



ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ SWOT ТАҲЛИЛИНИ АМАЛГА ОШИРИШ УСЛУБИЁТИ

Бекмуродова Гўзал Адҳамовна

Тошкент давлат иқтисодиёт университети докторанти (DSc).

Тошкент, Ўзбекистон. g.bekmurodova@tsue.uz

ORCID iD 0000-0002-3275-6561

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss4/a19

Аннотация

Ушбу мақолада тижорат банкларида рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг SWOT таҳлилини амалга ошириш услубиёти кўриб чиқилади. Тадқиқот предмети сифатида республикамиз тижорат банкларида рақамли маркетинг технологияларини қўллашда SWOT таҳлилини амалга оширишнинг назарий ва амалий асослари ҳисобланади. Мақоланинг мақсади – тижорат банкларида рақамли маркетинг технологияларини қўллашдаги ижобий ва салбий оқибатларини таҳлили ҳисобланади. Тижорат банкларида SWOT таҳлилини амалга ошириш технологияларини яратиш бўйича олиб борилган тадқиқотлардан фойдаланган ҳолда унинг банк фаолиятининг ривожлантиришдаги муҳим жиҳатлари очиқ берилган.

Калит сўзлар: рақамли банк маркетинги, рақамли банк маркетинг технологиялари, мобиль илова, рақамли технология, рақамли маркетинг, SWOT таҳлил, Mobile-Банкинг, Phone-Банкинг, Video-Банкинг, Web-Банкинг, WAP-Банкинг, SMS-Банкинг, PC-Банкинг, «Банк-мижоз» тизими, «Internet-Banking».

Abstract

This article considers the methodology of SWOT analysis of the use of digital marketing technologies in commercial banks. The subject of research is the theoretical and practical basis of SWOT analysis in the application of digital marketing technologies in commercial banks of our republic. The purpose of the article is to analyze the positive and negative consequences of using digital marketing technologies in commercial banks. Important aspects of the development of banking activity are revealed using the research conducted on the creation of SWOT analysis technologies in commercial banks.

Keywords: digital banking marketing, digital banking marketing technologies, mobile application, digital technology, digital marketing, SWOT analysis, Mobile-Banking, Phone-Banking, Video-Banking, Web-Banking, WAP-Banking, SMS-Banking, PC-Banking, "Bank-client" system, "Internet-Banking".

Кириш (introduction)

2020 йил 12 майда эълон қилинган Президентимизнинг “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида”ги фармонида банк тизимини замонавий талаблар асосида ривож топтириш, кўрсатилаётган хизматлар сифатини оммабоплигини таъминлаш,

умуман банк тизимини бугунги кун талаблари асосида иш юритишини таъминлаш масалалари тилга олинган [1].

Ўзбекистон Республикаси банк тизимида амалга оширилаётган ислохотлар натижасида тижорат банклари томонидан кўрсатиладиган хизматлар юқори технологик хусусиятларга эга бўлиб, миқдорларга кўрсатиладиган масофавий хизматларнинг кенг ривожланишига замин яратди. Ҳозирги кунда республикамизда банклараро рақобатнинг ривожланиб бориши билан, тижорат банкларининг инновацион технологиялардан фойдаланиб банк хизматларини кўрсатиш амалиёти такомиллашиб бормоқда. Тижорат банкларида банк ҳисобварақларини масофадан бошқариш тизимлари (банк-миқдор, интернет-банкнинг, мобиль-банкнинг, sms-банкнинг)дан фойдаланувчилар сони ҳам доимий ортиб бормоқда. Жумладан, республикамизда масофадан банк хизматларини кўрсатувчи тизимлардан фойдаланувчиларнинг сони 2022 йил 1 январь ҳолатига кўра 20,2 млн. кишини ташкил этиб ўтган йилга нисбатан 38,9 фоизга ошган [2].

Банклараро рақобатнинг ривожланиши тижорат банклари фаолиятини кенгайтиришга интилиб, юқори фойда олишга ҳаракат қилади. Банклараро рақобатда хизматлар бозорида юқори мавқега эга бўлиш, маълум банк хизматлари бозорини эгаллашда энг истиқболли ривожланиш йўналишларидан бири замонавий банк хизматлари кўрсатиш амалиётини ривожлантиришидир.

Тижорат банкларининг ноанъанавий хизматлари банк миқдорлари учун кўплаб қулайликларни яратиши билан бир қаторда банклар томонидан кўрсатиладиган хизматлар сифати ошишига ва банк хизматлари турлари кўпайиб боришига бевосита кўмаклашади.

Банк хизматлари бозори электрон ҳужжат айланиши тизимида ўтган даврлардан бошлаб бир қанча турдаги электрон хизматлар қўлланила бошланди ва миқдорларга кенг миқдорда таклиф этилди. Компьютер технологиялари ҳамда интернетнинг фаол қўлланилиши хилма-хил банк хизматлари бозори юзага келишига замин бўлди. Анъанавий банк хизматларини эндиликда масофадан туриб амалга ошириш имконияти барчага бирдай маъқул келгани натижаси ўлароқ унинг сегментларга ажралиши юз берди. Масофадан туриб бошқариладиган банк хизматлари бевосита электрон воситалар ёрдамида амалга оширилиши табиий ҳол бўлиб, барча масофавий банк хизматларига нисбатан янгича электрон банкнинг деган таъриф ҳам ишлатила бошланди. Уларга Mobile-Банкинг, Phone-Банкинг, Video-Банкинг, Web-Банкинг, WAP-Банкинг, SMS-Банкинг, PC-Банкинг, «Банк-миқдор» тизими, «Internet-Banking» кабиларни киритиш мумкин [3].

Тижорат банкларида янги замонавий банк хизматларини жорий этиш асосида уларнинг имиджига турлича омиллар таъсир қилиши мумкин. Шунинг учун банк фаолиятига кириб келаётган рақамли маркетинг технологияларини SWOT таҳлилининг амалга ошириш муҳим ҳисобланади. Тижорат банкларида масофавий банк хизматларини жорий этиш асосида уларнинг банк фаолиятига таъсирини ўрганишда турлича ёндашувлар юзага келади. Ушбу ёндашувлар асосида банкларнинг кейинги фаолиятига таклиф этилаётган янги банк хизматларини жорий этиш ёки этмаслик масалалари кўриб чиқилади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили (literature review)

Ҳар қандай молиявий институтлар фаолиятига киритилаётган ўзгаришларни баҳолашда халқаро амалиётда SWOT таҳлилидан кенг фойдаланилади. Ушбу таҳлилнинг маъноси молиявий институтларни кучли ва заиф томонларини таҳлил қилиш имкониятини беради. Бунда мавжуд кучли томонларини (S), заиф томонларини (W), имкониятларни (O) ва таҳдидларни (T) тушуниш учун қулай усул ҳисобланади. Олиб борилган тадқиқотларда SWOT таҳлилини танқидий таҳлил қилиш ва қайта кўриб чиқиш орқали бозорда ўзининг муҳим мавқеини сақлаб қолади. SWOT таҳлили ниҳоятда интерактив жараён бўлиб, компаниянинг маркетинг, молия, операциялар, бошқарув ахборот тизимлари ва стратегик режалаштириш каби турли бўлимлари ўртасида самарали мувофиқлаштиришни талаб қилишини таъкидлаб ўтади [4]. Айрим тадқиқотчилар фикрича SWOT матрицаси стратегияларининг мақсади SWOT матрицасининг асосий мақсади компания ташқи имкониятлардан фойдаланиш, таҳдидларга қарши туриш, банкнинг кучли томонларини ишлатиш ва ҳимоя қилиш, шунингдек унинг заиф томонларини йўқ қилиш учун фойдаланиши мумкин бўлган стратегияларни аниқлашдир деб таъриф бериб ўтганлар [5].

SWOT таҳлил тизими ташкилотга кучли ва заиф томонлар каби ички стратегик омилларни, шунингдек имкониятлар ва таҳдидлар каби ташқи стратегик омилларни аниқлашга ёрдам беради. Бу SWOT матрицаси деб ҳам аталадиган 2X2 матрицага олиб келади [6].

Айрим назарий қарашларда қуйидагича таъриф беришган: SWOT -таҳлил қилиш респондентларнинг ташқи ва ички муҳитига таъсир этувчи омилларни белгилайдиган стратегик режалаштириш усули бўлиб, меҳнат шароитлари бўйича юқори тузилган тушунчаларни шакллантиришга ёрдам беради. Тадқиқот натижаси тўғри қарор қабул қилиш имкониятини беради. Бундай таҳлил менежерлар ва сотувчилар томонидан юқори баҳоланади.

SWOT таҳлили стратегик режалаштириш усулидир. У шахс ёки ташкилотга рақобат ёки лойиҳани режалаштириш билан боғлиқ кучли, заиф томонлари, имкониятлари ва таҳдидларини аниқлашга ёрдам бериш учун ишлатилади [7].

SWOT таҳлили - бу компаниянинг ривожланишига таъсир қилувчи ички ва ташқи омилларни баҳолаш учун стратегик режалаштириш усули. SWOT таҳлили компаниянинг кучли ва заиф томонларини баҳолаш, ривожланиш истиқболлари ва ташқи таҳдидларни аниқлаш учун зарур [8].

SWOT таҳлили - бу компаниялар ва уларнинг ходимларига меҳнат унумдорлигини оптималлаштириш, рақобатбардошликни ошириш, потенциални максимал даражада ошириш ва хавфларни минималлаштиришда ёрдам бериш учун мўлжалланган услубий воситадир. SWOT модели яхши қарорлар қабул қилишга ёрдам беради - ҳам катта, ҳам кичик. Бу ҳаракатлар самарадорлигини баҳолаш имконини беради - янги маҳсулот ёки хизматни ишга туширишдан бошлаб бошқа ташкилот билан қўшилиш ёки шўъба корхонани сотиб олишгача. SWOT - бу тўғри ишлатилганда фақат ижобий натижалар берадиган усул [9].

Бундай таҳлилни ўтказиш учун, агар мутахассис объект ҳақида маълумотга эга бўлса, керакли жадвалларни осонгина тузади. SWOT -таҳлил - бу тўртта позициядан келиб чиқадиган вазиятни баҳолашнинг бир йўли: кучлар-кучлидир; заиф томонлар - заиф томонлар; имкониятлар - имкониятлар; таҳдидлар -таҳдиддир.

Куч ва заиф томонлар - ўрганиш вақтидаги маълумотлар. Имкониятлар ва хавф-хатарлар аллақачон ташқи ҳолатлардан иборат бўлиб, улар ҳеч қачон рўй бериши мумкин эмас, барчаси қабул қилинган қарорга боғлиқ. Бу каби биринчи қисқартма, олим Kennet Andrews томонидан Гарварддаги савдо конференциясида, компаниянинг ҳаракатлари ўзгаришини ўрганиш мақсадида белгиланди. Ўтган асрнинг ўрталарида, бу стратегия тор доирада қўлланилган ва ҳозирда ҳар бир менежер SWOT усулидан фойдаланиши мумкин.

Амалда SWOT -таҳлилнинг бундай принциплари қўлланилади[10]: Тизимли ёндашув, кенг қамровли тадқиқ, динамик ўзгаришларни кўриб чиқади. SWOT таҳлили мақсадлари ички шароит сифатида қараладиган турли партияларнинг таърифи ҳисобланади. Ушбу усулнинг афзалликлари:

Ҳақиқий ва қудратли кучларни ҳисоблашга ёрдам беради; заиф нуқталарни таҳлил қилади, уларни такомиллаштириш йўллари излайди. Энг муҳим таҳдидларни аниқлайди ва яхши ҳимоя қилади. Бозорда самарали ишлашнинг сабабларини аниқлайди.

SWOT таҳлили - бу қарор оқибатларини баҳолашга имкон берувчи жуда оддий ва машҳур усул бўлиб, уни қабул қилишда атрофдаги вазиятни билиш ва тушунишга асосланади. Ушбу қарор маркетинг соҳасида бўладими, компанияни ривожлантириш стратегиясини танлаш ёки жорий фаолият билан боғлиқ ҳар қандай ҳолатларни кўриб чиқади.

Кучли, заиф томонлари, имкониятлар ва таҳдидларни таҳлил қилиш номи - SWOT таҳлили сўзларнинг қисқартмасидан келиб чиққан[11]: Strengths - кучли, кучли томонлари; Weaknesses - заиф томонлар; Opportunities - имкониятлар; Treats - таҳдидлар.

Аслида, ҳамма нарса оддий, таҳлил қўйидаги схема бўйича амалга оширилади:

1. Кучли ва заиф томонлар эксперт формуласи бўйича - бу ички омиллар. Уларнинг асоси фақат сиздир. Агар компания ҳақида гапирадиган бўлсак, бу компанияга хос бўлган кучли ва заиф томонлардир. Бунинг эксперт тавсифи учун корхона раҳбариятининг экспресс сўрови натижаларидан фойдаланиш кифоя. Кучли ва заиф томонлар камида 3 вектор бўйича баҳоланиши керак[12]: Менежмент (вазият, сифат, мотивация, малака), бизнес жараёнлари, молия.

Ички омилларни таҳлил қилиш учун бошқа моделдан фойдаланишни бўйича ҳам тадқиқотлар олиб борилган. Жумладан, ички омилларни таҳлил қилишда қўйидагиларга риоя қилишга эътибор қаратишимиз керак: фирманинг ташқи муҳитга маркетинг фаолиятига; компаниянинг савдо тизими ва унинг маркетинг каналига мослигига; ишлаб чиқариш жараёнларини ташкил этиш ва маҳсулотларнинг бозорга мослиги (ишлаб чиқарувчи корхоналар учун); логистика жараёнларини ташкил этиш ва уларнинг маркетинг каналига мувофиқлигига; компаниянинг молиявий ҳолати ва унинг мақсадларига; маъмурий тизим ва бизнес жараёнларини бошқариш сифати; бошқарув тизими, инсон ресурсларини бошқаришга.

2. Имкониятлар ва таҳдидлар - улар компаниядан ташқаридаги вазиятга, компаниянинг бизнес муҳитига асосланган ташқи омиллардир. Таҳдидларни ўйлаб топишнинг ҳожати йўқ, улар доимо бир хил. Компания учун мавжуд бўлган оддий потенциал таҳдидларни баҳолаш кифоя. Таҳдидлар: ижтимоий; иқтисодий; технологик; сиёсий; экологик; турли мусобақалар ҳолатида бўлиши мумкин.

Юқорида ўрганилган назарий қарашлар асосида шуни хулоса қилиш мумкинки ҳар қандай молиявий институт ёки компания ўз фаолиятини доимий равишда SWOT таҳлилини амалга ошириб бориши зарур.

Тадқиқот методологияси

Тижорат банкларида рақамли маркетинг технологияларидан фойдаланишнинг SWOT таҳлилини амалга ошириш услубиёти кўриб чиқилади. SWOT таҳлилини амалга ошириш услубиёти кўриб чиқиш орқали банкларнинг ишлаб чиққан стратегияси асосида уларнинг амалга ошириши кутилаётган йўналишларни тўғри белгилаб олганлиги ёки уни амалга оширишда таъсир қилиши мумкин бўлган ички ва ташқи омилларни баҳолаш имконияти кўриб чиқилади. Тижорат банкларида танланган стратегияни тўғри амалга оширилишида уларга таъсир қилувчи асосий омилларда мижозларнинг ҳатти-ҳаракати, мамлакатдаги ижтимоий-сиёсий ҳолатларни ўзгариши ва банк соҳасида янги технологияларни қўллашдаги рискларни ҳисобга олган ҳолда баҳо беришга алоҳида эътибор қаратиш зарурлиги методологияни асосини ташкил қилади.

Таҳлил ва натижалар

Умуман олганда тижорат банкларида рақамли маркетинг технологияларни қўллаш орқали банк бизнесини ривожлантиришда уларнинг кейинги фаолиятини таҳлил қилиш муҳим ҳисобланади. Банк соҳасида амалга оширилган ҳар қандай янги банк хизматларини циклик даврини олдиндан таҳлил қилиб бориш асосида унинг келажакда банк мижозларини қупайтириши ёки мижозлар учун қулайликлар яратишини кузатиб бориш зарур. Айнан шундай ҳолатларни баҳолашда ҳар қандай соҳада кенг қўлланиладиган SWOT таҳлилини ўтказиш ва доимий назоратга олиш муҳим ташкилий масалалардан бири сифатида қараш зарур бўлади. Айниқса пандемия шароитида мижозларнинг банкка бўлган талабларининг ортиб бориши асосида уларга хизмат кўрсатиш онлайн, масофадан хизматларга ўтказилиши бу жараёнларни рақамли банк маркетингларидан таҳлилини олиб боришни белгилайди.

Бизга маълумки рақамлаштириш жараёнида банклар мижозлари учун онлайн хизмат учун қанча кўп қулайликлар яратса мижозларни талаби ортиб бориши ва яна кўплаб мижозларни жалб этиш имкониятини ошириши мумкин. Энди ўз-ўзидан савол туғилиши муқаррар бўлиб, бунда SWOT таҳлилини қачон қилиш керак? –деган вазифа биринчи ўринга чиқади. SWOT таҳлилини қачон қилиш керак? SWOT таҳлили кўп жиҳатдан фойдали бўлиб янги ташаббус, маҳсулот ёки харид қанчалик самарали эканлигини билишга охир оқибат, у бозордаги ишларнинг ҳозирги ҳолатини (камчиликлар ва хавфлар) баҳолашни, кучли томонларни (афзалликлар) ва ривожланиш йўналишларини (имкониятларни) аниқлашни талаб қиладиган ҳар қандай вазиятда фойдали бўлади.

Республикамизнинг энг йирик банкларидан бири ЎзМиллийбанк фаолиятини SWOT таҳлилини айнан рақамли банк маркетинг технологияларини қўллаш ижроси бўйича кўриб чиқамиз.

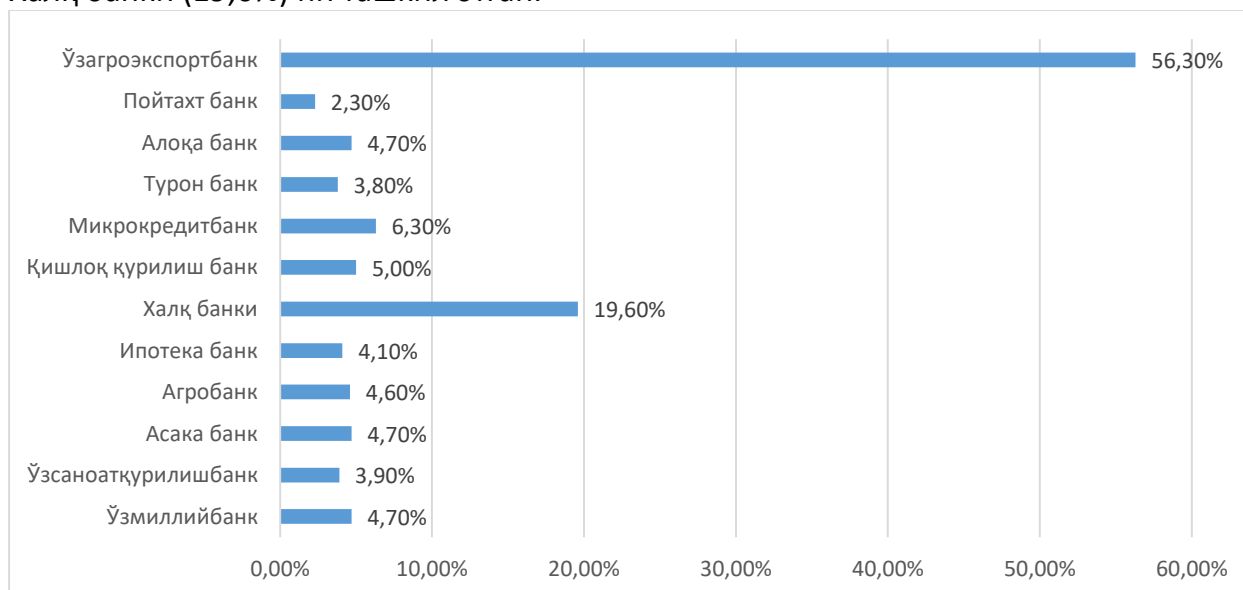
1-жадвал маълумотларига таянадиган бўлсак, 2022 йил 1 февраль ҳолатига кўра банкнинг активлар бўйича бозордаги улуши 20,3 фоизни, кредит бўйича 22,5 фоизни, капитал бўйича 21 фоиз ҳамда депозитлар бўйича 15 фоизни ташкил этган.

1-жадвал

Тижорат банклари фаолиятининг асосий кўрсаткичлари тўғрисида 2022 йил
1 февраль ҳолатига маълумот¹

№	Банк номи	Актив	Кредит	Капитал	Депозит
		улуши, фоизда	улуши, фоизда	улуши, фоизда	улуши, фоизда
Давлат улуши мавжуд банклар		82%	86%	81%	67%
1	Ўзмилийбанк	20,3%	22,5%	21,0%	15,0%
2	Ўзсаноатқурилишбанк	12,8%	13,2%	11,1%	8,2%
3	Асака банк	11,2%	11,4%	8,8%	6,4%
4	Агробанк	9,1%	9,9%	13,1%	7,6%
5	Ипотека банк	8,8%	8,9%	7,3%	9,4%
6	Халқ банки	6,2%	6,0%	7,9%	7,7%
7	Қишлоқ қурилиш банк	4,7%	5,4%	3,7%	4,3%
8	Микрокредитбанк	3,1%	3,3%	3,3%	2,1%
9	Алоқа банк	2,9%	2,4%	2,4%	4,3%
10	Турон банк	2,5%	2,5%	2,6%	1,7%
11	Пойтахт банк	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%
12	Ўзагроэксспортбанк	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%

Тижорат банкларининг муаммоли кредитлари (NPL) ни таҳлил қилганимизда 2022 йил 1 февраль ҳолатига кўра Ўзмилийбанк 4,7 фоизни ташкил этиб, кредит портфели 73037 млрд. сўм бўлиб, муаммоли кредитлар миқдори 3414 млрд. сўмни ташкил этган. Ушбу кўрсаткич бўйича энг юқори улуш Ўзагроэксспортбанки (56,3%) ва Халқ банки (19,6%) ни ташкил этган.



1-расм. Тижорат банкларининг муаммоли кредитлари (NPL) тўғрисида 2022 йил 1 февраль ҳолатига маълумот²

Ўзмилийбанк фаолиятини ривожланишини 2022-2023 йиллардаги стратегияси белгилашда банкнинг ташқи ва ички ўзгаришига алоҳида эътибор қаратилган. Ташқи трансформация мижозлар, ҳамкорлар ва пудратчилар билан ишлашнинг янги концепциясини жорий этиш билан боғлиқ. Банкнинг ички ўзгариши ташкилий тузилма, бизнес модели, IT платформаси, менежерлар ва ходимларнинг фикрлашидаги ўзгаришлар билан боғлиқ ҳолда тузилган.

Стратегия макроиқтисодий кўрсаткичлар прогнозига, Ўзбекистон банк секторини ўзгартиришга асосланади ва саноатни ривожлантиришнинг асосий тенденцияларини ҳисобга олган ҳолда яратилган. Банкнинг бугунги кундаги ҳолати бўйича филиаллар сони - 73 та, айирбошлаш пунктлари сони 104 та, Асия Инвест Банк Россиядаги шўба банк ҳисобланади, банкоматлар - 180 дона, терминаллар - 31 432 дона, инфокиосклар - 332 дона, юридик шахслар -282 минг, жисмоний шахслар - 3 345 минг, пластик карточкалар сони 2,2 миллиондан ортиқ, “Миллий” мобил иловасидан кўпроқ фойдаланувчи 143 минг киши, юридик шахслар учун онлайн-банкнинг “Ибанк” томонидан қўлланилади – уларнинг сони 17,5 минг кишини ташкил этади [15]. Банкнинг асосий стратегияси қуйидаги йўналишлар бўйича ривожланишни мақсад қилиб белгилаган: хорижий кредит линиялари, ресурсларни жалб қилган ҳолда иқтисодиётнинг устувор тармоқларидаги йирик инвестиция лойиҳаларини фаол кредитлаш халқаро капитал бозорлари, хорижий инвесторларнинг маблағларини жалб этиш. Хизмат кўрсатиш сифати ва тезлигини ошириш учун инновацион молиявий маҳсулотларни жорий этиш. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига банк хизматларини кўрсатиш, шунингдек, ташқи иқтисодий фаолият масалаларида молиявий маслаҳат ва ахборот билан таъминлаш. Аҳоли учун чакана банк хизматларини ривожлантириш, банк хизматларининг янги турларини, шу жумладан, ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланишни жорий этиш. Банкни молиялаштириш манбаларини, биринчи навбатда, миллий валютадаги узоқ муддатли маблағларни сафарбар қилиш орқали диверсификация қилиш. Ўзбекистон савдо ва экспорт салоҳиятининг маҳсулот ишлаб чиқариш ва бизнес географиясини кенгайтириш, экспорт қилувчиларга консалтинг хизматларини кўрсатиш. Корпоратив мижозларга инвестицион банк хизматларини кўрсатиш, шу жумладан ички ва ташқи бозорларда қимматли қоғозларни чиқариш ва жойлаштириш масалалари киритилган.

Ўзмилийбанк 2020 йилда трансформация жараёнларини амалга оширган бўлса, 2021 йилда бошқа банкларга ташаббус кўрсатиб масофавий банк хизматлари кенг жалб қилиш имкониятига эга бўлган. 2022 йил стратегиясида эса банк бозорда ўз ўрнини янада мустаҳкамлаш ва 2023 йил стратегиясида эса прогрессив ўсишга эришишни белгилаб олган.

Бизга маълумки Ўзмилийбанкнинг асосий фаолияти инвестицион фаолият бўлган ва асосий фаолияти жиҳатидан шундай бўлиб қолади. Шу билан бирга, Ўзмилийбанкнинг 2020-2023-йилларда ривожлантириш стратегиясида асосий эътибор иқтисодиётнинг устувор тармоқларида хорижий кредит линиялари, халқаро капитал бозорларидаги ресурслар, хорижий инвесторлар маблағларини жалб қилган ҳолда йирик инвестиция лойиҳаларини фаол кредитлашдан иборат қилиб белгиланган. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик, маҳсулот ишлаб чиқариш ва бизнес географиясини кенгайтириш ва экспортни белгиланган рентабеллик даражасига мувофиқ молиялаштириш ҳамда узоқ муддатли кредитлар улушини

камайтириш киритилган. Стратегияга мувофиқ, банк кредит сиёсатини, кредит рискларини бошқариш ва баҳолаш тизимини (скорринг, андеррайтинг), ликвидлик ҳолати ва активлар балансидан келиб чиққан ҳолда кредитлар ва депозитларни қайтариш фоизлари ва муддатларини белгилашни такомиллаштириш ҳамда мажбуриятлар билан ва модулли кредитлаш амалиётини амалга оширишга алоҳида эътибор қаратилган.

Олиб борилган турли тадқиқотларда рақамли стратегия банкларнинг асосий кейинги йиллар учун ривожланиш йўналишларини белгилаб берувчи жараён ҳисобланади. Шунинг учун буни ишлаб чиқишда ҳамма нарсага алоҳида эътибор қаратиш, айниқса ички ва ташқи муҳитдаги ўзгаришларни ҳисобга олиш зарур ҳисобланади. Ушбу стратегияни ишлаб чиқишда қуйидагиларга алоҳида эътибор қаратиш зарур бўлади.

1. Рақамли стратегия банкнинг ўзига хос қарашлари ва миссиясига, рақобат контекстига ва Digital Reinvention каби усуллар билан мақсадли бизнес моделига асосланади.

2. Рақамли имкониятларни баҳолаш рақамли стратегия асосида амалга оширилади. Банк янги рақамли бизнес моделини қўллаб-қувватлаш учун ишлаб чиқиши ва қўллаши керак бўлган бизнес ва IT имкониятларини аниқлаш. DBF дан фойдаланган ҳолда, банк имкониятларнинг умумий тўпламини аниқлашга ёрдам бериш учун унинг жорий рақамли етуклигини баҳолайди ва ҳар қандай бўшлиқларни аниқлаш учун уни банкнинг рақамли амбициялари билан таққослайди. DBF асосий молиявий кўрсаткичларни рақамли трансформация билан боғлайди, камчиликларни бартараф этиш учун лойиҳаларни тавсия қилади.

3. Мақсадли операцион моделни мослаштириш DBF операцион таъсири моделига асосланган. Ушбу қадам исталган рақамли етукликни қўллаб-қувватлаш учун зарур бўлган ўзгаришларни белгилайди. Ташкилот, жараёнлар, маданият, активлар, технология ва архитектура рақамлаштириш жараёнига таъсир қилади ва банкнинг рақамли амбицияларини қўллаб-қувватлаш учун ўзгартирилиши керак.

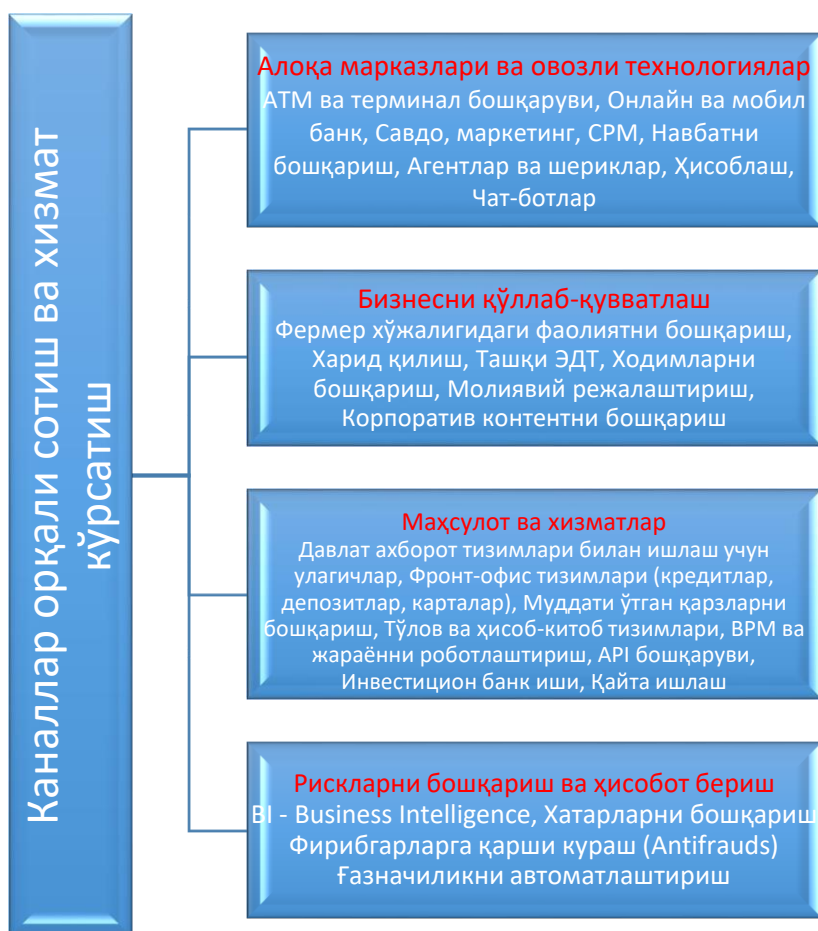
4. IT архитектурасини мослаштириш операцион моделни ўзгартириш ва банк бизнеси ва IT архитектураси эволюциясини ўзгартиришда ҳал қилувчи элемент ҳисобланади. Рақамлаштириш жараёни анъанавий жалб қилиш тизимларида ҳам, ёзувлар тизимларида ҳам чуқур ўзгаришларни талаб қилади. Ушбу янги авлод фронт ва баск-офис тизимлари маълумотлар, таҳлилий ва сунъий асосда қурилган бўлиши керак.

5. Рақамли қайта ихтиро йўл харитаси. Рақамли стратегия, операцион модел ва мақсадли архитектура аниқлангандан сўнг, банкнинг бюджет режаси, ресурслари ва таваккалчилик даражаси кўриб чиқилгач, барча ўзгаришлар трансформация дастурига киритилади. Лойиҳалар ва вақт жадваллари талаб қилинадиган харажатлар, ресурслар, хавфлар ва молиявий моделларда қўллаб-қувватланадиган имкониятлар бўшлиқларини ёпишга йўналтирилиши мумкин [16].

Ўзмиллийбанк томонидан ишлаб чиқилган IT стратегиясининг асосий мақсади замонавий ахборот технологияларига асосланган бизнес стратегиясини амалга ошириш ва бизнес жараёнларини оптималлаштиришни рағбатлантиришдан иборат деб белгиланган. Банкнинг рентабеллиги ва рақобатбардошлигини ошириш мақсадида банкни ахборотлаштиришнинг асосий устувор йўналишлари - мураккаб маълумотлар билан ишлаш ва рақамлаштириш жараёнлари сифатида белгиланган.

Database Management Unit (Data Office) маълумотлар базасини бошқариш бўлими (маълумотлар идораси) - корпоратив маълумотларни ишлаб чиқиш бўйича аниқ концепцияни белгилаш, маълумотларнинг юқори аниқлиги ва тўлиқлигини таъминлаш, фаолиятдан фойдаланишни кузатиш, маълумотларни бошқариш соҳасида ходимларни ўқитишни бошқариш кириш қоидаларини белгилаш.

Digital Development Division (Digital Office) рақамли ривожланиш бўлими (Рақамли офис) - рақамли стратегияни аниқлаш ва унинг амалга оширилишини мониторинг қилиш, менежерлар/ ходимлар ўртасида рақамли менталентга ўтиш белгиланган.



3-расм. Ўзмиллийбанкнинг рақамли стратегиясида каналлар орқали сотиш ва хизмат кўрсатиш усуллари³

Банк ўз хизматларини турли каналлар орқали сотиш ва хизмат кўрсатиш тизимида деярли энг замонавий платформалардан фойдаланиш киритилган. Бизга маълумки хизматга йўналтирилган архитектура (SOA) - технология ва маҳсулотлардан мустақил бўлган архитектура тамойиллари тўплами бўлиб, АТ архитектураси асосий бизнес жараёнларини қўллаб-қувватлайди ва бошқарувни амалга ошириш учун ресурсларни қўллаб-қувватлайди.

Ўзмиллий банк Инновацион банк хизматларини тадбиқ этишни белгилашда турлича ёндашувларни келтириб ўтган. Жумладан, фаолиятнинг янги йўналишлари технологияларнинг инновацион ривожланиши даврида банклар асосий банк фаолияти (комиссиялар ва фоизлар) туфайли рентабелликни ошириш муаммосига

дуч келмоқдалар ва тобора кўпроқ молиявий хизматлар асосий бўлган хизмат кўрсатувчи компанияларга айлантирилмоқда фақат битта соҳа тенденциясини ҳисобга олган ҳолда, Ўзмиллийбанк мижозларга юридик, бухгалтерия, солиқ, суғурта, брокерлик ва ҳ.к. хизматларни таклиф қилишни кучайтирмоқда. Бундай фаолият қўшимча комиссиялар ва мижозлар манбаи бўлиб, лекин молиявий компонентга эътибор қаратган ҳолда электрон тижоратда (B2C) ва (B2B) хизмат кўрсатувчи провайдерлар билан ўзаро ҳамкорликни кенг қамровли автоматлаштиришни талаб қилади.

Юқорида кўриб чиқилган Ўзмиллийбанкни 2023 йиллар учун ишлаб чиққан стратегиясидан келиб чиқиб унинг SWOT таҳлили кўриб чиқамиз. Ўзмиллийбанкни SWOT таҳлили ёрдамида унинг ижобий томонлари ва рақобатдош устунлиги ҳамда стратегик жойлашувидан фойдаланиши мумкин бўлган соҳаларини кўриб чиқамиз.

Банкнинг кучли томонлари: ўз соҳасидаги етакчи ташкилотлардан бири сифатида Ўзмиллийбанк банклар бозорида муваффақият қозониш имконини берувчи кўплаб кучли томонларга эга. Ушбу кучли томонлар нафақат мавжуд бозорларда бозор улушини таъминлашга ёрдам беради, балки янги бозорларга киришда ҳам ёрдам беради. Таҳлилларга таянган ҳолда банкнинг баъзи кучли томонларини санаб ўтамиз.

Биринчидан банк фаолиятини автоматлаштириш жараёнини кенгайтириш орқали маҳсулотларига сифат барқарорлигини олиб киришга эришди. Банк бозор талабларига мос бўлган маҳсулотларини ошириш ҳисобига рақобатдош усунлигини ва стратегик йўналишларни тўғри белгилаб олди. Муваффақиятли таълим ва ўқитиш дастурлари орқали юқори малакали ходимларини ўқитиш ва ривожлантиришга катта маблағ сарфлайди, натижада ишчи кучи нафақат юқори малакали, балки кўпроқ ютуқларга эришишга ундайди. Маҳсулотлари учун жуда муваффақиятли Go To Market стратегияларини киритишга эришмоқда. Янги бозорларда ажойиб кўрсаткичлар - банкни янги бозорларга кириш ва муваффақиятга эришиш тажрибасини янада оширмоқда. Турли бозорлардаги улушини ортиб бориши натижасида банкнинг янги даромад оқимини яратишга ва у фаолият юритаётган бозорларда бизнес цикли хавфини диверсификация қилишга ёрдам берди.

Мижозларнинг банк хизматидан юқори қониқиш даражаси - банк мижозлар билан муносабатларни бошқариш бўлимига эга бўлиб, ҳозирги мижозлар орасида юқори даражадаги мижозлар эҳтиёжини қондиришга ва потенциал мижозлар орасида яхши брендга эриша олди.

Ишончли етказиб берувчилар - ишончли хом ашё етказиб берувчиларнинг кучли базасига эга, бу эса банкка таъминот занжиридаги ҳар қандай тўсиқларни бартараф этиш имконини беради.

Кучли тарқатиш тармоғи - кўп йиллар давомида Ўзмиллийбанк ўзининг потенциал бозорининг катта қисмини қамраб оладиган мустақкам тарқатиш тармоғини қурди. Янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш бўйича муваффақиятли тажриба - маҳсулот инновацияларини яратиш имкониятига эга бўлди.

Заиф томонлар ички стратегик омиллар таъсири асосида - бу Ўзмиллийбанкни яхшилаш мумкин бўлган соҳаларни ўз ичига олиб қўйидагиларни янада ривожлантириш асосида йўқотиш мумкин.

Ўзмиллийбанк томонидан таклиф этилаётган маҳсулотлар ассортиментида камчиликлар мавжуд бўлиб асосан ички имкониятларни қондириш мақсадида таклифлар ишлаб чиқилган. Банк ўз маҳсулотини ички бозордан ташқари таклиф

этмаса янги рақобатчига бозорда ўз ўрнини бериши мумкин. Банкка янги технологияларга янада кўпроқ сармоя киритиш талаб этилади. Кенгайиш кўламини ва банк кенгайишни режалаштираётган турли географияларни ҳисобга олган ҳолда, жараёнларни бутун кенгаш бўйлаб интеграция қилиш учун технологияга кўпроқ пул сарфлаши керак. Ҳозирги кунда фойдаланилаётган технологиялар кўламини инвестициялар компаниянинг қарашларига мос келмайди.

Маҳсулот маркетинги олиб боришда янги рақамли банк маркетинг технологияларидан фойдаланиш суст даражада. Банк банклар бозорида маҳсулот сотиш бўйича муваффақиятли бўлсада, унинг жойлашуви ва ноёб сотиш таклифи аниқ белгиланмаган, бу эса рақобатчиларнинг ушбу сегментдаги кучли рақобатига тўғри келиши мумкин. Банк соҳасидаги бошқа банклар билан таққослаганда, банк ўз ходимларини ўқитиш ва ривожлантириш учун рақобатчилардан кўра кўпроқ маблағ сарфлаши зарур бўлади. Ташкилий тузилма фақат мавжуд бизнес моделига мос келади, бу эса тегишли маҳсулот сегментларига кенгайтиришни чеклайди. Банк маҳсулотларига бўлган талабни рақамли маркетинг орқали таҳлил қилиш ва унинг яшаш даврини циклик жараёни тўғри прогноз қилишни талаб этади. Акс ҳолда рақобатчиларга нисбатан ўтказиб юборилган имкониятларнинг юқори даражасига келиши мумкин.

Янги технология банкка янги бозорда табақалаштирилган нарх стратегиясини қўллаш имконини беради. Бу банкка ўзининг содиқ мижозларини мукамал хизмат кўрсатиш билан қўллаб-қувватлаш ва бошқа қимматли таклифлар билан янги мижозларни жалб қилиш имконини беради. Янги экологик сиёсат - янги имкониятлар саноатнинг барча иштирокчилари учун тенг шароит яратади. Бу банк учун янги технологияларда ўз устунлигини амалга ошириш ва янги маҳсулотлар тоифасида бозор улушини қўлга киритиш учун ажойиб имкониятдир. Истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатларидаги янги тенденциялар банк учун янги бозорни очиши мумкин. Бу банкка янги даромад оқимларини яратиш ва янги маҳсулот тоифаларига диверсификация қилиш учун ажойиб имконият беради. Паст инфляция - паст инфляция бозорда катта барқарорликни таъминлайди, бу банк мижозларига паст фоиз ставкасида кредит олиш имконини беради. Барқарор эркин пул оқими тегишли маҳсулот сегментларига инвестиция қилиш имкониятини беради. Банкдаги кўпроқ нақд пул билан компания янги технологияларга ҳам, янги маҳсулот сегментларига ҳам сармоя киритиши мумкин. Бу банк учун бошқа маҳсулот тоифаларида имкониятлар ойнасини очишига имконият беради. Ҳукумат келишуви туфайли янги бозорларни очиш - янги технологик стандартни ва давлат эркин савдо шартномасини қабул қилиш банкка янги ривожланаётган бозорга кириш имкониятини беради.

Юқори қийматли маҳсулотларга бўлган талаб мавсумийдир ва энг юқори мавсумдаги ҳар қандай кутилмаган ҳодиса банкнинг қисқа ва ўрта муддатли истиқболдаги рентабеллигига таъсир қилиши мумкин. Масъулият тўғрисидаги қонунлар мамлакатдан мамлакатга фарқ қилади ва банк ушбу бозорлардаги сиёсат ўзгаришлари туфайли турли хил жавобгарлик талабларини қўйиши мумкин. Маҳаллий дистрибуторларнинг кучайиб бораётган кучи баъзи бозорларда ҳам хавф туғдиради, чунки рақобат маҳаллий дистрибуторларга юқори маржа тўлайди.

Ўзмиллийбанк учун SWOT таҳлилининг чекловлари сифатида қуйидагиларни келтириб ўтиш мумкин.

SWOT таҳлили стратегик режалаштириш воситаси сифатида кенг қўлланилсада, таҳлилнинг ўзига хос чекловлари бор. Банкнинг баъзи таклифлари ёки омиллари

бир вақтнинг ўзида кучли ва заиф бўлиши мумкин. Бу SWOT таҳлилининг асосий чекловларидан биридир. Мисол учун, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш қоидаларини ўзгартириш банк учун таҳдид ва имконият бўлиши мумкин, агар у рақобатчиларга қараганда тезроқ маҳсулот ишлаб чиқара олса, рақобатчиларга нисбатан тенг ёки устунликка эга бўлиш имконини беради. SWOT рақобатдош устунликка қандай эришиш мумкинлигини кўрсатмайди, шунинг учун у ўз-ўзидан мақсад бўлмаслиги керак. Матрица таклиф қилинган стратегияларни қандай амалга ошириш мумкинлигини муҳокама қилиш учун фақат бошланғич нуқтадир. Бу банкнинг стратегик рақобатбардошлигига асосланган амалга ошириш режаси эмас, балки баҳолаш ойнасини тақдим этди. SWOT - бу статик баҳолаш - кичик ўзгаришлар билан вазиятни таҳлил қилиш. Вазиятлар, имкониятлар, таҳдидлар ва стратегиялар ўзгарганлиги сабабли, рақобат муҳитининг динамикасини битта матрицада ушлаб бўлмайди.

SWOT таҳлили банкнинг стратегияларни ишлаб чиқишда ички ёки ташқи омилни ортиқча баҳолашига олиб келиши мумкин. Асосий ички ва ташқи омиллар ўртасида стратегияларни ишлаб чиқишда муҳим бўлиши мумкин бўлган SWOT ошкор қилмайдиган муносабатлар мавжуд.

SWOT таҳлили/матрицасининг юқоридаги чекловларидан келиб чиқиб, корпоратив менежерлар банкнинг ҳар бир ички кучли ва заиф томонларига эътибор беришга қарор қилишади. Ташкилотлар, шунингдек, яқин келажақда содир бўладиган воқеалар эҳтимолини ва уларнинг компания фаолиятига қанчалик кучли таъсирини баҳолайдилар.

Ушбу усул вазли SWOT таҳлили деб аталади. Бу соддалаштирилган SWOT таҳлилини ўтказишдан кўра яхшироқдир, чунки вазли SWOT таҳлили билан банк менежерлари энг муҳим омилларга эътибор қаратишлари ва аҳамиятсизларини чегирмалаш мумкин. Банкнинг вазли SWOT таҳлилини чеклаш ушбу ёндашув битта жиддий камчиликка ҳам эга - бу омилнинг умумий аҳамияти ва бизнесга яхлит таъсир қилишига эмас, балки индивидуал аҳамиятига эътибор қаратади [18].

Хулоса ва таклифлар

Юқоридаги олинган таҳлиллардан шуни хулоса қилган ҳолда рақамли банк маркетингини SWOT таҳлилини қўйидагича деб белгилаш олиш мумкин:

1. Ҳар қандай банкда қисқа ва узоқ муддатда ишлаб чиқилган стратегияни SWOT таҳлилини олиб бориш мақсадга мувофиқ.

2. SWOT таҳлилини ўтказишда банклар асосий эътиборини банкнинг иқтисодий кўрсаткичларини банк фаолиятини ривожлантиришдаги ўрнига баҳо беришга, янги рақамли банк технологияларини қўллаш орқали унинг бозордаги кучли ва кучсиз томонларини таҳлиliga, хизмат, сервис ва янги банк маҳсулотларини жорий этишда рақамли банк маркетингини ролига эътибор қаратиш зарур ҳисобланади.

3. Рақамли банк маркетингини SWOT таҳлилини ўтказишда уларнинг энг муҳим йўналишлари сифатида қўйидагиларни белгилаш таклиф этилади:

Қулайлиги:

- бозорни тўлиқ ўрганиш имконини беради;
- банк бозорга янги хизмат турларини тақдим этади;
- мижозлар сонини ортишига олиб келади ҳамда қулайликлар яратилади;
- банклар доимий равишда 24/7 тизимда иш фаолиятини олиб боради;
- банк даромадини ошишига эришилади;
- масофадан хизмат кўрсатиш турлари кўпаяди.

Устунлиги:

- банк рақобатбардошлиги ошади;
- тез ва сифатли хизмат кўрсатилади;
- мижозлар билан доимий мулоқат қилиш имкониятига эга бўлади;
- жаҳон банк бозорига чиқиш имкониятлари ошади;
- IT соҳасида янги дастурий маҳсулотларга эга бўлади.

Камчилиги:

- маълум бир дастурий таъминотга боғланиб қолиши;
- киберхавфсизлик дастурий таъминот юқори бўлиши;
- юқори шаклдаги инфраструктурани талаб этилиши;
- юқори тоифали мутахассисларга таяниши.

Муаммолар:

- жойларда тўлиқ интернетдан фойдаланиш имкониятини йўқлиги;
- аҳолини рақамли банк маҳсулотларидан фойдаланиш тажрибасини камлиги;
- мижоз ва банк ўртасида алоқаларни доимий эмаслиги;
- рақамли банк маркетинги бўйича мутахассисларни етишмаслиги;
- жойларда банк филиалларида рақамли банк хизматларини олиб бориш имкониятларини чекланганлиги.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. <https://nuz.uz/uz/iqtisodiyot/1197219-banklar-transformacziyasi-va-tara%D2%9B%D2%9Biyot.html>
2. <https://cbu.uz/upload/medialibrary/9a0/Markaziy-bankning-Statistik-byulleteni>
3. <https://finance.uz/index.php/uz/fuz-menu-biznes-uz/4490-zafar-umarov-yangi-bank-xizmatlari-ularni-rivojlantirish>
4. <http://fernfortuniversity.com/term-papers/swot/1433/1170-sberbank.php>
5. <https://www.insales.ru/blogs/university/instrumenty-digital-marketinga>
6. <https://bstudy.net/776770/ekonomika/tsifrovye-marketingovye-tehnologii>
7. <https://blog.ringostat.com/ru/swot-analiz-chto-eto-takoe-gde-ego-ispolzuyut-primery/>
8. <https://marketolog.mts.ru/blog/kak-pravilno-ispolzovat-swot-analiz-i-ne-oshibatsya>
9. <https://hr-portal.ru/story/fundamentalnoe-rukovodstvo-po-swot-analizu>
10. <https://uz.unistica.com/swot-tahlil-strategik-rejalashtirishning-dolzarb-va-samarali-usuli/>
11. https://www.marketch.ru/notes_on_marketing/marketing_strategy/swot/
12. https://www.marketch.ru/notes_on_marketing/marketing_strategy/swot/
13. <https://cbu.uz/oz/statistics/bankstats/608089/>
14. <https://cbu.uz/oz/statistics/bankstats/608116/>
15. https://nbu.uz/upload/iblock/a83/Biznes_reja-va-rivojlanish-strategiyasi.pdf#viewer.action=download
16. <https://www.ibm.com/downloads/cas/YDOWYKYG>
17. https://nbu.uz/upload/iblock/a83/Biznes_reja-va-rivojlanish-strategiyasi.pdf#viewer.action=download
18. <http://fernfortuniversity.com/term-papers/swot/1433/1170-sberbank.php>