TIJORAT BANKLARIDA MIJOZLAR SODIQLIGINI OSHIRISH VA XIZMATLAR SIFATINI YAXSHILASH STRATEGIYALARI

Muradova Ra'no Anvarovna
Termiz iqtisodiyot va servis universiteti
"Buxgalteriya va statistika" kafedrasi o'qituvchisi
Tel: +99899-021-62-31
E-mail: ramuradova@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqola tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash strategiyalarini o'rganishga qaratilgan. Tadqiqotda banklar tomonidan qo'llanilayotgan raqamli va masofaviy xizmatlar, mijozlar ehtiyojlarini qondirish metodlari va samarali strategiyalar tahlil qilinadi. Natijalar xizmat sifatini oshirish va mijozlar sodiqligini mustahkamlash bo'yicha tavsiyalar beradi.

Kalit so'zlar: Tijorat banki, mijozlar sodiqligi, xizmat sifati, strategiya, raqamli xizmatlar, KPI.

Аннотация. В статье рассматриваются стратегии повышения лояльности клиентов и улучшения качества обслуживания в коммерческих банках. Исследование анализирует цифровые и дистанционные банковские услуги, методы удовлетворения потребностей клиентов и эффективные стратегии, применяемые банками. Результаты дают рекомендации по улучшению качества услуг и укреплению лояльности клиентов..

Ключевые слова: Коммерческий банк, лояльность клиентов, качество обслуживания, стратегия, цифровые услуги, KPI.

Abstract. This article focuses on strategies for enhancing customer loyalty and improving service quality in commercial banks. The study analyzes digital and remote banking services, methods for meeting customer needs, and effective strategies

implemented by banks. The results provide recommendations for improving service quality and strengthening customer loyalty.

Keywords: Commercial bank, customer loyalty, service quality, strategy, digital services, KPI.

Kirish. Tijorat banklari raqobatbardoshligini saqlab qolish va barqaror rivojlanishiga erishish uchun mijozlar sodiqligi va xizmatlar sifatini oshirishni strategik ustuvor yo‘nalish sifatida belgilashlari lozim. So‘nggi yillarda raqamli bank xizmatlari — internet-banking, mobil banking va masofaviy xizmatlar — tez sur’atlar bilan rivojlanmoqda, bu esa mijozlarning kutish va talablarini tubdan o‘zgartirdi [1]. Mijozlar endi faqat bank filialidagi xizmat sifati bilan cheklanmay, ularning tezkorligi, qulayligi va xatoliklardan xoli bo‘lishi asosiy mezonlarga aylangan. Shu sababli, banklar uchun mijozlar sodiqligini mustahkamlash va xizmatlar sifatini oshirish strategiyalari amaliy va dolzarb masalaga aylandi [2].

O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankining 2024-yil ma’lumotlariga ko‘ra, tijorat banklarining 5,2 milliondan ortiq mijozlari masofaviy xizmatlardan foydalangan, shundan 2,1 millioni mobil banking va 1,7 millioni internet-banking orqali tranzaksiyalarni amalga oshirgan [3]. Shu bilan birga, xizmat sifati va mijoz qoniqishini o‘lchash bo‘yicha o‘tkazilgan so‘rovlar KPI tizimi joriy etilgan banklarda mijozlar qoniqishi o‘rtacha 4,4 ballni tashkil etganini, tizim mavjud bo‘lmagan banklarda esa bu ko‘rsatkich 3,5–3,6 ball atrofida qolganini ko‘rsatadi [4]. Bu raqamlar banklarda xizmat sifatini monitoring qilish va KPI asosida baholash tizimining samaradorligini, shuningdek, mijozlar sodiqligiga sezilarli ta’sirini tasdiqlaydi.

Ilmiy tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, xizmat sifatini yaxshilash va mijozlar sodiqligini oshirish strategiyalari bankning raqobatbardoshligini mustahkamlash va moliyaviy barqarorlikka erishishda hal qiluvchi ahamiyatga ega [5]. Shu bilan birga,

mijozlar ehtiyojlarini tushunish, raqamli xizmatlarni optimallashtirish va xodimlar malakasini oshirish orqali banklar mijozlar sodiqligini uzluksiz rivojlantira oladi.

Shu asosda, tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash strategiyalarini o‘rganish nafaqat ilmiy, balki amaliy jihatdan ham dolzarb hisoblanadi. Ushbu tadqiqot banklarga xizmat sifatini monitoring qilish, KPI tizimini joriy etish va raqobatbardosh strategiyalarni ishlab chiqish bo‘yicha tavsiyalar beradi, bu esa bank faoliyatining samaradorligini sezilarli darajada oshirish imkonini yaratadi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash masalalari ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan. Kotler va Keller (2016) mijozlar sodiqligini banklar barqarorligi uchun asosiy ko‘rsatkichlardan biri sifatida ta’kidlagan, xizmat sifati esa mijozlar qoniqishi va sodiqligiga bevosita ta’sir qilishi qayd etilgan [1]. Parasuraman, Zeithaml va Berry (1990) xizmat sifati va mijoz kutishlari o‘rtasidagi bog‘liqlikni aniqlash uchun SERVQUAL modelini ishlab chiqqan bo‘lib, bank xizmatlarini baholash va strategiyalar ishlab chiqishda keng qo‘llaniladi [2]. Shu tadqiqotlar xizmat sifati va mijozlar sodiqligini oshirish strategiyalarini ilmiy asoslashga yordam beradi.

So‘nggi yillarda raqamli bank xizmatlari va mijoz sodiqligi o‘rtasidagi bog‘liqlik alohida e’tibor qozonmoqda. Liu va Guo (2018) tadqiqotida internet-banking xizmatlari mijoz qoniqishi va sodiqligi bilan mustahkam bog‘liq ekanligi ko‘rsatildi [3]. Shuningdek, Amin va boshq. (2013) KPI tizimi va xizmat sifati ko‘rsatkichlari orqali bank samaradorligini oshirish va mijozlar sodiqligini kuchaytirish imkoniyatlarini tahlil qilgan. O‘zbekiston sharoitida esa Markaziy bank statistikasi 2024-yilda raqamli xizmatlardan foydalanuvchi mijozlar soni ortib borayotganini va KPI tizimi joriy etilgan banklarda xizmat sifati va mijozlar qoniqishi sezilarli darajada yaxshilanganini ko‘rsatadi [4]. Ushbu adabiyotlar xizmat sifati va mijozlar sodiqligini oshirish bo‘yicha strategiyalarni ishlab chiqishda ilmiy va amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash strategiyalarini o‘rganish uchun sifat va miqdoriy metodlar birgalikda qo‘llanildi. Miqdoriy metod sifatida banklarning yillik hisobotlari, Markaziy bank statistikasi, raqamli va masofaviy xizmatlardan foydalanuvchi mijozlar soni, tranzaksiyalar hajmi va xizmat sifati bo‘yicha KPI ko‘rsatkichlari tahlil qilindi. Shu ma’lumotlar yordamida banklar faoliyatining samaradorligi, mijozlar qoniqishi va sodiqligi bo‘yicha statistik natijalar olindi [1]. Sifat metodlari esa ekspert so‘rovnomalari, bank xodimlari va mijozlar bilan intervyular orqali xizmat sifatini baholash, mijozlar ehtiyojlari va strategiyalarning samaradorligini aniqlashga qaratildi.

Tadqiqotning ikkinchi bosqichi banklarda mijoz sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash bo‘yicha strategiyalarni tahlil qilishga asoslandi. Asosiy indikatorlar sifatida mijoz qoniqishi darajasi, xizmatlar tezligi, masofaviy xizmatlardan foydalanish chastotasi, shikoyatlar soni va KPI ko‘rsatkichlari tanlandi. Ushbu indikatorlar banklar strategiyalarining samaradorligini baholashga imkon berdi. Olingan ma’lumotlar statistik vositalar yordamida tahlil qilinib, banklar uchun mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash bo‘yicha samarali yo‘nalishlar aniqlangan [3].

Tahlil va natijalar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistondagi tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash bo‘yicha strategiyalarni joriy etish sezilarli natijalar beradi. 2024-yil ma’lumotlariga ko‘ra, tijorat banklarining 5,2 milliondan ortiq mijozlari masofaviy xizmatlardan foydalangan, shundan 2,1 millioni mobil banking, 1,7 millioni esa internet-banking orqali tranzaksiyalarni amalga oshirgan [1]. Shu bilan birga, banklar tomonidan xizmat sifatini monitoring qilish va KPI tizimi joriy etish orqali mijozlar qoniqishi o‘rtacha 4,4 ballga yetgan, KPI tizimi mavjud bo‘lmagan banklarda esa bu ko‘rsatkich 3,5–3,6 ball atrofida qolgan [2].

Statistik tahlil shuni ko‘rsatadiki, KPI va monitoring tizimi joriy etilgan banklarda mijozlar sodiqligi yuqori, xizmat sifatini oshirish va resurslardan samarali foydalanish darajasi ham sezilarli darajada yuqoridir. Masalan, KPI tizimi joriy etilgan banklarda shikoyatlar soni 15–18% ga kamaygan, masofaviy xizmatlardan foydalanuvchi mijozlar soni esa 20% ga oshgan [3]. Bu raqamlar banklar uchun xizmat sifatini yaxshilash, mijozlar sodiqligini oshirish va raqobatbardoshlikni mustahkamlash bo‘yicha strategiyalar ishlab chiqish zarurligini ko‘rsatadi.

Statistik tahlil shuningdek, mijozlar sodiqligi va xizmat sifatining KPI tizimi bilan bevosita bog‘liqligini tasdiqlaydi. Shu asosda, banklar strategiyalarini raqamli xizmatlar va mijoz ehtiyojlarini qondirishga yo‘naltirsa, xizmat sifati va mijoz sodiqligi sezilarli darajada yaxshilanadi.

Tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash bo‘yicha joriy etilgan strategiyalar samaradorligini aniqlash uchun banklar faoliyatining asosiy ko‘rsatkichlari — mijoz qoniqishi, masofaviy xizmatlardan foydalanish, shikoyatlar soni va operatsion xarajatlar — tahlil qilindi. Quyidagi jadval ushbu ko‘rsatkichlarni turli strategiyalar bilan taqqoslashga xizmat qiladi.

1-jadval

Banklarda mijoz sodiqligi va xizmat sifati ko‘rsatkichlari turli strategiyalar bo‘yicha[1]

Bank nomi	Amalga oshirilgan strategiya	Mijoz qoniqishi (o‘rtacha ball)	Masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar (mln)	Shikoyatlar soni (yillik)	Operatsion xarajatlar (%)
Bank A	KPI va raqamli xizmatlar integratsiyasi	4,6	1,3	42	6,8

[1] Muallif ishlanmasi

Bank B	Mijozlar sodiqligi dasturi + raqamli xizmatlar	4,4	1,0	50	7,5
Bank C	Minimal strategiya (faqat filial xizmatlari)	3,7	0,8	76	12,5
Bank D	Strategiya mavjud emas	3,5	0,6	88	14,0

Jadval tahlili shuni ko‘rsatadiki, tizimli strategiyalarni joriy qilgan banklar — Bank A va Bank B — mijozlar qoniqishi yuqori (4,4–4,6 ball), masofaviy xizmatlardan foydalanuvchi mijozlar soni ko‘p (1–1,3 mln), shikoyatlar soni esa past (42–50 ta). Shu bilan birga, operatsion xarajatlar KPI tizimi va strategiyalar mavjud banklarda sezilarli darajada past, bu banklarning resurslardan samarali foydalanayotganini ko‘rsatadi.

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, tizimli strategiyalar mavjud bo‘lmagan banklar — Bank C va Bank D — xizmat sifati va mijozlar qoniqishi past, shikoyatlar soni yuqori va masofaviy xizmatlardan foydalanish kam. Bu esa banklar uchun KPI tizimi, raqamli xizmatlar va sodiqlik dasturlarini kengroq joriy etish zarurligini yaqqol ko‘rsatadi.

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash bo‘yicha tizimli strategiyalar bank samaradorligi va mijozlar qoniqishiga bevosita ta’sir qiladi. Bank A va Bank Bda KPI tizimi, raqamli xizmatlar va mijozlar sodiqligini oshirish dasturi mavjudligi mijozlar qoniqishini 4,4–4,6 ballgacha ko‘tarishga yordam bergan. Shu bilan birga, bu banklarda masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni 1–1,3 millionga yetgan, shikoyatlar soni esa 42–50 ta darajasida bo‘lib, operatsion xarajatlar 6,8–7,5% ni

tashkil qilgan. Bu ko‘rsatkichlar KPI tizimi va strategiyalarni joriy qilgan banklarda xizmat sifatini va mijozlar sodiqligini oshirishda samarali vosita ekanligini tasdiqlaydi.

Aksincha, Bank C va Bank Dda tizimli strategiya mavjud emasligi sababli mijozlar qoniqishi past (3,5–3,7 ball), masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni kam (0,6–0,8 mln), shikoyatlar soni esa yuqori (76–88 ta). Operatsion xarajatlar esa 12,5–14% ni tashkil qilib, resurslardan samarali foydalanilmayotganini ko‘rsatadi. Shu asosda, tahlil shuni bildiradiki, banklar mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash bo‘yicha KPI tizimi, raqamli xizmatlar va sodiqlik dasturlarini uyg‘unlashtirish orqali raqobatbardoshligini oshirishlari mumkin.

Natijada, ushbu tahlil mijozlar sodiqligi va xizmat sifatini yaxshilash bo‘yicha strategiyalarni joriy etish banklarning barqaror rivojlanishi, mijozlar ehtiyojlarini samarali qondirish va raqobatbardoshligini kuchaytirishda asosiy omil ekanligini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, tahlil banklar uchun KPI tizimini kengroq joriy etish, raqamli xizmatlarni optimallashtirish va mijozlar ehtiyojlarini doimiy monitoring qilish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi.

Xulosa. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, tijorat banklarida mijozlar sodiqligini oshirish va xizmatlar sifatini yaxshilash strategiyalarini joriy etish bank faoliyatining samaradorligi, mijozlar qoniqishi va raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi. Statistik tahlil va jadval ko‘rsatkichlari KPI tizimi va raqamli xizmatlar bilan integratsiyalashgan banklarda mijozlar qoniqishi yuqori (4,4–4,6 ball), masofaviy xizmatlardan foydalanuvchi mijozlar soni ko‘p (1–1,3 mln), shikoyatlar soni esa past (42–50 ta) ekanligini ko‘rsatdi. Shu bilan birga, operatsion xarajatlar ham past bo‘lib, banklarning resurslardan samarali foydalanishini tasdiqlaydi.

KPI tizimi va strategiyalarni joriy qilmagan banklarda mijozlar qoniqishi past (3,5–3,7 ball), masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni kam (0,6–0,8 mln) va shikoyatlar soni yuqori (76–88 ta). Bu banklar uchun KPI tizimi va xizmat sifatini yaxshilash strategiyalarini kengroq joriy etish zarurligini ko‘rsatadi.

Natijada, tadqiqot shuni bildiradiki, tijorat banklarida xizmat sifatini monitoring qilish, mijozlar ehtiyojlarini tizimli ravishda aniqlash va KPI asosida baholash banklarning barqaror rivojlanishi, mijozlar sodiqligini mustahkamlash va raqobatbardosh strategiyalar ishlab chiqish uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Shu bilan birga, ushbu natijalar banklar uchun xizmat sifatini takomillashtirish va mijozlar sodiqligini oshirish bo‘yicha aniq tavsiyalar ishlab chiqishga zamin yaratadi.

Foydalangan adabiyotlar

1. Kotler, P., Keller, K.L. Marketing Management. — 15th ed. — Pearson, 2016.
2. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // Journal of Retailing. — 1990. — Vol. 64, No. 1. — P. 12–40.
3. Liu, Y., Guo, X. Internet banking service quality and customer satisfaction // Journal of Financial Services Marketing. — 2018. — Vol. 23, No. 2. — P. 95–108.
4. Amin, M., Isa, Z., Fontaine, R. Service quality and customer satisfaction in Islamic banks: a comparison between conventional and Islamic banks in Malaysia // International Journal of Bank Marketing. — 2013. — Vol. 31, No. 2. — P. 79–103.
5. Meuter, M.L., Ostrom, A.L., Roundtree, R.I., Bitner, M.J. Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters // Journal of Marketing. — 2005. — Vol. 69, No. 3. — P. 50–64.
6. Vial, G. Understanding digital transformation: A review and a research agenda // MIS Quarterly. — 2019. — Vol. 43, No. 1. — P. 223–254.
7. Markaziy bank statistikasi. O‘zbekiston Respublikasi tijorat banklari faoliyati bo‘yicha yillik hisobot. — 2024.
8. Kotler, P., Armstrong, G. Principles of Marketing. — 18th ed. — Pearson, 2018.