



MIJOZLARGA YO'NALTIRILGAN BANK XIZMATLARI SIFATINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI

Ibroximov Ilxomjon Shavkatjon o'g'li,

Toshkent Kimyo xalqaro universiteti, PhD, dotsent

“Kechki ta’lim” yo’nalishlari rahbari.

+998909076789

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0559-6552>

i.ibroximov@kiut.uz

+99878129-40-40(215)

MAQOLA HAQIDA

Qabul qilindi: 6-noyabr 2025-yil

Tasdiqlandi: 10-noyabr 2025-yil

Jurnal soni: 16-B

Maqola raqami: 53

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v16i.1509>

KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ

СЛОВА/ KEYWORDS

mijozga yo'naltirilgan bank modeli, servis strategiyasi, bank xizmatlari sifati evolyutsiyasi, qiymat yaratish tizimi, raqamli transformatsiya, strategik boshqaruv, moliyaviy innovatsiya, bank ekotizimi

ANNOTATSIYA

Mazkur ilmiy maqolada mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifati rivojlantirishning strategik asoslari zamonaviy moliyaviy ekotizim transformatsiyasi sharoitida tadqiq etiladi. Tadqiqotda bank xizmatlari sifati operatsion ko'rsatkichlar yig'indisi sifatida emas, balki mijoz tajribasini boshqarish, qiymat yaratish arxitekturasini va institutsional moslashuvchanlikni o'zida mujassam etgan ko'p darajali boshqaruv kategoriyasi sifatida talqin qilinadi. Maqolada servis strategiyasining evolyutsion bosqichlari tahlil qilinib, mijoz ehtiyojlari dinamikasi, raqamli kanallar integratsiyasi hamda personalizatsiya mexanizmlarining sifati rivojlanishidagi o'rni asoslab beriladi. Shuningdek, bank xizmatlari sifati rivojlantirishning tizimli strategik modeli ishlab chiqilib, unda tashkiliy transformatsiya, innovatsion texnologiyalar va mijoz qiymati sinergiyasi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ilmiy jihatdan izohlanadi. Tadqiqot natijalari banklarning uzoq muddatli barqarorligi va raqobat ustunligini shakllantirishda mijozga yo'naltirilgan yondashuv strategik determinant ekanini ko'rsatadi.

Kirish. Global moliyaviy tizimning chuqur transformatsiyasi sharoitida bank sektorida raqobat tabiatining o'zgarishi xizmatlari sifati rivojlantirish masalasini strategik ustuvor yo'nalishga aylantirdi. An'anaviy bank modeli operatsion samaradorlik va mahsulot diversifikatsiyasiga tayangan bo'lsa, zamonaviy bosqichda ustuvorlik mijoz tajribasini boshqarish va qiymat yaratish jarayonlarini qayta konfiguratsiya qilishga qaratilmoqda. Raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlili vositalarining keng joriy etilishi bank xizmatlarining mazmunini tubdan o'zgartirdi. Natijada xizmat sifati faqat tezkorlik yoki aniqlik bilan emas, balki mijoz ehtiyojlari chuqur anglash, individual yechimlar taklif etish va uzoq muddatli ishonchli munosabatlarni shakllantirish bilan belgilanmoqda. Ushbu jarayon banklarni mijozga yo'naltirilgan rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishga undamoqda. Mijoz markazida shakllantirilgan servis arxitekturasini bankning barqaror rivojlanishida hal qiluvchi omil sifatida namoyon bo'lmoqda.

Mijozlarga yo'naltirilganlik konsepsiyasi marketing kategoriyasidan kengroq ma'noga ega bo'lib, u institutsional boshqaruv falsafasi darajasiga ko'tarilgan. Ushbu yondashuv bank faoliyatining barcha darajalarini qamrab oladi va qaror qabul qilish jarayonida mijoz manfaatlarini ustuvor mezon sifatida belgilaydi. Bank xizmatlari sifati bu yerda yakuniy natija emas, balki uzluksiz takomillashtirib boriladigan strategik jarayon sifatida talqin etiladi. Mijoz ehtiyojlarining dinamik o'zgarishi banklarni xizmatlar portfelini doimiy ravishda moslashtirishga majbur etadi. Shu sababli sifati rivojlantirish strategiyasi qisqa muddatli chora-tadbirlar majmui emas, balki uzoq istiqbolida qiymat yaratish tizimini shakllantirish mexanizmi hisoblanadi. Bunday sharoitda bankning tashkiliy tuzilmasi, texnologik infratuzilmasi va inson kapitali yagona strategik konsepsiya doirasida uyg'unlashtirilishi zarur.

Raqamli transformatsiya jarayonlari bank xizmatlarini ko'rsatish shakllarini sezilarli darajada kengaytirdi va mijoz bilan o'zaro aloqaning yangi formatlarini yuzaga keltirdi. Mobil ilovalar, masofaviy identifikatsiya tizimlari, onlayn kreditlash platformalari va avtomatlashtirilgan maslahat xizmatlari servisining yangi standartlarini belgilamoqda. Bu jarayon mijozlar tomonidan sifati mezonlarini qayta baholashga olib kelmoqda. Endilikda bank xizmatlari sifati nafaqat texnik mukammallik, balki foydalanish qulayligi, shaxsiylashtirilgan yondashuv va xavfsizlik kafolati bilan belgilanadi. Raqobat muhiti keskinlashgan sari mijoz tajribasini boshqarish bankning strategik ustunligiga aylangan. Shu nuqtai nazardan, sifati rivojlantirish strategiyasi bankning raqobat pozitsiyasini mustahkamlash vositasi sifatida ko'riladi.

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifati rivojlantirishning nazariy asoslarini chuqurlashtirish va strategik boshqaruv modelini ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot jarayonida xizmatlari sifati evolyutsiyasining konseptual asoslari tahlil qilinadi, mijoz tajribasini boshqarish mexanizmlari tizimlashtiriladi hamda servis arxitekturasini modernizatsiya qilish omillari aniqlanadi. Shuningdek, bank xizmatlari sifati rivojlantirishda tashkiliy transformatsiya, texnologik innovatsiya va qiymat yaratish sinergiyasining o'rni ilmiy asosda izohlanadi. Tadqiqot obyekti sifatida tijorat banklarining servis faoliyati tanlangan bo'lib, predmet sifatida mijozlarga yo'naltirilgan sifati rivojlantirish strategiyasini shakllantirish jarayonlari ko'rib chiqiladi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, unda bank xizmatlari sifati strategik boshqaruvning integratsiyalashgan komponenti sifatida talqin qilinadi va uni rivojlantirish ko'p darajali model orqali asoslanadi. Ushbu model mijoz ehtiyojlari, raqamli imkoniyatlar va institutsional resurslar o'rtasidagi muvozanatni ta'minlashga qaratilgan. Natijada bank xizmatlari sifati rivojlantirish jarayoni tizimli, barqaror va qiymatga yo'naltirilgan strategik mexanizm sifatida talqin etiladi. Mazkur yondashuv bank sektorining uzoq muddatli barqarorligi va global moliyaviy makondagi raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Adabiyotlar tahlili. Mijozlarga yo'naltirilgan boshqaruv konsepsiyasi iqtisodiy adabiyotlarda XX asr oxiridan boshlab alohida ilmiy paradigma sifatida shakllana boshladi. F. Kotler tomonidan ilgari surilgan bozor orientatsiyasi konsepsiyasi dastlab marketing strategiyasining markaziy elementi sifatida talqin etilgan bo'lsa, keyinchalik u tashkilotning umumiy boshqaruv falsafasiga aylantirildi. P. Drucker esa biznesning asosiy vazifasi mijoz yaratish ekanini ta'kidlab, korporativ strategiyaning markaziga iste'molchi manfaatlarini qo'yish zarurligini ilmiy asoslab bergan¹. Ushbu yondashuv bank sektoriga tatbiq etilganda xizmat sifati va mijoz tajribasi boshqaruv qarorlarining ustuvor mezoniga aylanishi kerakligi haqidagi g'oyani ilgari suradi. Shunday qilib, mijozga yo'naltirilganlik marketing instrumenti doirasidan chiqib, strategik boshqaruv kategoriyasiga aylandi. Zamonaviy ilmiy izlanishlar banklarda aynan shu konsepsiya raqobat ustunligini ta'minlovchi determinant ekanini ko'rsatmoqda.

Strategik boshqaruv nazariyasida M. Porterning raqobat ustunligi konsepsiyasi muhim o'rin egallaydi. Porter qiymat zanjiri modeli orqali korxonaning ichki jarayonlari va tashqi muhit bilan o'zaro aloqasi raqobatbardoshlikni belgilashini asoslab bergan. Bank xizmatlari sifati rivojlanishini tahlil qilishda ushbu yondashuv xizmat ko'rsatish jarayonining har bir bosqichida mijoz uchun qiymat yaratilishini

¹ Drucker, P.F. The Practice of Management. New York: Harper & Row, 1954. 404 p.

ta'minlash zarurligini ko'rsatadi². R. Kaplan va D. Norton tomonidan ishlab chiqilgan strategik xarita hamda muvozanatlashgan ko'rsatkichlar tizimi esa mijoz omilini moliyaviy natijalar bilan bog'lovchi integratsiyalashgan boshqaruv mexanizmini taklif etadi. Ularning konsepsiyasiga ko'ra, mijozlar qoniqishi va sodiqligi bankning uzoq muddatli moliyaviy barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli strategik rivojlanish modelida servis sifati mustaqil ustuvor yo'nalish sifatida ko'rib chiqilishi lozim³.

Mijoz tajribasini boshqarish masalasi bo'yicha B. Schmitt tomonidan ishlab chiqilgan tajribaviy marketing nazariyasi xizmat sifati rivojlanishining yangi bosqichini belgiladi. Schmitt xizmatni nafaqat funksional qiymat, balki emotsional va kognitiv tajriba manbai sifatida talqin etadi. Bu yondashuv bank xizmatlari sifati strategiyasini shakllantirishda mijozning hissiy qabul qilish omillarini hisobga olish zarurligini asoslaydi. Pine va Gilmore tomonidan ilgari surilgan tajriba iqtisodiyoti konsepsiyasi ham mijoz bilan o'zaro aloqaning qiymat yaratishdagi rolini kengaytiradi. Ularning fikriga ko'ra, zamonaviy iqtisodiyotda ustuvorlik mahsulot yoki xizmat emas, balki mijoz uchun yaratilgan noyob tajribaga qaratiladi. Bank sektorida bu konsepsiya personalizatsiya, servis dizayni va raqamli interaktivlik orqali namoyon bo'ladi⁴.

Raqamli transformatsiya sharoitida mijozlarga yo'naltirilganlikni tadqiq etgan olimlar orasida D. Rogers alohida ajralib turadi. U raqamli strategiya konsepsiyasida mijoz bilan o'zaro aloqaning yangi platformalar orqali shakllanishini tahlil qiladi. Rogersning fikricha, tashkilotlar ma'lumotlarni chuqur tahlil qilish orqali individual ehtiyojlarga moslashtirilgan servis modelini yaratishi mumkin. T. Davenport va J. Harris esa analitik boshqaruv konsepsiyasi orqali ma'lumotlarga asoslangan qarorlar mijozga yo'naltirilgan strategiyani samarali amalga oshirish imkonini berishini ko'rsatadi. Bu ilmiy yondashuvlar bank xizmatlari sifatini rivojlantirishda raqamli texnologiyalar va ma'lumotlar boshqaruvi ustuvor ahamiyat kasb etishini tasdiqlaydi.

Mahalliy iqtisodiy adabiyotlarda ham bank tizimida mijozlarga yo'naltirilganlik masalasi muhim ilmiy yo'nalish sifatida shakllanmoqda. Sh. Shodmonov va B. Berkinov bank xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishda servis sifati va mijoz ishonchining o'rnini haqida ilmiy xulosalar bergan⁵. Q. Jo'rayev bank boshqaruv tizimida marketing va servis integratsiyasini kuchaytirish zarurligini asoslab bergan⁶. Sh. Ergashxodjayev bank marketingi strategiyasini rivojlantirishda mijoz segmentatsiyasi va personalizatsiya mexanizmlarining ahamiyatini ko'rsatadi. Ushbu tadqiqotlar bank xizmatlari sifatini rivojlantirish masalasini milliy iqtisodiy sharoit bilan bog'liq holda talqin etadi. Biroq xizmat sifati rivojlanishining strategik, ko'p darajali modeli yetarlicha tizimli ishlab chiqilmaganligi kuzatiladi⁷.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, xorijiy va mahalliy ilmiy maktablarda mijozlarga yo'naltirilganlik va servis sifati masalasi turli nuqtai nazarlardan o'rganilgan. Biroq bank xizmatlari sifatini rivojlantirishni strategik transformatsiya, qiymat yaratish arxitekturasini va institutsional moslashuvchanlik sintezi asosida talqin etuvchi kompleks yondashuv yetarli darajada shakllanmagan. Mavjud tadqiqotlarda alohida elementlar chuqur tahlil qilingan bo'lsa-da, ularning o'zaro integratsiyasi va strategik modelga birlashtirilishi masalasi ochiq qolmoqda. Mazkur ilmiy ish aynan shu nazariy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan bo'lib, bank xizmatlari sifatini rivojlantirishni tizimli va barqaror strategik mexanizm sifatida asoslashni maqsad qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqot metodologiyasi mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifatini rivojlantirish strategiyasini shakllantirishga qaratilgan ko'p bosqichli ilmiy yondashuvga asoslanadi. Tadqiqot konseptual jihatdan strategik boshqaruv nazariyasi, xizmatlar innovatsiyasi paradigmasi hamda qiymat yaratish arxitekturasini tamoyillariga tayangan holda ishlab chiqildi. Metodologik asos sifatida tizimli tahlil, institutsional yondashuv va transformatsion rivojlanish konsepsiyasi qabul qilindi. Bank xizmatlari sifati bu yerda statik ko'rsatkich emas, balki dinamik ravishda rivojlanib boruvchi strategik kategoriya sifatida talqin qilinadi. Shu bois tadqiqot jarayonida sifatni rivojlantirish omillari ichki va tashqi muhit kontekstida kompleks o'rganildi. Metodologiya reduksion tahlildan ko'ra integratsiyalashgan model qurishga yo'naltirilgan. Bu

esa bank xizmatlari sifatini rivojlantirish jarayonini strategik transformatsiya nuqtai nazaridan baholash imkonini berdi.

Tadqiqot dizayni aralash metodologiya asosida shakllantirildi va unda sifatli hamda miqdoriy usullar uyg'unlashtirildi. Birinchi bosqichda nazariy tahlil orqali mijozga yo'naltirilgan strategiya evolyutsiyasi, servis arxitekturasini va raqamli transformatsiya jarayonlari tizimlashtirildi. Ikkinchi bosqichda empirik ma'lumotlar yig'ish amalga oshirildi va bunda tijorat banklari rahbarlari, xodimlari hamda mijozlari o'rtasida chuqurlashtirilgan so'rovnoma o'tkazildi. So'rovnoma savollari bank xizmatlari sifatini rivojlanishining strategik yo'nalishlari, innovatsion yechimlar, personalizatsiya darajasi va mijoz tajribasini boshqarish mexanizmlarini qamrab oldi. Tanlanma shakllantirish jarayonida banklarning hajmi, bozordagi ulushi va raqamli rivojlanish darajasi inobatga olindi. Bu esa tadqiqot natijalarining representativligini ta'minladi. Olingan ma'lumotlar maxfiylik va ilmiy obyektivlik tamoyillariga rioya qilingan holda qayta ishlangan.

Miqdoriy tahlil bosqichida ko'p omilli regressiya modeli va omilli tahlil usullaridan foydalanildi. Dastlab xizmat sifati rivojlanishiga ta'sir etuvchi yashirin determinantlar aniqlanib, ularning o'zaro bog'liqligi o'rganildi. Keyinchalik strategik omillar va mijozga yo'naltirilganlik darajasi o'rtasidagi sababiy aloqalar ekonometrik modelashtirish orqali baholandi. Model parametrlarining statistik ahamiyati aniqlik koeffitsienti va ishonchlilik mezonlari asosida tekshirildi. Bundan tashqari, xizmat sifati rivojlanishining uzoq muddatli natijalarini baholash uchun ssenariy tahlili ham qo'llanildi. Ushbu usul banklarning turli strategik yo'nalishlar bo'yicha rivojlanish istiqbollarini prognoz qilish imkonini berdi.

Sifatli tahlil bosqichida ekspert intervyulari va kontent tahlil usullari qo'llanildi. Bank menejerlari bilan o'tkazilgan suhbatlar mijozga yo'naltirilgan strategiyani joriy etish jarayonida yuzaga keladigan tashkiliy va texnologik muammolarni aniqlashga xizmat qildi. Kontent tahlil orqali banklarning rasmiy strategik hujjatlari va raqamli platformalaridagi servis siyosati o'rganildi. Bu jarayon sifat rivojlanishining amaliy mexanizmlarini aniqlash imkonini berdi. Sifatli va miqdoriy natijalar o'zaro solishtirilib, yagona konseptual model shakllantirildi. Ushbu model bank xizmatlari sifatini rivojlantirishni institutsional, texnologik va mijoz tajribasi komponentlari sintezi asosida izohlaydi.

Natijada ishlab chiqilgan metodologik yondashuv bank xizmatlari sifatini rivojlantirish strategiyasini tizimli baholash va optimallashtirish imkonini beradi. U mijoz ehtiyojlari dinamikasi, raqamli infratuzilma salohiyati va boshqaruv resurslari o'rtasidagi muvozanatni aniqlashga xizmat qiladi. Metodologiya banklar uchun strategik qarorlar qabul qilish jarayonida analitik asos yaratadi. Shuningdek, u xizmat sifati rivojlanishini doimiy monitoring qilish va natijadorlikni baholash mexanizmini taklif etadi. Ushbu ilmiy yondashuv bank sektorida mijozlarga yo'naltirilgan transformatsiyani izchil amalga oshirish uchun nazariy va amaliy asos vazifasini bajaradi.

Natijalar. Tadqiqotning empirik bosqichida mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifatini rivojlantirish strategiyasining amaliy holati kompleks baholandi. Tahlil jarayonida banklarning tashkiliy transformatsiya darajasi, raqamli infratuzilma rivoji va mijoz tajribasini boshqarish mexanizmlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik o'rganildi. Olingan natijalar shuni ko'rsatdiki, mijozga yo'naltirilgan strategiya faqat marketing faoliyati bilan chegaralanmay, balki butun boshqaruv tizimini qamrab oluvchi institutsional model sifatida namoyon bo'ladi. Banklarning aksariyatida mijoz segmentatsiyasi mavjud bo'lsa-da, personalizatsiya mexanizmlari yetarlicha chuqurlashtirilmaganligi aniqlandi. Shu bilan birga, raqamli kanallar orqali xizmat ko'rsatish ulushi ortib borayotgani kuzatildi. Bu holat servis strategiyasining texnologik asosga tobora ko'proq tayanayotganini tasdiqlaydi. Umuman olganda, banklar o'rtasida mijozlarga yo'naltirilganlik darajasi bo'yicha sezilarli tafovut mavjudligi qayd etildi.

Tahlilning keyingi bosqichida xizmat sifati rivojlanishiga ta'sir etuvchi asosiy strategik determinantlar aniqlashtirildi. Ko'p omilli regressiya natijalari tashkiliy moslashuvchanlik, raqamli integratsiya darajasi va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv mexanizmlari mijozga yo'naltirilganlik ko'rsatkichlariga bevosita ta'sir qilishini ko'rsatdi. Ayniqsa, ma'lumotlar bazasidan samarali foydalanish darajasi yuqori bo'lgan banklarda mijoz tajribasi indeksi sezilarli yuqori shakllandi.

² Porter, M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985. 592 p.

³ Kaplan, R.S., Norton, D.P. Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. Boston: Harvard Business School Press, 2001. 416 p.

⁴ Schmitt, B.H. Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands. New York: Free Press, 1999. 272 p.

⁵ Pine, B.J., Gilmore, J.H. The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press, 1999. 254 p.

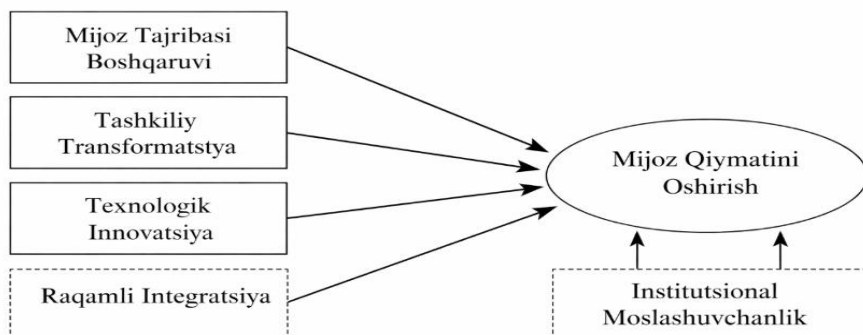
⁶ Jo'rayev, Q. Tijorat banklarida servis strategiyasini takomillashtirish yo'nalishlari // Moliyaviy boshqaruv va tahlil. 2020. № 3. B. 18–27.

⁷ Ergashxodjayev, Sh. Bank marketingi strategiyasi va xizmatlar innovatsiyasi. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2019. 318 b.

Transformatsion liderlik elementi ham strategik natijalarga ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. Bu esa inson kapitali va boshqaruv madaniyati sifat rivojlanishida muhim omil ekanini tasdiqlaydi. Tahlil natijalari strategiyani joriy etish jarayonida kompleks yondashuv zarurligini ko'rsatdi.

Bank xizmatlari sifatini rivojlantirish jarayonida raqamli kanallar integratsiyasining roli alohida o'rganildi. Tadqiqot natijalari mobil ilovalar va onlayn platformalardan foydalanish intensivligi oshgan sari mijozlar bilan interaktiv aloqalar kuchayishini ko'rsatdi. Shu bilan birga,

avtomatlashtirilgan xizmatlar tezkorlikni ta'minlagan bo'lsa-da, individual yondashuv yetishmasligi ayrim segmentlarda qoniqish darajasini pasaytirganligi kuzatildi. Demak, raqamli transformatsiya inson omilini to'liq almashtirmasligi, balki uni to'ldirishi lozim. Banklarning muvaffaqiyati texnologiya va personal muloqot o'rtasidagi muvozanatni topishiga bog'liq ekani aniqlashtirildi. Raqamli infratuzilma yetukligi strategik rivojlanishning asosiy poydevorlaridan biri sifatida namoyon bo'ldi. Ushbu natijalar servis arxitekturasini qayta ko'rib chiqish zarurligini asoslaydi.



1-rasm. Mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifatini rivojlantirishning konseptual modeli

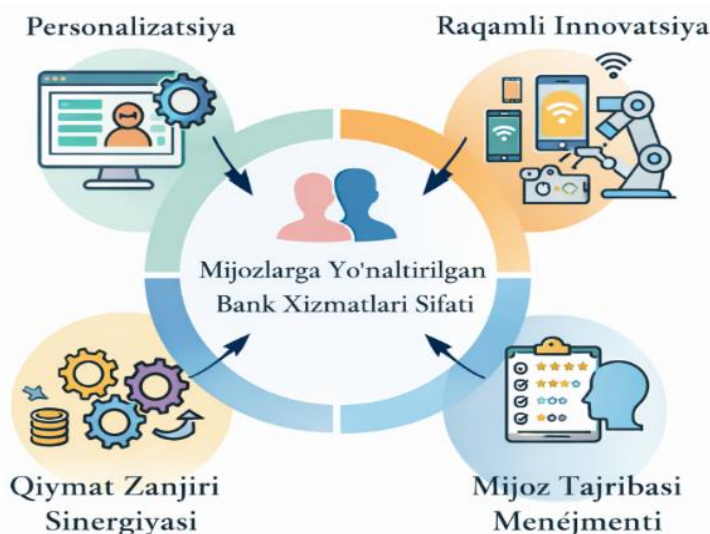
Model tahlili mijoz tajribasi boshqaruvi, tashkiliy transformatsiya va texnologik innovatsiya o'rtasidagi sinergik aloqani ko'rsatadi. Ushbu modelda strategik maqsad sifatida mijoz qiymatini oshirish belgilangan bo'lib, barcha tarkibiy elementlar aynan shu natijaga yo'naltirilgan. Tahlil jarayonida aniqlanishicha, strategik rejalashtirishda mijoz ehtiyojlari ustuvor mezon sifatida qabul qilingan banklarda xizmat sifati ko'rsatkichlari barqaror ravishda oshib bormoqda. Model bank ichki resurslari va tashqi muhit talablarini uyg'unlashtirish zarurligini ko'rsatadi. Natijalar strategik boshqaruv mexanizmlarini qayta konfiguratsiya qilish zarurligini asoslaydi. Shu tariqa, konseptual model amaliy natijalar bilan tasdiqlandi.

Empirik ma'lumotlar asosida banklar kesimida mijoz tajribasi indeksi hisoblandi va ularning rivojlanish darajasi solishtirildi. Yuqori indeksga ega banklarda xizmat ko'rsatish jarayonlari avtomatlashtirilgan, mijoz ma'lumotlari analitik qayta ishlanadi va personalizatsiya mexanizmlari keng qo'llaniladi. Past indeksli banklarda esa strategik rejalashtirish va operatsion faoliyat o'rtasida uzilishlar mavjudligi kuzatildi. Bu holat sifatni rivojlantirish faqat texnologik modernizatsiya bilan emas, balki boshqaruv tizimini qayta tashkil etish bilan ham bog'liq ekanini ko'rsatadi. Shuningdek, korporativ madaniyat va xodimlarning innovatsion fikrlashi ham natijalarga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Natijalar banklar o'rtasida strategik differentsiallashuv mavjudligini tasdiqladi.

Tahlil davomida xizmat sifati rivojlanishining bosqichma bosqich transformatsiya modeli ishlab chiqildi. Mazkur modelda boshlang'ich bosqich operatsion optimallashtirishga qaratilgan bo'lsa, keyingi bosqich raqamli integratsiyani chuqurlashtirishni nazarda tutadi. Uchinchi bosqich esa mijoz tajribasini to'liq personalizatsiya qilish va qiymat ekotizimini shakllantirish bilan tavsiflanadi. Banklarning aksariyati ikkinchi bosqichda ekanligi aniqlandi, bu esa rivojlanish uchun salohiyat mavjudligini ko'rsatadi. Transformatsiyaning muvaffaqiyati strategik liderlik va tashkiliy moslashuvchanlikka bog'liq ekani qayd etildi. Natijalar xizmat sifati rivojlanishini uzluksiz jarayon sifatida ko'rib chiqish zarurligini asoslaydi.

2-rasm. Bank xizmatlari sifatini rivojlantirishning bosqichli transformatsiya modeli

Mazkur model strategik rivojlanishning ketma ket bosqichlarini vizual tarzda aks ettiradi va har bir bosqichda ustuvor vazifalarni belgilaydi. Tahlil shuni ko'rsatdiki, transformatsiyaning muvaffaqiyati ichki resurslar va tashqi talablar o'rtasidagi muvozanatga bog'liq. Banklar uchun eng murakkab bosqich personalizatsiya darajasini oshirish bilan bog'liq ekani aniqlashtirildi. Chunki bu jarayon katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash va strategik moslashuvni talab qiladi. Natijalar bank sektorida xizmat sifati rivojlanishi evolyutsion jarayon ekanini tasdiqlaydi. Umuman olganda, tadqiqot strategik yondashuvni joriy etgan banklar uzoq muddatli raqobat ustunligiga ega bo'lishini ko'rsatdi.



2-rasm. Mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifatini rivojlantirishning integratsiyalashgan strategik sinergiya modeli

Model bank xizmatlari sifatini rivojlantirish jarayonini bosqichli transformatsiya emas, balki o'zaro bog'langan strategik komponentlar sinergiyasi sifatida talqin qilish imkonini beradi. Markaziy element sifatida mijozlarga yo'naltirilgan xizmat sifati joylashtirilgani modelning konseptual asosini ifodalaydi. Personalizatsiya mexanizmlari mijoz ehtiyojlarini chuqur segmentatsiya qilish va individual qiymat taklifini shakllantirish orqali sifatini oshiradi. Raqamli innovatsiya esa servis tezkorligi, xavfsizlik va qulaylikni ta'minlovchi texnologik infratuzilma sifatida namoyon bo'ladi. Qiymat zanjiri sinergiyasi bank ichki jarayonlari va tashqi hamkorlik platformalari o'rtasida integratsiyalashgan boshqaruvni talab etadi. Mijoz tajribasi menejmenti esa barcha elementlarni yagona strategik maqsadga yo'naltiruvchi boshqaruv mexanizmi sifatida amal qiladi. Shunday qilib, model xizmat sifati rivojlanishini kompleks va ko'p o'lchamli tizim sifatida izohlash imkonini beradi.

Empirik natijalar ham mazkur sinergik yondashuvni tasdiqlaydi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, faqat bitta yo'nalishda amalga oshirilgan modernizatsiya barqaror natija bermaydi, aksincha strategik komponentlarning uyg'un rivoji xizmat sifati ko'rsatkichlarini sezilarli darajada oshiradi.

Muhokama. Personalizatsiya va raqamli innovatsiya birgalikda qo'llanilganda mijoz sodiqligi indeksi yuqori shakllanadi. Qiymat zanjiri bo'yicha ichki jarayonlar optimallashtirilganda esa operatsion samaradorlik oshib, xizmat ko'rsatish sifati barqarorlashadi. Mijoz tajribasi menejmenti tizimli joriy etilgan banklarda esa uzoq muddatli raqobat ustunligi kuzatildi. Natijalar bank xizmatlari sifatini rivojlantirish strategiyasi fragmentar chora tadbirlar emas, balki integratsiyalashgan boshqaruv modeli asosida shakllanishi zarurligini ko'rsatadi. Umuman olganda, tadqiqot bank sektorida mijozlarga yo'naltirilgan transformatsiya strategik ustuvor yo'nalish bo'lishi lozimligini ilmiy jihatdan asoslaydi.

Olib borilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifatini rivojlantirish zamonaviy moliyaviy tizim sharoitida strategik ustuvor yo'nalish hisoblanadi. Bank xizmatlari sifati endilikda faqat operatsion samaradorlik yoki texnik mukammallik bilan cheklanmaydi, balki mijoz tajribasi, personalizatsiya darajasi va qiymat yaratish jarayonlari bilan chambarchas bog'liq holda shakllanadi. Empirik tahlillar strategik komponentlar o'rtasidagi sinergiya mavjud bo'lgan banklarda xizmat sifati ko'rsatkichlari barqaror ravishda yuqori darajada shakllanishini tasdiqladi. Ayniqsa, raqamli innovatsiya va mijoz tajribasi menejmentining uyg'unlashuvi uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlovchi omil sifatida namoyon bo'ldi. Tadqiqot bank xizmatlari sifatini rivojlantirish fragmentar chora tadbirlar orqali emas, balki integratsiyalashgan boshqaruv modeli asosida amalga oshirilishi zarurligini ilmiy jihatdan asoslab berdi. Shu tariqa, xizmat sifati

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Drucker, P.F. The Practice of Management. New York: Harper & Row, 1954. 404 p.
2. Porter, M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985. 592 p.
3. Kaplan, R.S., Norton, D.P. Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. Boston: Harvard Business School Press, 2001. 416 p.
4. Schmitt, B.H. Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands. New York: Free Press, 1999. 272 p.
5. Pine, B.J., Gilmore, J.H. The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press, 1999. 254 p.
6. Rogers, D.L. The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age. New York: Columbia Business School Publishing, 2016. 296 p.
7. Davenport, T.H., Harris, J.G. Competing on Analytics: The New Science of Winning. Boston: Harvard Business School Press, 2007. 240 p.

rivojlanishi bankning strategik transformatsiyasi bilan uzviy bog'liq jarayon ekanini isbotlandi.

Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan konseptual model bank xizmatlari sifatini rivojlantirishni personalizatsiya, raqamli innovatsiya, qiymat zanjiri sinergiyasi va mijoz tajribasi menejmenti komponentlari asosida amalga oshirish zarurligini ko'rsatdi. Ushbu model banklarning ichki resurslari va tashqi bozor talablarini uyg'unlashtirishga qaratilgan bo'lib, xizmat sifati rivojlanishida tizimlilikni ta'minlaydi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, xizmat sifati ko'rsatkichlarining barqaror o'sishi boshqaruvning yuqori darajadagi moslashuvchanligi va ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish mexanizmlari bilan bevosita bog'liq. Bank xizmatlari sifatini rivojlantirish strategiyasi korporativ madaniyat, inson kapitali va texnologik infratuzilma bilan birgalikda shakllantirilganda samaradorlik yuqori bo'ladi. Bu esa strategik rejalashtirish jarayonida mijoz omilini ustuvor determinant sifatida belgilash zarurligini ko'rsatadi.

Xulosa va takliflar. Umuman olganda, tadqiqot natijalari bank xizmatlari sifatini rivojlantirishni uzoq muddatli institutsional barqarorlik omili sifatida talqin qilish imkonini beradi.

Amaliy tavsiyalar sifatida birinchi navbatda banklarda mijoz tajribasi menejmenti bo'yicha alohida strategik platforma joriy etish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu platforma mijozlarning ehtiyojlari, xulq atvori va qoniqish darajasini real vaqt rejimida monitoring qilish imkonini beradi. Ikkinchidan, personalizatsiya mexanizmlarini kengaytirish maqsadida katta ma'lumotlar tahlili va sun'iy intellekt texnologiyalarini bank faoliyatiga chuqur integratsiya qilish zarur. Uchinchidan, qiymat zanjiri bo'yicha ichki jarayonlarni qayta ko'rib chiqish va ularni mijoz uchun yaratilayotgan qiymat bilan bevosita bog'lash tavsiya etiladi. To'rtinchidan, xodimlarning innovatsion fikrlashini rivojlantirish va servis madaniyatini mustahkamlash bo'yicha uzluksiz trening dasturlarini joriy etish lozim. Mazkur chora tadbirlar bank xizmatlari sifatini rivojlantirishning barqaror va tizimli mexanizmini shakllantirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, strategik darajada banklar o'z faoliyatida raqamli innovatsiyani mustaqil yo'nalish sifatida emas, balki mijoz qiymatini oshirish vositasi sifatida ko'rishi zarur. Raqamli transformatsiya inson omili bilan uyg'unlashgan holda amalga oshirilganda yuqori samaradorlikka erishish mumkin. Bank xizmatlari sifatini rivojlantirish doimiy takomillashtirish tamoyiliga asoslanishi va muntazam analitik baholash bilan qo'llab quvvatlanishi lozim. Kelgusida tadqiqotlarni kengroq empirik ma'lumotlar bazasi asosida amalga oshirish hamda xalqaro tajriba bilan qiyosiy tahlillar o'tkazish maqsadga muvofiqdir. Umuman olganda, mijozlarga yo'naltirilgan bank xizmatlari sifatini rivojlantirish strategiyasi moliyaviy institutlarning barqaror o'sishi va global raqobat maydonida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishining asosiy shartlaridan biri hisoblanadi.

8. Vargo, S.L., Lusch, R.F. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing // Journal of Marketing. 2004. Vol. 68. No. 1. P. 1–17.

9. Payne, A., Frow, P. Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM. Cambridge: Cambridge University Press, 2013. 444 p.

10. Shodmonov, Sh., Berkinov, B. Bank tizimida raqobatbardoshlikni oshirishning institutsional omillari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. 2021. № 5. B. 32–44.

11. Jo'rayev, Q. Tijorat banklarida servis strategiyasini takomillashtirish yo'nalishlari // Moliyaviy boshqaruv va tahlil. 2020. № 3. B. 18–27.

12. Ergashxodjayev, Sh. Bank marketingi strategiyasi va xizmatlar innovatsiyasi. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2019. 318 b.

13. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Bank xizmatlarini raqamlashtirish va mijozlarga yo'naltirilgan transformatsiya bo'yicha metodik tavsiyalar. Toshkent, 2022. 72 b.