ишончлилигини таъминлашга, кўпроқ даромад олишга эришишдир.

Маркетинг товар ва хизматлар бозорини ўрганиш ва ташкил қилиш маъносини билдиради. Банк соҳасидаги маркетингнинг ўзига хослиги аввало банк маҳсулотининг хусусиятида белгиланади.

¹ www.cbu.uz

1. Агробанкда маркетингни ташкил этишнинг мақсади, вазифалари ва тамойиллари

Замонавий маркетинг таъсирида банк ва мижоз ўртасидаги муносабатлар ҳам ўзгармоқда. Банк олдин омонатчи ва қарз олувчиларга банк маҳсулотларининг маълум бир турларини таклиф қилган бўлса, эндиликда у доимий равишда мижозларнинг алоҳида гуруҳлари, йирик фирмалар, кичик корхоналар, жисмоний шахслар ва х.к. манфаатларига йўналтирилган хизматларнинг янги турларини ишлаб чиқиши керак. Банк фаолиятининг ягона мезони мижозларнинг ҳақиқий эҳтиёжлари бўлиб қолмоқда.

Агробанкда банк маркетингини ишлаб чиқишда қуйидаги масалаларга алоҳида эътиборни қаратади:

- янги мижозлар билан муносабатларни ўрнатишни таъминлаш;
- фаолият алоқаларининг ривожланишига асос яратиш;
- янги операциялар ва банк хизматларини татбиқ қилишга ёрдам берувчи аналитик текширувларни амалга ошириш;
- бозор конъюктурасини ўрганиш;
- мижозларга ташкилий ва маслаҳат ёрдамини кўрсатиш, яъни маркетинг хизматлари фаолияти банк хизматлари бозорини ҳар томонлама таҳлил қилишни, зарурий бошқарув қарорларини қабул қилиш бўйича банк бошқаруви учун тавсияларни ишлаб чиқишни, маркетинг режасини ишлаб чиқиш ва банк хизматларини бозорга чиқариш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш ва бошқаларни ўз ичига олади.

Агробанкнинг маркетинг мақсадларидан бири - янги мижозларни доимий жалб қилишдир.

Банк соҳасидаги маркетинг кредит ресурслари бозорини ўрганиш, мижозларнинг молиявий ҳолатини таҳлил қилиш ва қилинган хулосалар замида банкка омонатларни жалб қилиш имкониятлари ҳамда банк

фаолиятидаги мумкин бўлган ўзгаришларни олдиндан тахмин қилишга қаратилади.

Агробанк маркетинг соҳаси қуйидаги тамойиллар асосида олиб борилади:

1. Барча банк ходимларининг фаолияти муайян мақсадларга эришишга қаратилган бўлиши лозим.

2. Маркетинг фаолиятини ташкил этиш жараёни комплекс характерга эга бўлиши.

3. Маркетингнинг пировард ва жорий режалаштиришнинг бирлиги.

4. Қабул қилинаётган маркетинг қарорлари устидан назорат.

5. Ҳар бир банк ходимининг ташаббускорлиги ҳамда ижодий фаоллигини рағбатлантириш.

6. Банк ходимларини ўз малакасини доимо оширишга қизиқтириш.

7. Банк коллективида ижобий психологик шароитни яратиш.

Маркетинг – бу банк фаолиятини бошқаришнинг бозор концепциясидир, у бозорни ва иқтисодий конъюктурани, мижозларнинг талабларини ўрганишга қаратилади.

Маркетингнинг мақсади талабни шакллантириш ва рағбатлантириш, қабул қилинаётган қарорларни ва режаларни асосланганлигини таъминлашдир.

Агробанк маркетингининг асосий масалалари:

1. Доимо ўзгариб турадиган пул бозорида банк фаолиятини рентабеллигини таъминлаш;

2. Кредитор ва мижозлар манфаатини кафолатлаш учун банк ликвидлигини таъминлаш;

3. Мижозларнинг банк кўрсатаётган хизматлар тузилиши, ҳажми ва сифати бўйича талабларини максимал даражада қондириш. Бу ўзаро муносабатларнинг барқарорлигига шароитлар яратади;

4. Банк хизматларига бўлган янги эҳтиёжларни излаш. Маркетинг

изланишларини амалга ошириш;

5. Янги мижозларни банкка жалб қилиш. Мижознинг эҳтиёжларига йўналтирилган ишончли муассаса сифатидаги банк имиджини кўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш;

6. Банк коллективининг тижорат ташкилий ҳамда ижтимоий муаммоларини комплекс равишда ҳал этиш.

Ҳозирги кунда банкнинг маркетинг хизматлари қуйидагилар билан шуғулланади:

- ◆ хизматларни таклиф қилиш учун мавжуд ва потенциал бозорларни аниқлаш;

- ◆ банк хизматларини таклиф қилишнинг энг фойдали соҳаларини танлаш ва бу соҳалардаги мижозларнинг эҳтиёжларини аниқлаш;

- ◆ хизматларнинг мавжуд ва янги яратилган турларини ривожлантириш учун қисқа ва узоқ муддатли мақсадларни аниқлаш;

- ◆ хизматларга бўлган эътиборни жалб қилиш ва бўнда банк томонидан хизматларнинг сифатли курсатилиши ва уларни амалга оширишдан фойда олиш устидан доимий назорат қилиш шартларига риоя этиш.

Банк маркетинг хизматини асосий йўналишлари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- * текширувларни амалга ошириш, банк бозорида талабни прогнозлаштириш;

- * банк маҳсулоти бозорини сегментларга ажратиш ва мақсадли бозорни танлаш, истеъмолчиларнинг бозордаги ҳаракатини ўрганиш;

- * банкнинг хўжалик концепциясини аниқлаш;

- * маркетинг усулларида фойдаланиш ва комбинация қилиш ва банк маркетингининг тактикасини аниқлаш;

- * маркетинг стратегиясини аниқлаш, уни бошқариш ва назорат қилиш.

Маркетинг - банк фаолиятини бошқаришнинг бозор концепцияси бўлиб, у бозорни ва бозор конъюктурасини, мижозларнинг эҳтиёжлари ўрганиб таклиф қилаётганда хизматларни тўла қондиришга йўналтиришдир. Маркетинг мақсадлари талабни шакллантириш ва рағбатлаш, бошқариш режаси ва бошқарув қарорларининг асосли бўлишини таъминлаш кўрсатилаётган хизматлар ҳажмини кенгайтириш бозор улуши ва даромадларни оширишдан иборат.

Банк фаолиятининг тижорат шакли маркетингни кенг қўллашни талаб этади. Банк соҳасидан маркетингнинг хусусиятларини нафақат у пул ресурсларини фойдали ишлатиш ва банк ишини такомиллаштиришга кўмаклашуви сабабли, балки банк фаолиятининг объекти бўлиши пул оборотининг хусусиятларини ҳам келтириб чиқаради. Шундан банк маркетинги биринчи навбатда хўжаликлардан нақд пулсиз ҳисоб-китобларни мукаммаллаштириш ҳисобига пул оборотининг тўла ишлашига қаратилган бўлмоғи лозим. Маркетинг банк мижозларининг эҳтиёжларини таҳлил қилиш ва қондириш, хом ашё етказиб берувчилар, тайёр маҳсулот ҳарид килувчилар молиявий ва банк тизими хизматлари ва ҳ. билан ҳисобларни тез ва аниқ ўтказишга қаратилмоғи лозим. Банк маркетинги банк мижозлари, жумладан, фаолиятини ҳисобга олувчи, уларнинг шерикларини жойлашишининг хусусиятларини, уларнинг молиявий ҳолати ва банк пул оборотига таъсир этувчи омилларни ҳисобга олган ҳолда, янги шакллари билан боғланди.

Маркетинг нуқтаи назаридан ёндашиш банкнинг биринчи навбатда ўз маҳсулоти эмас, балки мижозларнинг ҳақиқий эҳтиёжлари заминида фаолият юритишни назарда тутadi. Шу сабабли бозорни пухта ўрганиш, банк хизматлари истеъмолчиларининг ўзгарувчан хоҳиш ва талабларини таҳлил этиш зарурдир. Банк ходими молиявий маҳсулотлар сотувчига айланади. Ҳар бир мижоз билан муомала жараёнида у молиявий хизмат

кўрсатишнинг мижозга керакли шакллари аниқлаши ва ҳар бир битимнинг зарурати ва фойдалилигини тушунтириши лозим.

Агробанк фаолиятидаги асосий маркетинг концепциялари куйидаги йуналишлардан иборат:

- Ишлаб чиқариш ёки банк технологиясини такомиллаштириш концепцияси. Унга асосан мижозлар нархи юқори бўлмаган, мавжуд хизмат турларига қараб банкларга мижоз бўладилар.

- Маҳсулот ёки банк хизматларини такомиллаштириш концепцияси. Концепциянинг асосий тамойили, шундан иборатки, унда банк хизматларини мижозлар томонидан сотиб олишга жалб этади, чунки бу хизматлар ўз характерига ва сифатига кўра рақобатчилар таклиф этаётган хизматлардан юқорилиги билан фарқ қилиши ҳисобига, истеъмолчиларга катта фойда келтиради.

- Савдо ёки тижорат ҳаракатларини кучайтириш концепцияси. У мижозларни жалб этиш ва хизматларни сотиш ҳажмининг ўсишини таъминлаш учун маркетинг текширишларга асосан банк хизматлари рекламасига ва илғор ахборотларга асосланади,

- Анъанавий концепцияга асосан банк хизматларидан фойдаланиш ҳажмининг ўсишини таъминлаш учун, алоҳида ижтимоий гуруҳлар ва аҳолининг аниқ талабини ва эҳтиёжини таҳлил қилиб амалга ошириш мумкин. Бошқача қилиб айтганда маркетинг, у ёки бу банк хизматларига бўлган талаб ва таклифларни таҳлил қилишдан бошланиши керак ва шундан сўнггина уни ўтказиш учун таклифлар ва дастурлар ишлаб чиқилади.

- Ижтимоий концепцияда мақсадли фалсафа, мафкура, банк стратегияси ва сиёсати умуминсоний фазилатларга қаратилади.

2. Агробанкнинг пассив операциялари турлари, ҳаражатлари ва уларнинг таҳлили

“Агробанк” очик акциядорлик тижорат банки капиталлашув даражасини янада оширишга, банкнинг инвестиция жараёнларида, иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришларни амалга оширишда, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳатдан қайта жиҳозлашдаги кенг иштироки билан банк-молия тизимида фаолиятини кенгайтириб, қимматли қоғозлар бозорини такомиллаштиришга алоҳида эътибор қаратиб келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2008 йил 8-октябрдаги “Агробанк” акциядорлик тижорат банкининг инвестициявий фаоллигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори ижросини таъминлаш мақсадида банкнинг эълон қилинган акциялари доирасида 50 млрд. сўмлик қўшимча акцияларининг 14-эмиссияси муомалага чиқарилди.

Бугунги кунда бу акцияларнинг жойлаштирилиши якунланмоқда.

Ҳозирги пайтда Агробанк акциядорлари 82,7 мингга етиб, улардан 18600 таси юридик, 64100 нафари жисмоний шахслар ва хусусий тадбиркорлардир.

Банк депозитларига аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларнинг бўш пул маблағларини жалб этиш мақсадида 2009 йилнинг биринчи ярмида 2,5 млрд. сўмлик депозит ҳамда 500 млн. сўмлик омонат сертификатлар муомалага чиқарилди ва миқдорларга тарқатилди.

Шунингдек, аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларнинг бўш пул маблағларини мунтазам жалб этиб боришни таъминлаш мақсадида банкнинг юридик шахслар учун 5 млрд. сўмлик, жисмоний шахслар учун 500 млн. сўмлик узоқ муддатли депозит сертификатларининг янги эмиссияси чиқарилди. Ушбу эмиссиядан 2 млрд. сўмлик депозит ва 500 млн. сўмлик омонат сертификатлар жойлаштирилиб, 2010 йил 1-январь ҳолатига кўра

депозит ҳамда омонат сертификатлар бўйича жалб қилинган маблағлар 5,1 млрд. сўмни ташкил этди.

Банк бизнеси кўламининг кенгайиши ўз навбатида капиталлашув даражасини оширишни тақозо этади. Ҳисобот йили бошига нисбатан банк капитали 41 млрд. сўм ёки 32 фоизга ўсиб, йил якунига келиб 173 млрд. сўмни ташкил этди. Банк капиталининг таркибида устав капитали 46 фоизни, қўшимча капитал 1 фоизни, захира капитали 42 фоизни ва тақсимланмаган фойда 11 фоизни ташкил этди. Ҳисобот даврида Марказий банк томонидан капиталнинг етарлилиги бўйича ўрнатилган барча меъёрлар тўлиқ бажарилди. Хусусан, капиталнинг етарлилик коэффиценти 14 фоизни, 1-даражали капиталнинг етарлилик коэффиценти эса 14 фоизни ва левераж 11 фоизни ташкил этди.²

Банк ресурсларини шакллантириш билан боғлиқ бўлган операциялар банкларнинг пассив операциялари дейилади. Пассив операциялар ёрдамида тижорат банкларнинг пассив ва актив – пассив ҳисобидаги пул маблағларининг салмоғи ошиб боради. Банкларнинг пассив операциялари уларнинг фаолиятини ташкил қилишда катта маъқега эга. Тижорат банкларининг пассив операциялар ёрдамида тижорат банклари кредитлаш учун зарур бўлган кредит ресурсларини ташкил қилинади.

Тижорат банклари пассив операцияларининг, асосан, тўртта шакли мавжуд:

1. Тижорат банклари қимматбаҳо қоғозларини муомалага чиқариш йўли билан ресурслар йиғиш.
2. Банк фойдаси ҳисобидан ҳар хил фондлар ташкил қилиш ёки фондлар суммасини ошириш.
3. Бошқа кредиторларнинг маблағларини жалб қилиш.
4. Депозит операцияларни амалга ошириш.

² ОАТБ Агробанкнинг йиллик ҳисботи асосида тайёрланди, 2009 й.

Тижорат банкларининг ресурслари банкнинг ўз маблағлари. жалб қилинган ва эмитентлашган маблағлар ҳисобидан шаклланади.

Юқорида келтирилган пассив операцияларнинг биринчи ва иккинчи шаклларида банкларнинг ўз маблағлари юзага келади ва қолган охириги икки шаклида кредит ресурсларнинг иккинчи қисми жалб қилинган ресурслар юзага келади.

Банкларнинг ўз маблағларига банкнинг устав капитали, резерв капитали, махсус фондлар, моддий рағбатлантириш фонди, бошқа ҳар хил ташкил қилинган фондлар ва тақсимланмаган фойдаси киради.

Банк иши технологиясидаги муваффақиятлар жорий ҳаражатларни камайтиришга имкон беради.

Ҳаражат - бу пул воситасини ишлаб чиқариш (банк) ва ноишлаб чиқариш (нобанк) фаолиятларига ишлатиш (ҳаражат қилиш) тушунилади.³

Одатда, тижорат банклари ҳаражатларини қуйидагича таснифланади:⁴

1. Операцион ҳаражатлар:

1.1. фоизли ҳаражатлар

1.2. комиссион ҳаражатлар

1.3. молия бозоридаги операциялар бўйича ҳаражатлар

1.4. бошқа операцион ҳаражатлар.

2. Банк фаолиятини функционаллаштиришни таъминлаши бўйича ҳаражатлар.

3. Бошқа ҳаражатлар

Банк операцияларни бажариш билан боғлиқ бўлган ҳаражатлар операцион ҳаражатлар дейилади. Уларни тўғри ёки ўзгарувчан ҳаражатлар дейиш мумкин. Чунки, ҳаражатнинг катталиги банк амалга оширган операция ҳажмига тўғридан тўғри боғлиқ бўлади.

³ Фрост Стивен М. Настольная книга банковского аналитика: Пер. с англ. Руяд М. - М., Днепропетровськ: баланс бизнес букс, 2009. – 672 с.

⁴ Е.П.Козлова, Е.Н.Голонина «Бухгалтерский учёт в коммерческих банках». М.: 2006 г.

Банк фаолиятини таъминлаш бўйича харажатлар таркибига қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. персоналга харажатлар (иш ҳақи, премия, моддий ёрдам, ходимларга ҳар хил имтиёзлар бериш, командировка харажатлар¹, персоналии излаш ва ўқитиш бўйича харажатлар, ишни қўриқлашга харажатлар ва бошқалар);

2. бино ва иншоотларга харажатлар (ижара, амортизация, биполяр ремонт ва эксплуатацияси, коммунал тўловлар, ер солиғи, мол-мулк солиғи, бинони қўриқлашга харажатлар ва бошқалар)

3. иш жойини асбоб-анжомлар билан таъминлашга харажатлар (сотиб олиш, ремонт, банк ускуналарини хизмати ва асранганлиги: компьютер, мебел, куриқ сигнализация, сейф, ҳисоб машиналари, валюта детектор лари ва бошқалар);

4. рекламага харажатлар;

5. банк фаолиятини информацион таъминлашга харажатлар (вақти-вақти билан бўлиб турадиган нашрлар, махсус адабиётларни сотиб олиш ва ёзилиш, информацион маҳсулотлар ва ташқи агентлар хизматига тўловлар, маркетинг изланишларига харажатлар);

6. алоқа вателекоммуникацияга харажатлар (алоқа каналларини ўтказиш ва ижараси, телефон ва Интернет хизматига тўловлар ва бошқалар);

7. транспорт харажатлари;

8. банк фаолиятини таъминлаш бўйича бошқа харажатлар (аудиторлик текширувларига харажатлар, акционерлар йиғилишини ташкил этишга, нотариал ва юридик хизматларга тўловлар).

Банк фаолиятини таъминлаш бўйича харажатларни ҳар хил мезонлар бўйича қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин:⁵

- жорий харажатлар ва капитал характердаги харажатлар (асосий воситаларни сотиб олиш);
- ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш харажатлар;

⁵ Платонов В. Банковское дело: стратегическое руководство. М.: 2000

- чиқимларга тегишли харажатлар ва соф фойдадан амалга оширилган харажатлар;
- меъёрий ва номуеърий харажатлар.

Тижорат банклари фаолиятининг асосий мақсади - бозордаги мустаҳкам давқ ва барқарор узок функционаллаштиришни таъминлаган ҳолда максимал фойда олишдир. Ҳамма актив ва пассив операциялар натижасида банкнинг олган фойдаси ёки зарарининг миқдори йиғилган ҳолда акс этади. Шу сабабдан ҳам, пассив бўйича мажбуриятлар ва актив бўйича талабларни бошқариш масаласи банкнинг муҳим вазифаси бўлиб ҳисобланади.

Пассивларни бошқаришнинг асосий вазифаларига:

- банк ишончилигини таъминлаш ҳамда унинг актив операциялари ҳажмини кенгайтириш (фойдалилик мақсадига эришиш) учун зарур ва етарли миқдорда ўз капитали ҳажмини аниқлаш (ликвидлилик мақсадига эришиш). Капитал ҳажмига банкларнинг ўзи ва ҳар бир мамлакатнинг мувофиқлаштирувчи органлари ҳамда халқаро ташкилотларнинг ўсиб бораётган талаблари нафақат барқарорлик ва ишончилилик нуқтаи назаридан, балки молия бозоридаш иштирокининг кенгайиши, бошқа ҳамкорлар бизнеси билан бирлашиш ёки қўшилиб кетиш билан ҳам асослангандир;
- банкларга мижозлар олдидаги ўз мажбуриятларини бажариш (ликвидлик мақсадига эришиш) ва актив операциялар ривожини (фойдалилик мақсадига эригишиш) учун зарур бўлган ресурсларни қидириб топиш,
- банк ликвидлигини таъминлаш ҳамда «арзон» ресурслардан фойдаланиш ҳисобига фойда олиш мақсадида муддатли омонатлар ва талаб қилиб олингунча депозитга пул маблағларини жалб этиш киради.

Агробанк пассив операцияларида харажатларни камайтириш бугунги кунда банкнинг энг долзарб масалаларидан бири бўлиб турибди ва бунинг ижобий ҳал этилиши банкка ижобий самара олиб келиш билан бирга ресурслар самарадорлигини ошишини ҳам таъминлайди.

3. Агробанкда банк менежментини ташкил этиш асослари ва унинг ўзига хослиги

Истиклолга эришганимиздан кейин иқтисодиётимиз учун янги бўлган кўп иқтисодий тушунча ва категориялар кириб келди. Иқтисодиётнинг ажралмас бўғинларидан бири бўлган банк тизимида ҳам туб ўзгаришлар юз бера бошлади. Бир поғонали банк тизимидан етакчи мамлакатлардагидек икки поғонали банк тизимига ўтиш лозим эди, чунки бозор иқтисодиётига мос келувчи замонавий банк тизимини яратиш зарурияти туғилди.

Менежмент - бу бошқарув, яъни ресурсларни, одамларни бошқариш, самарали фаолият олиб бориш ва фойда олишни билиш, уни кўпайтириш жараёнидир. Шу нуқтаи назардан бошқарув - бу ўзига хос юксак саънат ва маҳоратни талаб қилувчи танлов, шу танлов асосида қарор қабул қилиш ва унинг бажарилишини назорат қилишдир. Бизга маълумки, банкларнинг фаолият юритишидан асосий мақсад ҳар қандай тижорат корхоналари сингари фойда олишдир. Бунинг учун банк ўзининг барча мавжуд ресурслардан (моддий ресурслар, молиявий ресурслар, меҳнат ресурслари ва бошқалар) оқилона фойдаланиши, активларни даромадли фаолиятларга йўналтириши, ҳаражатларни камайтириб, фойдани ошириш учун асосланган қарорларни қабул қилишга ҳаракат лозим бўлади. Менежмент эса - бу бошқарувчига танловни тўғри амалга оширишни ва ишчан қарорни қабул қилишни ўргатишдир

Агробанк менежментини ташкил этиш шартлари қуйидагилар тавсифлар билан аниқланади:

- 1) Стратегик таҳлил, режалаштириш, сиёсатни ишлаб чиқиш ва бошқарув
- 2) Режалаштириш сифати
- 3) Рискларни бошқариш (кредит, фоиз ва валюта рисклари)
- 4) Банк ликвидлигини бошқариш

5) Инсон ресурсларини бошқариш

6) Назорат тизимини тузиш: аудит ва ички аудит, даромадлилик мониторинги, рисклар ликвидлилиги

7) Ягона информацион технология: ҳужжатлар айланиши, бухгалтерия ҳисоботи, жорий таҳлил ва назорат, стратегик режалаштиришнинг комплекс автоматизацияси.

Юқорида санаб ўтилган шартларнинг бажарилиши менежмент ва унинг ташкилий қисмларининг амалга оширилишида ўз аксини топади.

Банк менежментининг асосий моҳияти банкларнинг самарали фаолият юритишига ва уларнинг ишончлилигини таъминлашга, кўпроқ даромад олишга эришишдир. Бунинг учун банкларнинг ликвидлилиги қай даражада эканлигини аниқлаш жуда муҳимдир. Ликвидлилик банк фаолиятини тавсифлайдиган асосий сифат кўрсаткичларидан бири бўлиб, у банк томонидан мажбуриятлар ўз вақтида бажарилиши ҳамда активлар ўсишини таъминлаш билан бирга депозитлар ва қарз маблағлари даражасини самарали бошқаришни билдиради.

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида банклар ва уларнинг барқарор фаолият юритиши кўп жиҳатдан унинг бизнеси қай даражада ташкил этилганига боғлиқ.

Ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг асосий мақсади даромад олишдир, шу жумладан тижорат банклари ҳам ўз фаолиятлари натижасида даромад олиб боради.

Тижорат банкларининг ресурсларини оптимал даражада ушлаб туриш учун банкларнинг жалб қилинган маблағлари устидан доимий операцион менежментни олиб бориш лозим. Бунда, қуйидагиларни инобатга олган ҳолда таҳлил қилиб бориш керак:

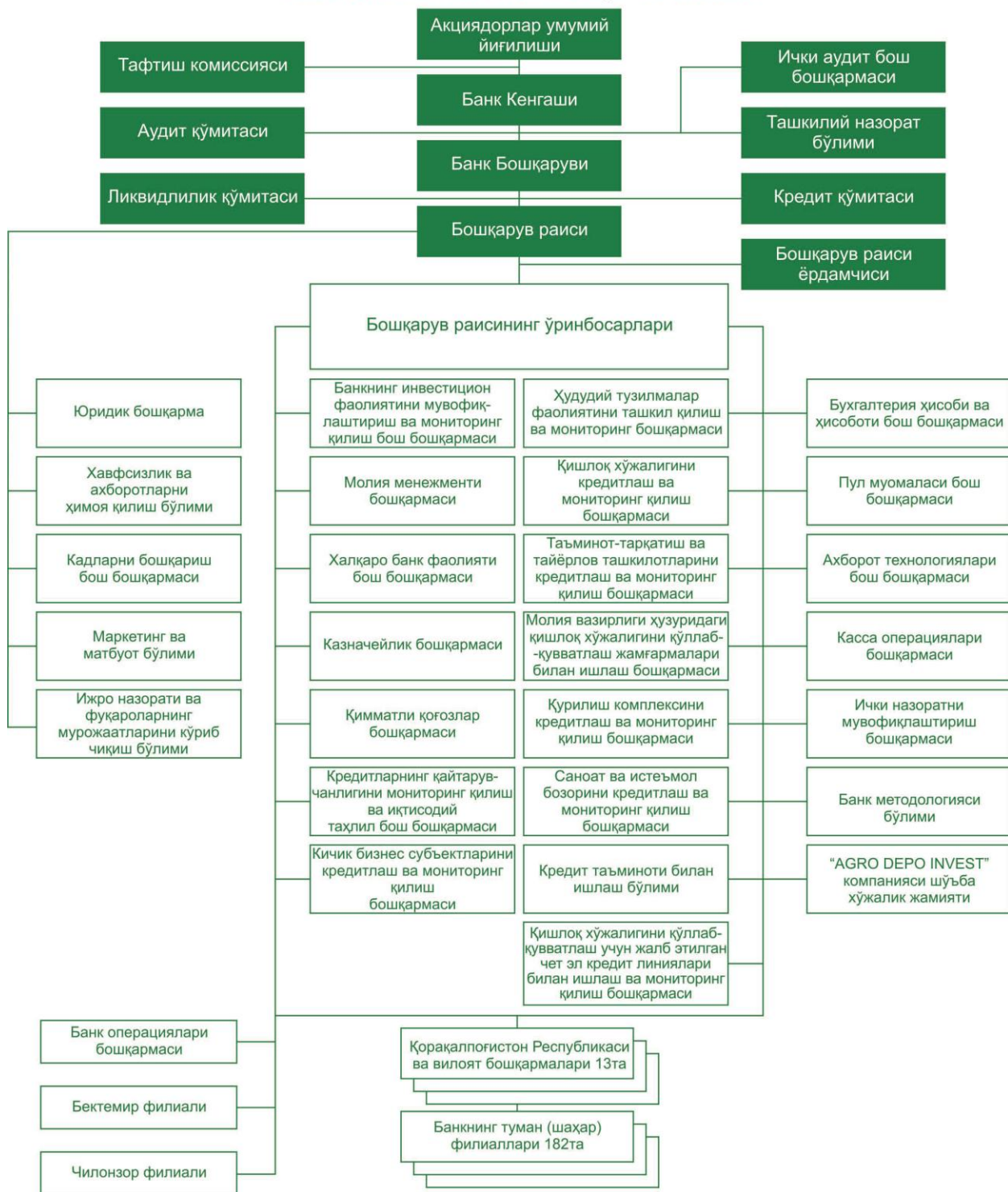
- Депозитлар барқарорлигини таъминловчи стратегияни аниқлаш. Бундай стратегиянинг бир қисми бўлиб, мижозларга депозитлар сифатини оширувчи маркетинг ҳисобланади. Яъни, мамлакат

иқтисодиётида инқироз юз берган даврларда ҳам мижозлар банкга бўлган юксак ишончи йўқолмаслиги тадқиқ қилинади. Шунини айтиб ўтиш лозимки, жамғарма депозитлар муддати ошиши депозитлар қолдиғининг тебранишини камайтиради;

- Тижорат банклари жалб қилинган ресурслари таркибида нафақат депозитлар барқарорлигини, балки депозит манбасини ҳам кузатиш керак;
- Кредит ресурслари ҳисобини мувофиқлаштириш ва ссуда рақамлари мониторингини олиб бориш;
- Бошқа кредит муассасаларидан олинадиган депозитларнинг барқарорлигини баҳолаш;
- Банк ўз пасивларни қайта гуруҳлаш орқали муддатли ва жамғарма депозитларнинг салмоғини талаб қилиб олингунча бўлган депозитларнинг салмоғига тенглаштириш;

Ҳозирги шароитда республика банк тизимининг ликвидлилиги ва барқарорлиги мамлакат учун ғоят муҳим масалалардан бири ҳисобланади. Шунинг учун ҳам Агробанк ликвидлигини таъминлаш ва уни бошқариш механизмини такомиллаштириб бориш ҳозирги даврнинг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда.

БАНКНИНГ КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВ ТИЗИМИ



4. “Агробанк” очик акциядорлик тижорат банкида банк менежментини бошқариш усуллари

Ҳар қандай банк фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари менежментнинг унга таъсири, жараёни моҳиятидан келиб чиқиб, қуйидаги босқичларни ажратиш мумкин: улар қуйидагилар, мақсад, ҳолат, муаммо ечимлардан иборат бўлади. Кўрсатилган кетма—кетлик билан бошқарув фаолияти бажарилади. Ҳар қандай банк фаолияти мақсадли бошқарувга йўналтирилган бўлиши керак. Зеро банк фаолиятини бошқариш мақсадга эришиш учун амалга оширилади. Навбатдаги босқич ҳолатларини таҳлил қилишда ишлар мажмуи ҳар хил тизим ҳолатини баҳолаш, уни такомиллаштириш йўллари ишлаб чиқиш орқали юксак фаолиятга эришиш мумкин.

Банк фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари муаммолари босқичида системани жорий ҳолатидаги асосий қарама қаршилиқлар, система ишини яхшилаш учун нималар қилиш кераклиги аниқланади. Шундай операциялар қуйидагилар: кредит бериш йўллари, депозитлар ва бошқалардан иборат. Бунда қарор қабул қилиниши биланоқ бошқарувчи системаларга аниқ таъсир кўрсатилади ва алоҳида оддий бошқарувга оид ҳаракатлар бажарилади.

Бозор иқтисодиёти шароитида тижорат банкларининг фаолияти фойда олишга йўналтирилган бўлади. Бозор иқтисодиёти шароитида банк фойдасининг иқтисодий моҳияти янгича ижтимоий-иқтисодий тус олиб бормоқда, чунки тижорат банкларининг фойдаси банк капитали тўпланишининг ва банкнинг ривожланишининг асосий манбасидир.

Банк фойдасининг ўсиб боришига таъсир қиладиган бир неча хил омиллар бўлиб, булар: банкнинг рентабеллиги, вақтинча бўш маблағларни самарали ишлатилиши, турли хил пуллик хизматлар доирасини (факторинг, лизинг, траст хизматлари ва ҳ.к.) кенгайтириш, фойда келтирмайдиган активларни камайтириш, фойда келтирувчи активларни кўпайтириш

ҳисобига ва бошқа омиллар ҳисобланади. Иқтисодий ривожланиш босқичида тижорат банкларининг асосий иш тамойилларидан бири юқори даражада фойда олишга қаратилган бўлади. Банкларнинг фаолияти доимо фойда кўриш билан боғлиқ бўлмасдан, улар фаолиятида зарар кўриш эҳтимоли ҳам учраб туриши мумкин. Банклар фаолияти ижобий бўлган ҳолларда банкларнинг фойда олиш ва салбий фаолият натижасида банкларнинг зарар кўриш эҳтимоли юқори даражада бўлади. Юқорида айтилган фойда келтирувчи резервларни амалда тадбиқ қилиш жараёнида банкнинг иш фаолияти иқтисодий жиҳатдан риск (зарар кўриш эҳтимоли билан) билан боғлиқ бўлади.

Агробанк фаолиятининг менежмент жараёни қуйидагилар:

— ахборот аналитик ва ташкилий ишлар:

Ахборот аналитик ишлар қуйидагилардан иборат: ахборот йиғиш, таҳлил қилиш, ахборотни қайта ишлаш ва ўзатиш бошқарув қарорларни ишлаб чиқиш, бошқарув қарорларига доир ахборотларни сақлаш ва ҳоказо.

Бошқарув бу — ўзига хос юксак санъат ва маҳоратни талаб қилувчи танлов асосида қарор қабул қилиш ва ўни бажарилишини назорат қилишдан иборат. Ҳар қандай банк фаолиятининг ижобий натижа бериши, энг аввало, танловни тўғри бажара олишга ва ишончли қарорларни қабул қилишга ҳамда бу қарорни бажарилишини назорат қила олишга боғлиқ бўлади. Масалан: юқори фойда олиш қуйидаги учта жиҳат харажатлар, наф, ва баҳо бўйича тўғри танловни ва ишчан қарор қабул қилишни талаб қилади. Бозор иқтисодиёти шароитида банк фаолиятининг танлаш қонидаси янада жиддийлашади. Зеро ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш учун ресурслар тўғри танланганидан ва уларни самарали фойдаланса харажатлар юқори фойда келтириши мумкин.

Банклар фаолияти учун ўз сармояларни ошириш иқтисодиётнинг реал сектори кичик бизнес ва тадбиркорлик фаолиятига кредитлар ажратиш шакллари, турлари ва ҳажмларини кенгайтириш, иқтисодиётдаги бозор

Ўзгаришларини тезлаштиришга ва банкнинг даромад базасини купайтиришга имкон яратади. Хорижий тажриба шуни кўрсатадики, банклар фаолияти активларни молиялаш натижасида ўсади.

Банкларнинг фаолияти аҳоли бўш маблағларини купрок жалб этиш оркали уз ресурс базасини кенгайтиришга имкон яратади. Ислохотларнинг дастлабки даврида аҳоли ўртасида шаклланган тушунчаларни ҳисобга олганда, маблағларни жалб этиш имконини берувчи депозитлар суғуртасини жорий этиш мақсадга мувофиқдир.

Иқтисодиётни эркинлаштириш жараёнларининг ижобий таъсири фонд бозори, бюджетдан ташқари фондлар, пул оқимларини тезлаштириш имконини беради.

Ҳар бир тижорат банкки ўзининг ривожланиш стратегиясидан ва банк фаолиятининг йириклигидан келиб чиққан ҳолда ликвидлилиқни бошқариш стратегияларини эътиборга олиб, ўз фаолиятида қўллаши банкнинг ликвидлилигини таъминлаб туришга эришиш мумкин.

Хулоса ва таклифлар.

Аниқ вазиятни таҳлил қилиш натижасида банк ўзи бозорда эгаллаб турган қисмни, ресурслар мавжудлигини аниқлайди, ўз устунликларини ва камчиликларини рақобатларига қиёсан ажратади ва якуний ҳисобда кўзда тутилаётган мутахассисликни ҳисобга олган ҳолда оптимал маркетинг стратегиясини ишлаб чиқади. Бундай таҳлил доирасида банк соҳасида рақобатчилар билан бўлажак ҳамкорликка нисбатан тахминларга алоҳида эътибор берилади. Бунинг учун банкка бозор концентрацияси анъанасини таҳлил қилишга, рақобатчиларнинг нарх ва хизмат ўзгаришларига муносабат билдириш тезлигини баҳолашга, мавжуд устунлик ва ресурслар ҳажмини баҳолаш тўғрисидаги тахминларга эътибор беришга тўғри келади. Худди шу босқичда бозор сегментларини танлаш, бозорга таъсир этиш турлари ва усуллари, ҳудудий муқобил стратегияларни ўзида жамловчи банкнинг келажак “таклифлари” сиёсати аниқланади.

Бозор ва кредит таваккалчиликларини ҳисобга олган ҳолда активлар ва пасивларни самарали бошқаришни таъминловчи банклар маркетингни бошқариш услубларини жорий этиш, кредит сиёсатини такомиллаштириш, тижорат банкларида ички кредит назорати тизимини ривожлантириши даркор.

Тижорат банклари кредит портфели диверсификациясини кенгайтириш ва кредит куйилмаларидан самарали фойдаланиш банкларни универсаллаштиришда ва рақобатбардошлигини оширишда ёрдам беради ҳамда кредит рискинни пасайтиришни таъминлайди.

Тижорат банклари томонидан ўз менежмент ва маркетингни бошқариш стратегияларини мустақил ишлаб чиқишлари ва жорий этишлари банкларнинг иқтисодий мустақиллигини таъминлаш омили бўлиб хизмат қилади. Уларнинг активларини диверсификациялаш эса тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришга ёрдам бериш имкониятини оширади.

Банк ликвидлигини бошқаришда ва Марказий банк томонидан иктисодий меъёрга риоя этиш мақсадида жалб килинган ва жойлаштирилган маблағларнинг муддати бўйича диверсификациялаш натижасида, банк активларни мажбуриятларга нисбатан фарқини аниқлаштиради ва уз кредит операцияларини режалаштириш имконияти шаклланади. Бу билан тижорат банки зарур бўлган ликвидлик даражасини саклаб турган ҳолда максимал даражада юқори даромадга эришиши мумкин.

Хорижий банк амалиётида стратегик режалаштиришнинг аҳамиятини ортиб бораётганлиги тадқиқот ишимизда кўрсатиб утилди. Замонавий режалаштиришнинг ўзига хослиги бу стратегик ва тезкор режалаштиришнинг биргаликда мувофиқлаштирилган ҳолда олиб бориш билан боғлиқдир. Стратегик режалаштириш узоқ муддатлилиги билангина эмас, балки банкнинг аниқ стратегик мақсадига эришишда йўналиш олиши билан характерланади.

Тижорат банклари учун менежмент ва маркетингни бошқариш стратегик режалаштиришни амалга оширишда қуйидаги омилларни ҳисобга олиш лозим, банк хизматлари истеъмолчиларининг талабларини ўрганиш, операцияларнинг фойда келтириш кўрсаткичлар даражаси бўйича бозорни сегментлаштириш, алоҳида ҳудудларни ривожлантириш истиқболларини белгилаш зарурдир.

Маркетинг ва менежментни бошқариш стратегиясининг асосий йўналиши бўлган диверсификациялашни тижорат банклари фаолиятида кенг қўламда қўлланишини тақозо этади. Зеро, банклар ихтисослашувининг пасайиши, кредит қўйилмаларини тармоқлар ва мижоз гуруҳлари доирасида эркин тақсимлаш ва янги банк маҳсулотларини амалга киритиш ҳамда хизмат турларини диверсификациялаш банк тизимини рақобатчилик даражасини ҳамда банклар фаолиятини самарадорлигини ошириши мумкин.