

O'ZBEKISTON SUG'URTA BOZORI

VOL. 2 ISS: 1 (2025)

INSURANCE MARKET OF UZBEKISTAN  СТРАХОВОЙ РЫНОК УЗБЕКИСТАНА 

INSURANCE



№	MUNDARIJA	Page
1.	YASHIL SUG'URTA ORQALI IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH VA EKOLOGIYANI ASRASH <i>Yuldashev Akromjon Qurbonnazarovich, To'rayev Sherxon Mo'min o'g'li</i>	3
2.	IQLIM O'ZGARISHI TA'SIRIDAGI MOLIVAVIY YO'QOTISHLARDAN HIMOYALASHDA INDEKS SUG'URTALASHNI JORIY ETISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI <i>Yadgarov Akram Akbarovich</i>	6
3.	O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SUG'URTA BOZORINING RIVOJLANISH JARAYONLARI TAHLILI <i>Nurullaev Abdulaziz Sirojiddinovich</i>	9
4.	SUFURTA BOZORI VA MOLIVAVIY KONVERGENCIYA JARA'ENIDA UNING TRANSFORMACIYASI <i>Xalikov Umid Rahmatullayevich</i>	13
5.	SUFURTA KOMPANIYALARINING MOLIVAVIY RESURSLARINI JOYLASTIRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH <i>Mavrulova Nilufar Abduxalilovna</i>	18
6.	REGULATORY AND FINANCIAL BARRIERS TO SME DEVELOPMENT IN EMERGING MARKETS (IN CASE OF UZBEKISTAN) <i>Tojiyev Abror Rakhmonalievich, Rakhmonaliev Abbos Abror ugli</i>	21
7.	TIJORAT BANKLARIDA CHAKANA BANK MAHSULOTLARINI SOTISH AMALIYOTINING RIVOJLANGAN DAVLATLAR TAJRIBASI <i>Yunusova Shaxlo Raximjonovna</i>	24
8.	USING MARKETING STRATEGIES TO ENHANCE THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY <i>Bobomurodov Kayimjon Homidovich</i>	29
9.	НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ГЛУБОКОЕ ПОНИМАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ВЫБОРА <i>Yuldashev Jamshid Abrorovich</i>	32
10.	ЎЗБЕКИСТОН АҲОЛИСИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИДАГИ ТАФОВУТЛАРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ- СТАТИСТИК ТАҲЛИЛИ <i>Илёсова Дилбар Исмоил қизи</i>	35
11.	KORPORATIV TUZILMALARDA AKSIYALAR BOZORIDAN MOLIVAVIY RESURSLAR JALB QILISHNI TAKOMILLASHTIRISH <i>Xasanov Xayrullo Nasrullayevich</i>	38
12.	ISHSIZLIKNI KAMAYTIRISH UCHUN KICHIK VA O'RTA BIZNESNI RIVOJLANTIRISH <i>Muhammadjonova Iroda Bahodir qizi, Tohirjonov Rahmatillo Farhodjon o'g'li, Hayitaliyev Jahongir Komiljon o'g'li</i>	41
13.	SOLIQ BAZASINI ANIQLASH METODOLOGIYASIGA OID UMUMIY NAZARIYA VA YONDASHUVLAR <i>Xalikchayeva Sadokat Ilxomjonovna</i>	43



TIJORAT BANKLARIDA CHAKANA BANK MAHSULOTLARINI SOTISH AMALIYOTINING RIVOJLANGAN DAVLATLAR TAJRIBASI

Yunusova Shaxlo Raximjanovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tayanch doktoranti,

email: shaxlo.yunusova@gmail.com

ARTICLE INFORMATION	ABSTRACT
Volume: 2 Issue: 1 DOI: https://doi.org/10.55439/INS/vol2_iss1/248	Ushbu maqolada tijorat banklarida chakana bank mahsulotlarini sotish amaliyotining rivojlangan davlatlar tajribasi o'rganilgan. Tegishli davlatlar va hududlar tajribasi har tomonlama tahlil qilish orqali muallif tomonidan banklarning operatsion daromadining o'rta o'zgarishi, jahonda chakana bank xizmatlarining o'zgarish tendensiyalari, yangi hisobvara ochish va ular orqali mablag' jalb qilishda raqamli kanallar va bank filiallarining ahamiyati va mobil qurilmaning bank xizmatlarini amalga oshirishdagi muhim ahamiyatli jihatlari yoritildi. Umuman olganda maqolada moliyaviy texnologiyalarning chakana bank mahsulotlarini sotish amaliyotini takomillashtirishdagi ahamiyati hususan, mobil ilovalarning muhim ahamiyat kasb etishi borasida keng qamrovli tahlillar olib borildi. <i>chakana bank mahsulotlari, bank faoliyati samaradorligi, operatsion daromad, raqamli kanallar, bank filiali, raqamli bank.</i>
KEYWORDS	

Kirish (Введение /Introduction)

So'nggi yillarda ko'plab banklar uchun chakana bank mahsulotlarini sotish amaliyoti kengaytirish strategik ustuvor vazifaga aylandi. Ma'lumki, banklar yangi mijozlar jalb qilish va mavjud mijozlarini saqlab qolish uchun chakana bank mahsulotlarini raqamlashtirish hamda mijozlari talabiga moslashtirishga qo'shimcha xarajatlari qilmoqda. Tan olish lozimki banklar yillar davomida sohani raqamli transformatsiya qilish uchun katta sarmoya kiritdilar. Ko'rinib turibdiki, ko'plab banklar chakana bank mahsulotlarining to'liq salohiyatini ro'yobga chiqarishda doimiy raqobatga tayyor turishlari lozim.

Banklarda chakana mahsulotlardan daromad olishlari doimo o'zgarib turadi. Buning sababi shundaki, mijozlarning xatti-harakatlari va xohishlari, texnologik taraqqiyotning jadal rivojlanayotganligi sababli daromad olishning an'anaviy yondashuvlari o'zgarib bormoqda. Masalan, qarz olishning yuqori xarajatlar bilan bog'liqligi va cheklangan kredit siyosati tufayli qisqa muddatli va avtomatlashtirilgan kreditlarning o'sishini kutish mumkin. Banklar barcha mahsulot toifalarida kredit mahsulotlari standartlarini kuchaytirgan va bu tendentsiya davom etadi deb taxmin qilish mumkin.

Aslida, Accenture tadqiqotiga ko'ra, "avtokredit, iste'mol moliyasi va bankdan tashqari kanallar orqali sotiladigan ipoteka kabi an'anaviy bank mahsulotlarining daromadlari ulushi 2052 yilga kelib 3-5 foiz punktga oshadi" deb prognoz qildi [1]. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, daromadni oshirishni xohlaydigan har bir an'anaviy banklar Fintech kompaniyalari va neobanklar o'rtasidagi raqobatning kuchayishi natijasida o'z mahsulotlar taklifini diversifikatsiya qilishni ko'rib chiqishlari kerakligini anglatadi. Agar ular yangi raqamlashgan mahsulotlarni qabul qilmas ekan bu xizmatlarni endi Fintech kompaniyalari va neobanklar bajara boshlaydi. Bu borada ko'pgina an'anaviy banklar uchun mijozlariga keng imkoniyatlarni taklif qilish uchun uchinchi tomon provayderlari Fintech kompaniyalar bilan hamkorlik qilishmoqda.

Accenture tadqiqoti shuni ko'rsatdiki, tadqiqotda 36 ta banklarning moliyaviy va nomoliyaviy xizmatlarni ko'rsatishi mijozlarning xohishiga ko'ra bozorlarda farqlanadi. Masalan, Yevropada banklar yo'l haqini

to'lash, avtomobil sotish va avtomobil ijarasini o'z ichiga olgan chakana to'lov xizmatlariga e'tibor qaratayotgan bo'lsa, Lotin Amerikasi va Osiyo-Tinch okeani mintaqasida esa E-tijorat xizmatlariga, Shimoliy Amerikada esa ko'chmas mulk agentlariga uy sotib olish uchun tavsiyalar bermoqda. Biroq, ko'plab nomoliyaviy mahsulotlar odatda asosiy bank platformalari orqali sotilmaydi. Umuman olganda, 36 bank tomonidan taklif etilayotgan nomoliyaviy mahsulot va xizmatlarning atiga 32 foizi ularning asosiy mobil ilovasiga integratsiya qilingan, 8 foizi maxsus ilova orqali va 60 foizi boshqa kanallar, asosan mobil ilova bilan birlashtirilgan uchinchi tomon veb-sayti orqali amalga oshirilmoqda. Banklarning boshqa tashkilotlar bilan hamkorligi mijozlarning faolligini oshiradi va taklif etilayotgan mahsulotlar assortimentini kengaytirib, o'zaro mahsulotlar sotish imkoniyatlarini hamda yangi potentsial daromad manbalarini yaratadi [1].

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Rivojlangan mamlakatlarning tijorat banklarida chakana bank mahsulotlarini sotish tajribasi mijozlarning faolligini oshirish va bozor imkoniyatlarini kengaytirishga qaratilgan an'anaviy va innovatsion strategiyalarning uyg'unligi bilan tavsiflanadi. Rivojlangan mamlakatlar chakana bank mahsulotlarini sotishni optimallashtirish uchun raqamli transformatsiya, mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvlar va innovatsion marketing strategiyalaridan foydalanadilar. Ushbu strategiyalar iste'molchilarning o'zgaruvchan xatti-harakatlari va texnologik yutuqlarga moslashishda muhim rol o'ynadi.

Rivojlangan mamlakatlar chakana bank mahsulotlarining mavjudligi va ulardan foydalanish imkoniyatini oshirish uchun raqamli texnologiyalarni qo'lladi [2]. Bu mijozlarga qulaylik va xizmatlar ko'rsatishni sezilarli darajada yaxshilagan kreditlar, depozitlar va pul o'tkazmalari kabi xizmatlar uchun onlayn portallar va mobil ilovalardan foydalanishni o'z ichiga oladi [3].

Raqamli va masofaviy bank xizmatlarining integratsiyasi banklarga iste'molchilarning o'zgaruvchan ehtiyojlarini qondiradigan shaxsiylashtirilgan va samarali xizmatlarni taklif qilib, kengroq mijozlar bazasiga kirishga imkon berdi [4].

Rivojlangan mamlakatlardagi banklar chakana bank mahsulotlarini samarali sotish uchun tezkor iste'mol tovarlari (FMCG) sektoridan marketing strategiyalarini qabul qildilar. Ushbu yondashuv mijozlarni jalb qilish, brend yaratish va proaktiv marketingga qaratilgan bo'lib, ular daromad va rentabellikni oshirishda muvaffaqiyat qozongan [5].

An'anaviy modellaridan zamonaviy modellariga o'tish juda muhim bo'di. Bu mijozlarni jalb qilish va ushlab turish, shu bilan bozor ulushini kengaytirish va mijozlar tajribasini yaxshilash uchun proaktiv targ'ibot va jamoatchilikni jalb qilishni o'z ichiga oladi [6].

Rivojlangan mamlakatlarda chakana bank ishi mijozlarga xizmat ko'rsatishning mukammalligini va savdo va mijozlar ehtiyojini qondirishni yaxshilash uchun bank modellarini o'zgartirishga urg'u beradi. Hindistondagi "Navnirman" loyihasi kabi tashabbuslar mijozlar tajribasini oshirish va xodimlarga yuqori xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini kengaytirishga qaratilgan [7].

Mijozlarga yo'naltirilgan modellarga e'tibor turli xil mijozlarga yaxshiroq xizmat ko'rsatish uchun mahsulot bilimi va munosabatlarni o'rnatish ko'nikmalarini ta'kidlaydigan bank xodimlarini o'qitish amaliyotida ham yaqqol namoyon bo'ladi [8].

Rivojlangan mamlakatlar chakana bank sohasida sezilarli yutuqlarga erishgan bo'lsa-da, tez texnologik o'zgarishlarga moslashish va raqamli muhitda mijozlar ishonchini saqlab qolish kabi muammolar saqlanib qolmoqda. Ushbu omillar chakana bank sektorida o'sishni ta'minlash uchun strategik rejalashtirish va texnologiya va inson resurslariga sarmoya kiritish muhimligini ta'kidlaydi.

Tadqiqotni amalga oshirishda foydalanilgan usullar (Methods/Методы).

Mazkur maqolada tegishli davlatlar va hududlar tajribasi har tomonlama tahlil qilish orqali muallif tomonidan banklarning operatsion daromadining o'rtacha o'zgarishi, jahonda chakana bank xizmatlarining o'zgarish tendensiyalari, yangi hisobvara ochish va ular orqali mablag' jalb qilishda raqamli kanallar va bank filiallarining ahamiyati va mobil quzilmaning bank xizmatlarini amalga oshirishdagi muhim ahamiyatli jihatlari tadqiq etilgan. Shuningdek, tadqiqot metodologiyasi sifatida ilmiy, tarixiy va amaliy manbalarni qiyosiy tahlilida ilmiy abstraksiyalash, mantiqiy va tarkibiy tahlil qilish, guruhlashtirish va segmentli tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tahlillar (Analysis/Анализ).

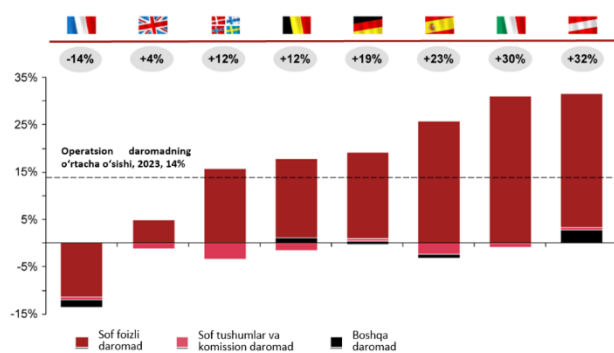
So'nggi yillarda raqamli banklarning ko'payib borishi va mobil bankingning o'rni tobora ortib borayotganligi, eski an'anaviy bank filiallari ko'pincha o'tmish sifatida qaralmoqda. To'g'ri, ko'pchilik banklar so'nggi yillarda filiallarini yopmoqda yoki bank xizmatlari markazlariga (BXM) aylantirmoqda, 2017 yildan beri jismoniy xizmat ko'rsatish joylari 20-25 foizga qisqardi.

Shveysariyaning Valiant banki turli xizmat ko'rsatish kanallarini va boshqa turli texnologiyalashgan yondashuvlarni qo'llagan hplda 2014-2017 yillarda tranzaksiyalarini 35 foizga kamaytirishga erishdi. Valiant banki an'anaviy bank filiallar mahalliy aholi uchun hali ham muhim rol o'ynayotganligini kuzatib, innovatsion variantni tanlashga qaror qildi [9]. Filiallarni yopish o'rimga, ular filial joylarini kengaytirgan holda gibril yondashuvga rioya qilishdi. Ya'ni Unblu Bank filialini Shveysariyadagi 60 ta Valiant bank filialiga birlashtirdi, bu virtual qabulxona va qo'shimcha masofaviy vositalar bo'lib, bitta agentga real vaqtda yetitragacha filialga xizmat ko'rsatish imkonini beradi [10]. Natijada, kamroq operatsion xarajatlar va uzoqroq ish soatlari (kuniga uch soatdan o'n soatgacha) bilan mazkur bank filiallari endi moliyaviy jihatdan barqarorlashib bordi. Buni inobatga olgan holda, Valiant bank filiallar tarmog'ini yangi joylarga kengaytirishga muvaffaq bo'ldi va ular endi bank daromadining 50% ni tashkil qildi.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar va bank tizimida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Aksariyat banklar raqamli transformatsiya uchun katta miqdorda sarmoya kiritmoqda [11]. Aksariyat banklar esa raqamli texnologiyalardan foydalangan holda mijozlar tajribasini o'zgartirishga e'tibor qaratmoqda [12].

2023 yilda Yevropa chakana banklari o'z reytingini sezilarli darajada oshirdi. Banklar 2023-yilda operatsion xarajatlar o'sishini inflyatsiya bosimi tufayli bir necha foiz punktga ushlab turishga muvaffaq bo'lishdi. Daromad va xarajatlar o'rtasidagi ijobiy tafovut 2023 yilda sezilarli darajada oshdi, chunki banklar foizlarni oshirish xususan marjani kattalashtirish evaziga ko'proq foyda olishdi.

Yuqoridagi 1-rasmda bank tizimining daromad turlari bo'yicha 2023 yildagi o'rtacha o'sish sur'atlari va har bir mamlakatdagi o'zgarish



1-rasm. Yevropa davlatlarida banklarning operatsion daromadining o'rtacha o'zgarishi

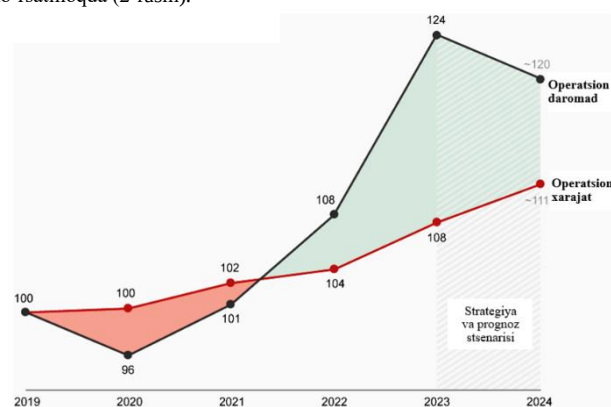
Mamba: Muallif tomonidan tuzildi.

dinamikasini ko'rsatilgan. Sof foizli daromadlar ko'pgina mamlakatlarda asosiy daromad manbai sifatida namoyon bo'lgan. Sof tushumlar va komissiya daromad banklar xizmatlari uchun komissiyalardan olingan tushumlarni o'z ichiga oladi. Boshqa daromadlar esa ikkinchi darajali manbalar orqali topilgan daromadlardan iborat bo'ladi.

Mamlakatlar bo'yicha o'rtacha o'sish darajasi Fransiya umumiy daromad 14%ga pasaygan (negativ o'sish ko'rsatkichiga ega bo'lgan yagona mamlakat). Buyuk Britaniya 4 foizlik o'sish, Norvegiya va Belgiya 12 foizlik o'sish, Germaniya 19 foiz, Ispaniya 23 foiz, Italiya 30 foiz va Avstriya 32 foizlik o'sish darajasiga erishgan.

Operatsion daromadning o'rtacha o'sishi 14% bo'lib, Italiya va Avstriya banklari yuqori o'sish darajasini namoyon qilgan bo'lib, bu ularning asosiy foizli daromadlarni va boshqa daromad turlarini samarali oshirish bilan bog'liq. Fransiya banklaridagi pasayish moliyaviy operatsiyalardagi raqobat kuchayishi yoki iqtisodiy muammolar bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Mazkur rasimga ko'ra Yevropa banklarida har bir mijoz uchun operatsion xarajatlari va daromadlarining dinamikasi hamda prognozi 2019 yilni asos sifatida ikki ko'rsatkich indeksni ham 100 sifatida olib tahlil qilingan. 2020 yilda operatsion xarajatlari 96 ga tushgan, bu pandemiya yoki boshqa iqtisodiy sabablar natijasida xarajatlarning qisqarganligini ko'rsatadi. Operatsion daromadlar esa 100 darajasida saqlanib qolgan. 2021 yilda har ikkala ko'rsatkich yuqoriga ko'tarilgan va xarajatlari 101, daromadlar 102 ni tashkil etgan. Bu iqtisodiy faollikning tiklanayotganligidan dalolat beradi. 2022 yilga kelib operatsion daromadlar 108 ga xarajatlarga 104 ga operatsion daromadlar 4 birlikka yuqorilagan. Bu ko'rsatkich banklar samaradorligining ortib borishini ko'rsatadi. 2023 yilda esa operatsion daromadlar keskin o'sib, 124 ga yetgan, operatsion xarajatlari esa 108 darajada qolgan. Bu moliyaviy muassasalarning daromadlarini keskin oshirish yo'nalishidagi strategiyasini aks ettiradi. 2024 yilning prognoziga ko'ra operatsion daromadlar 120 darajaga pasayadi, xarajatlari esa 111 ga ko'tariladi. Bu xarajatlarning oshishi bilan birga daromadlar qisqarish ehtimolini ko'rsatmoqda (2-rasm).



2-rasm. Yevropada har bir mijoz uchun operatsion xarajat va daromad (foiz punktlarda, 2019 yil = 100 bilan indekslandi)

Mamba: Strategy & Retail Banking Monitor 2024 ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

2020 yildagi pasayishni COVID-19 pandemiyasi natijasida operatsion xarajatlari kamayganligini banklarning xarajatlarni qisqartirish bo'yicha choralar ko'rganligini anglatadi, 2022-2023 yillardagi o'sish tendensiyasini esa ya'ni daromadlarning xarajatlarga nisbatan sezilarli darajada yuqori o'sganligini banklarda samarali boshqaruv yoki yangi

mahsulot turlarining tatbiq etilishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. 2024 yilgi prognozda esa operatsion xarajatlar va operatsion daromadlar o'rtasidagi farq qisqarishi bashorat qilingan. Bu esa banklar uchun xarajatlarni nazorat qilish zarurligini ko'rsatadi.

Banklar operatsion xarajatlarni minimallashtirishga erishgan bo'lsa-da, daromadlarning keskin o'sishi ushbu sohaning raqobatbardoshligini oshirgan. Banklar operatsion xarajatlarni minimal darajada saqlagan holda innovasiya va yangi mahsulot turlarini ishlab chiqqan holda daromadlarini oshirishga e'tibor qaratishlari lozim.

Yevropada chakana banklar va chakana mahsulotlarni takomillashtirish uchun o'sib borayotgan xarajatlar bosimini hisobga olgan ushbu beshta ustuvor yo'nalishlarga e'tibor qaratishi lozim:

- hozirgi vaqtda banklar daromadni oshirishdan foyda ko'rmoqda. Ushbu daromad yuqori xarajatlarning bevosita ta'sirini kamaytirishga yordam bersada, banklar ushbu imkoniyatdan oqilona va barqaror yechimlarni topgan holda xarajatlarni qisqartirishga, ularni uzoq muddatda raqobatbardosh qilishga e'tibor qaratishlari lozim;

- barqaror foyda olish uchun banklar sun'iy intellekt va boshqa yangi raqamli texnologiyalarni tashkiliy va texnologik innovatsiyalarni joriy etish lozim;

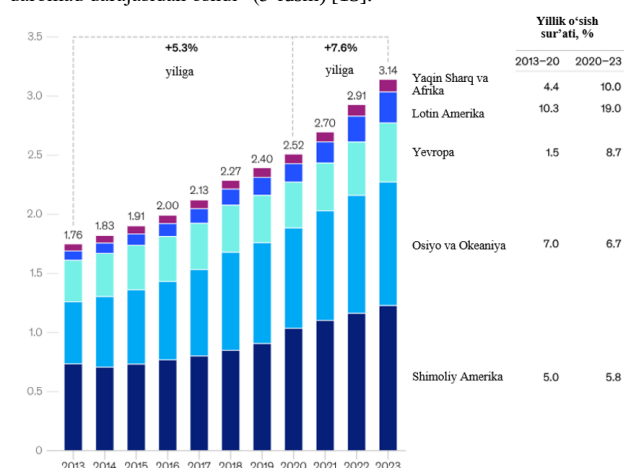
- banklar noaniqlik va doimiy yuqori foiz stavkalar davrida foyda olishi va barqaror bo'lib qolish uchun o'z resurslarini boshqarishda va daromad oqimlarini diversifikatsiya qilishda faol bo'lishlari kerak;

- yangi talablarga javob beradigan malakali mutaxassislarni jalb qiling va ularni saqlab qolish, mutaxassislarni texnologik taraqqiyot va yangi biznes modellariga moslashish uchun malakasini muntazam oshirib borishi va bankning HR strategiyasini qayta ishlab chiqishi yoki modernizatsiya qilishi lozim;

- banklar o'zgaruvchan moliyaviy sanoatda raqobatbardosh bo'lib qolishi uchun API, doimiy hamkorlik va ekotizim strategiyalarini qabul qilishlari kerak.

So'nggi bir necha yil chakana bank faoliyatining yaqin tarixidagi eng muvaffaqiyatli yillardan biri bo'lib, iqtisodiy o'sish va rentabellik barqarorlashdi. Pandemiya keyin foiz stavkalarining oshishi banklarning sof foiz marjasini yaxshiladi, chunki kredit foizlari depozitlar narxidan tezroq o'sdi.

Global miqyosda, McKinsey Panorama ma'lumotlariga ko'ra, "banklarning ROE koeffitsiyenti global moliyaviy inqiroz boshlanganidan beri eng yuqori nuqtaga yetdi, 2023 yilda taxminan 12 foiz, bu so'nggi yillardagi tarixiy o'rtacha ko'rsatkichlardan sezilarli darajada oshib ketdi, shu jumladan bank tizimida 2013-20 yillardagi o'rtacha 5,3 foiz o'sish kuzatilgan bo'lsa, 2023 yilda global chakana bank bozori so'nggi yillarda har yili o'rtacha 7,6 foizga barqaror o'sish natijasida 3 trillion dollarlik daromad darajasidan oshdi" (3-rasm) [13].



3-rasm. Jahonda chakana bank xizmatlarining o'zgarish tendensiyalari

Manba: McKinsey Panorama—Global Banking Pools ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

3-rasmga jahonda chakana bank xizmatlari bozorining 2013–2023 yillardagi o'zgarish tendensiyalarini ko'rsatadi. O'sish dinamikasiga ko'ra chakana bank xizmatlari hajmi 2013 yilda 1.76 trillion dollarni tashkil etgan. 2014 yilda 1.83 trillion dollar, 2015 yilda 1.91 trillion dollar va yildan-yilga o'sish natijasida 2022 yilda 1.91 trillion dollar hamda 2023 yilda 3,14 trillion dollarga yetgan. O'sish sur'atiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, 2013–2020 yillarda yillik o'rtacha o'sish 5.3% ni tashkil etgan bo'lsa 2020–2023 yillarda yillik o'rtacha o'sish 7.6% ga oshgan. Bu raqamlar esa pandemiya davri so'ng bozorning tiklanishi va chakana bank

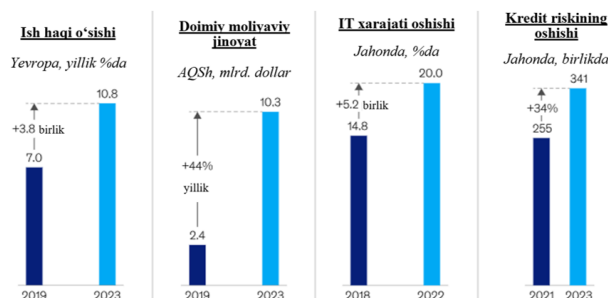
xizmatlariga bo'lgan talabning oshganligini aks ettiradi. Mintaqalar bo'yicha tahlil qiladigan bo'lsak, Shimoliy Amerikada barqaror o'sish kuzatilgan: 2013–2020 yillarda 5 foiz, 2020–2023 yillarda 5.8 foiz ni tashkil etgan va bu davrda chakana bank xizmatlarining rivojlangan ekotizimi shakllangan.

Osiyo va Okeaniya esa yillik o'sish sur'ati biroz yuqoriroq va 2013–2020 yillarda 7 foiz va 2020–2023 yillarda 6.7 foizni tashkil etgan. Bu mintaqalarda raqamli bank xizmatlarining kengayishi asosiy drayver yo'nalish hisoblanadi. Yevropada esa biroz pastroq o'sish sur'ati ya'ni 2013–2020 yillarda 1.5 foiz, 2020–2023 yillarda pandemiya keyin tiklanish jarayoni tezlashgan va 8.7 foizni tashkil etgan. Lotin Amerikasida eng yuqori o'sish sur'atlaridan biri 2013–2020 yillarda 10.3 foiz va 2020–2023 yillarda 19 foizni tashkil etgan. Raqamli transformatsiya jarayonidagi muhim yutuqlar joriy etilgan. Yaqin Sharq va Afrikada esa 2013–2020 yillarda 4.4 foiz, 2020–2023 yillarda 10 foizni tashkil etgan va bank xizmatlarini kengaytirishda ushbu mintaqalarni yangi bozorlar sifatida qarash mumkin.

Biroq, global chakana bank faoliyatining istiqboliga tashqi kuchlar aktivlarning o'sishi, marjalar, operatsion va risk xarajatlari bank tizimiga bosim o'tkazmoqda. 2022-yilda, ayniqsa Shimoliy Amerikada 2021-yilgacha bo'lgan qulay fiskal va pul-kredit siyosati tufayli depozitlar o'sishining uzoq davom etgan o'sishidan so'ng, butun dunyo bo'ylab hukumatlar pul-kredit siyosatini qat'iyalashtirgani va monetar siyosat olib borishi sababli, depozitlar qisqara boshladi yoki ularning o'sishi ko'pchilik boshqa mintaqalarda sekinlashdi.

Ikkinchi yirik holat banklari duch keladigan marja bosimidir. So'nggi ikki yil ichida, foiz stavkalari oshgani sayin, chakana banklar o'zlarining marjalarining eng yuqori nuqtasiga chiqdi. Biroq, Markaziy bankning aralashuvidan va mijozlarning to'lovlar va foiz daromadlariga bosimning kuchayishi va foiz stavkalarining kutilayotgan pasayishi, mos ravishda, bank marjasini siqadi. Depozit beta-versiyasi kreditlashning beta-versiyasiga yetilib bormoqda va ba'zi markaziy banklar allaqachon stavkalarni pasaytirishga kirishgan. Masalan, Yevropa Markaziy banki 2019-yildan beri birinchi marta 2024-yil iyun oyida foiz stavkalarini pasaytirdi, keyin sentabr oyida yana bir pasayishni amalga oshirdi. 18-sentabr kuni AQSh Federal zaxira tizimi 2020-yil mart oyidan beri birinchi marta qisqartirishni amalga oshirdi. Bu harakatlar chakana banklar uchun marjaning barqaror qisqarishiga olib keladi, chunki kredit stavkalari mablag'lar qiymatidan tezroq pasayishni boshlaydi.

Foiz marjalari chakana banklar duch keladigan marja qisqarishining asosiy qismini tashkil qilishi mumkin - 2026 yilgacha taxminan 70 foiz. Agar tartibga soluvchilar bank faoliyati va takliflarini, xususan, kredit kartalari, overdraftlar va depozitlar kabi ommaviy bozor mahsulotlari va xizmatlari uchun to'lovlarni yaqindan kuzatib borish va aralashishda davom etsa, marjalar qo'shimcha pasayish bosimiga duch keladi. Ushbu teskari choralarning chakana bank marjalariga ta'siri, albatta, mintaqalarga qarab farq qiladi, ammo bu tendentsiya global miqyosda turli darajada izchil davom etadi. 2026 yilga kelib turli mintaqalarda marjaning



4-rasm. Chakana bank xarajatlarning bir nechta yo'nalishdagi o'zgarishi

Manba: Economist Intelligence Unit; US FTC Consumer Sentinel; McKinsey Ignite IT Spend Benchmarks; McKinsey Panorama—Global Banking Pools. ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

5 dan 10 foizgacha pasayishini kutilmoqda.

Yana bir jihati chakana banklar uchun operatsion xarajatlar ortib bormoqda (4-rasm). Bunga sabab to'rtta: ish haqining o'sishi, moliyaviy firibgarlik va jinoyatlarning ko'payishi, texnologik investitsiyalar uchun imperativlik va monopoliya hamda o'sib borayotgan kredit riski. Ushbu tendentsiyalar sababli banklarni kelgusi faoliyatida qanday samaradorlikga erishish uchun bosh qotirishlari lozim.

4-rasmda chakana bank xarajatlarining bir nechta yo'nalishlarda ortib borganligini ko'rishimiz mumkin. Unda ish haqi o'sishi 2019 yilda Yevropa bo'yicha yillik o'sish 7.0%ni tashkil etgan bo'lsa, 2023 yilda bu ko'rsatkich 10.8%ga yetgan va bu davrda 3.8 birlikka oshgan. Bu shuni anglatadiki ish haqining bank xarajatlari tarkibidagi ulushi yildan-yilga ortib borganini aks ettirgan.

Moliyaviy firibgarlik va jinoyatlar 2019 yilda AQSh da 2.4 milliard dollarni tashkil qilgan bo'lsa, 2023 yilda bu summa 10.3 milliard dollarga yetgan, ya'ni 44% yillik o'sish kuzatilgan. Doimiy moliyaviy jinoyatlar rivojlanishda davom etsa-da, texnologiyalarning integratsiyasi, yaxshi me'yoriy-xuquqiy asos va bank tizimidagi yahlit hamkorlikdagi sa'y-harakatlar uning ta'sirini kamaytirishga xizmat qiladi. Banklar bu borada doimo hushyor bo'lishlari kerak, chunki moliyaviy jinoyatlarga qarshi kurash dinamik va doimiy muammo hisoblanadi.

Informatsion texnologiyalarni sotib olishda va doimo takomillashtirib borish katta xarajatlarni talab etadi. Ayniqsa bu jarayonlarga davlatning aralashuvi va monopoliyaning mavjud bo'lishi vaziyatni yanada qiyinlashtiradi. Xususan, 2018 yilda jahon miqyosida IT xarajatlari 14.8 foizni tashkil qilgan bo'lsa, 2022 yilga kelib bu ko'rsatkich 20 foizga yetgan va shu davrda 5.2 birlikka o'sish qayd etilgan. Buni banklarni transformatsiya qilish, texnologik taraqqiyot va raqamlashuvga bo'lgan ehtiyojning o'sib borishini ko'rsatadi.

Kredit risklarining o'sishini 2021 yilda 255 ball bilan o'lgan bo'lsa, 2023 yilga kelib bu ko'rsatkich 341 ballga yetgan, ya'ni 34% o'sish kuzatilgan. Bu banklarning kredit portfelli riskini boshqarishdagi qiyinchiliklarni aks ettiradi. Shuni alohida qayd etish lozimki, chakana bank xarajatlari mazkur jabhalarda oshib borishi banklarning xizmat ko'rsatish narxini oshirmoqda. Ushbu muammolarni hal etishda banklar an'anaviy vositalar, masalan, filiallar samaradorligini oshirish va raqamlashtirish, sun'iy intellekt va FinTech kabi keyingi avlod imkoniyatlarini uyg'unlashtirish orqali erishadilar.

Shunga qaramasdan banklar xarajatlarni optimallashtirish bilan birga, zamonaviy texnologiyalar va innovatsiyalarga sarmoya kiritishda davom etish lozim. Qisqa davrda xarajatlari oshgani bilan keyinchalik xarajatlari tejalishiga va katta hajmda daromadga erishishga asos bo'ladi.

Banklar raqobat sharoitida barqaror rivojlanishi va mijozlar bilan munosabatlarni chuqurlashtirishi uchun:

birinchidan, mobil qurilmalarga integratsiyalashgan mahsulotlarni sotish strategiyasini ishlab chiqish;

ikkinchidan, bank mahsulotlariga innovatsiyalarni joriy etish va rag'batlarga asoslangan munosabatlarni kuchaytirish;

uchinchidan, mijozlar bilan doimiy hamkorlikni rivojlantirish uchun o'zaro integratsiyalashgan mukofotlar orqali giperpersonalashtirish lozim.

Global miqyosda bank ehtiyojlari uchun o'z mobil telefonidan faol foydalanayotgan iste'molchilar ulushi 2020 yildan 2023 yilgacha 18 foiz punktga o'sib, 57 foizga yetdi. Shu bilan birga, mobil aloqa xizmatlarining aloqa punktlari ham shu vaqt oralig'ida ko'payib bordi [14].

Ushbu tendentsiyadan kelib chiqqan holda, banklar mobil kanalni iste'molchilar bilan o'zaro munosabatida asosiy boshqaruvchi sifatida joylashtirishlari kerak (5-rasm). Shunday qilib, mobil qurulma bank mijozlarining ehtiyojlari va xizmatlarini amalga oshirishga xizmat qiladigan nuqtaga aylanadi. Hozirda mobil aloqa yetakchilari chakana bank sohasida yetakchilik qilmoqda: ular raqobatda yutmoqda, xizmat ko'rsatish uchun arzonroq va yuqori darajadagi mijozlar tajribasini taqdim etmoqda.

Dunyo bo'ylab aksariyat banklar o'zlarining jismoniy filiallarini qisqartirmoqdalar, buni ayrim xarajatlarni tejash va daromadni muvozanatlashtirish bo'yicha aniq strategiyalarni ishlab chiqqanligi bilan izohlash mumkin. Undan tashqari mijozlar talabini o'rganib ularning ehtiyojlariga mos ravishda xizmat ko'rsatish jarayonlarini



5-rasm. Mobil qurilmaning bank xizmatlarini amalga oshirishdagi muhim ahamiyatli jihatlari

Manba: Muallif tomonidan tuzildi.

optimallashtirish zarur. Bu esa banklarning kelajakda raqobatbardoshligini oshirish va mijozlar ehtiyojlariga asoslangan faoliyat yuritishga asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Xulosa (Conclusions/Заключения).

Xulosa qilib aytganda, moliyaviy texnologiyalar va sun'iy intellekt moliyaviy xizmatlar unumdorligini tezda orada keskin oshiradi. Banklarning chakana mahsulotlarini sotishda kelajakda mobil ilovalar ancha kengroq qamrab oladi va ahamiyati ortadi. Moliyaviy texnologiyalar va sun'iy intellekt banklarning ishlash usulini, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini va samaradorlikni keskin o'zgartiradi. Ular natijasida, tezkor va qulay xizmatlar, to'lov tizimlarining raqamlashtirilishi, Open Banking konsepsiyasining amalga oshirilishi, mijozlarning xohishlarini tushunish, kiberxavfsizlik va shaxsiy ma'lumotlarni himoyalash, avtomatizatsiya va jarayonlarni optimallashtirish, shaxsiy maslahatchilar xizmati kabi yo'nalishlarning taraqqiy topishiga olib keldi. Natijada banklarda samaradorlikni oshirib, mijozlar uchun qulay xizmatlar yaratadi va yangi bozor imkoniyatlarini ochadi. Ammo ular bilan bog'liq risklarni oldini olish uchun strategik rejarlar ishlab chiqish zarurdir.

Rivojlangan davlatlardagi amaliyotlardan kelib chiqqan holda, tijorat banklari chakana mahsulotlarni sotish samaradorligi oshirish uchun quyidagi ilmiy takliflarni beramiz:

- raqamli kanallar (mobil ilovalar, internet-banking va chat-botlar) orqali chakana bank mahsulotlarini sotishni kengaytirish;
- bir vaqtning o'zida onlayn va oflayn kanallarni integratsiya qilish orqali mahsulot sotuvini oshirish;
- mijoz ma'lumotlarini tahlil qilish orqali shaxsiy takliflar tayyorlash;
- mijozlarni saqlab turish uchun uzoq muddatli aloqalar strategiyasini ishlab chiqish;
- bank bo'limlaridagi xodimlarning chakana mahsulotlar bo'yicha malakasini oshirish uchun treninglar o'tkazish;
- xalqaro amaliyotda keng tarqalgan yangi moliyaviy mahsulotlarni ishlab chiqish;
- chakana savdo, turizm, va elektron tijorat sohasidagi kompaniyalar bilan hamkorlik qilish;
- mijozning bank mahsulotlaridan qoniqishi bo'yicha so'rovnomalar o'tkazib natijalarini muntazam tahlil qilish va shu asosda marketing strategiyalarini takomillashtirish;
- sun'iy intellekt, mashinali ta'lim, va blokcheyn texnologiyalarini chakana bank xizmatlariga tatbiq etish.

Rivojlangan davlatlardagi amaliyotlardan kelib chiqqan holda, tijorat banklari chakana mahsulotlarni sotish strategiyalarini raqamlashtirish, personalashtirish, va innovatsion texnologiyalardan foydalanishga yo'naltirishi kerak. Bunda mijozlar ehtiyojlariga qaratiladigan yangi yondashuvlar raqobatbardoshlikni oshiradi va bozordagi ulushni kengaytiradi.

References:

1. Accenture. Global Banking Consumer Study Reignite human connections to discover hidden value. Copyright © 2023 Accenture. All rights reserved.
2. Hepsiba, R. (2023). Retail Banking Services in Public and Private Sector Banks. International Journal for Multidisciplinary Research, 5(4). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i04.5110>
3. Vagaytseva, V., & Shmyreva, A.I. (2023). Modern Banking Products: Analysis of Development Trends in Russia and Abroad. Ideas and Ideals, 15(2-2), 261-276. <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-261-276>
4. Мамадияров, З., Хакимов, Х., & Аскарлов, С. (2024). DEVELOPMENT OF RETAIL BANKING SERVICES IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION. Financial and credit activity problems of theory and practice, 1(54), 51-67.

5. Pistelak, P. (2006). Selling banks is the same as selling soap: Applying fast-moving consumer goods best marketing practices to the banking industry in Central and Eastern Europe. *Journal of Financial Services Marketing*, 11(1), 72–84. <https://doi.org/10.1057/PALGRAVE.FSM.4760008>
6. Deng, Y. (2024). Exploration on the Transformation of Retail Finance Marketing from “Sitting Business” to “Traveling Business” in Commercial Banks —Take the “Pop-up Shop” Model of C Bank Pedestrian Street as an Example. *Journal of Economics and Technology Research*. <https://doi.org/10.22158/jetr.v5n2p1>
7. Bapat, D. (2015). Union Experience: towards excellence in retail banking. 42(3), 335–345. <https://doi.org/10.1007/S40622-015-0095-Z>
8. Jantan, M. A., & Honeycutt, E. D. (2013). Current Sales Training Practices in the Commercial Retail Banking Industry in Malaysia. *Services Marketing Quarterly*, 34(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/15332969.2013.739876>
9. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/best-of-both-worlds-balancing-digital-and-physical-channels-in-retail-banking>
10. <https://www.unblu.com/en/unblu-branch/>
11. Capgemini (2012) Trends in Retail Banking Channels: Meeting Changing Client Preferences
12. Mahtab, N., & Abdullah, M. (2016). Marketing of financial and banking products: An example from Bangladeshi Bank. Mahtab N, Abdullah M (2016) Marketing of Financial and Banking Products: An Example from Bangladeshi Bank. *J Account Mark*, 5, 159
13. Amit Garg, Marukel Nunez Maxwell, Marti Riba, Max Flötotto, Oskar Skau Matic Hudournik. The state of retail banking: Profitability and growth in the era of digital and AI. October 10, 2024 | Report
14. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/how-we-help-clients/finalta/overview>
15. Мамадияров, З. (2023). Ўзбекистонда банк хизматларини рақамли трансформация қилишга таъсир этувчи омиллар таҳлили. *Страховой рынок Узбекистана*, 1(4), 39-45.
16. Мамадияров, З. Т. (2019). Тижорат банкларида масофавий банк хизматларидан фойдаланишга таъсир қилувчи омиллар таҳлили. *Иқтисодиёт ва таълим» илмий журнали*.-Тошкент, 1.
17. Мамадияров, З., Асқаров, С., Захидов, Р., & Норов, Ж. (2024). Чакана банк хизматларининг банк фаолияти самарадорлигига таъсири таҳлили. *Страховой рынок Узбекистана*, 1(8), 23-26.
18. Мамадияров, З. (2023). Банк хизматларини масофадан қўрсатиш ва рақамлаштиришнинг долзарб жиҳатлари. *Iqtisodiyot va ta'lim*, 24(1), 115-122.