

БАНК ХИЗМАТЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШДА МИЖОЗЛАРНИНГ МАМНУНЛИК ДАРАЖАСИ ВА УЛАРНИ ҲИСОБЛАШ

Ю.Хакбердиева

Банк-молия академияси “Банк иши ва аудит” факультети тингловчиси.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10971954>

Аннотация. мақолада Ўзбекистон Республикасида банклар фаолиятини такомиллаштириш мақсадида ўтказилган тадқиқотлар, улардан миждозларнинг мамнунлик даражасини баҳолашнинг аҳамияти ва баҳолаш усуллари, миллий банк тизимини баҳолашда қўлланилиши мумкин бўлган энг мақбул усуллар бўйича натижалар маълум қилинган.

Калим сўзлар: Иқтисодий тадқиқотлар ва ислохотлар маркази, Банклар фаоллиги индекси, CRM (Customer Relationship Management) тизими, “Servqual” модели, фокус-гурӯх, NPS (Net promoter score) кўрсаткичи

THE LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION IN USING BANK SERVICES AND THEIR CALCULATION

Abstract. In the article, the results of the researches conducted in order to improve the activity of banks in the Republic of Uzbekistan, the importance of evaluating the level of customer satisfaction and evaluation methods, and the most optimal methods that can be used in the evaluation of the national banking system are reported.

Keywords: Center for Economic Research and Reforms, Bank Activity Index, CRM (Customer Relationship Management) system, “Servqual” model, focus group, NPS (Net promoter score) indicator.

УРОВЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ УСЛУГ БАНКА И ИХ РАСЧЕТ

Аннотация. В статье сообщаются результаты исследования, проведенного в целях совершенствования деятельности банков Республики Узбекистан, важность оценки уровня удовлетворенности клиентов и методы оценки, наиболее подходящие методы, которые могут быть использованы при оценке национальной банковской системы.

Ключевые слова: Центр экономических исследований и реформ, Индекс банковской активности, система CRM (Customer Relationship Management), модель «Servqual», фокус-группа, показатель NPS (Net Promoter Score).

Кириш

Глобаллашув шароитида Ўзбекистон Республикасида аҳоли турмуш даражасини яхшилаш, ЯИМнинг аҳоли жон бошига тақсимотини ривожланган давлатлар даражасига етказиш мақсадида олиб борилаётган ислохотлар натижасида фуқароларнинг хуқуқий ва молиявий саводхонлиги доимий ортиб бормоқда. Табиийки, молиявий саводхонлик ортиши пул маблағларини жамлаш ва таъминотини амалга ошириш билан шуғулланувчи банклардан доимий равишда хизмат кўрсатиш сифатини ошириш орқали миждозларини сақлаб қолишни талаб этади.

Иқтисодий тадқиқотлар ва ислохотлар маркази томонидан ўтказилган тадқиқотлар натижаларига кўра, 2024 йилнинг I чораги учун “Банклар фаоллиги индекси” 17 та йирик

банклар орасида тўрттаси ўз мавқейини яхшилаганлигини, хусусан, “Халқ банки” умумий рейтингда икки поғонага кўтарилганлигини, “Азия Альянс банк”, “Ипак йўли банк”, “Ўзмиллийбанк” бир поғонага кўтарилганлигини, кичик банклар рейтингда “Давр банк” етакчиликини “Универсал банк”га бой бериб, иккинчи ўринни эгаллаганлиги аниқланган¹.

Банклар фаолияти унинг мижозларининг кўрсатилаётган хизматдан фойдаланиш имкониятлари даражаси ва ушбу хизматлардан фойдаланишда мижозларнинг мамнунлик даражаси билан боғлиқ. Бу эса, тижорат банкларда мижозлар билан ишлаш жараёнларида самарали инновацион ечимларни жорий этиш вазифасини қўяди. Банк тизимидаги амалга оширилаётган ислохотлар, албатта мижозларнинг фикри билан доимий ишлаш, таҳлил қилиш ишларини олиб бориш бўйича тадқиқотларни талаб этади.

Ушбу мақолада, банкларда кўрсатилаётган хизматлардан мижозларнинг мамнунлик даражасини ҳисоблаш усуллари ёритилган.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили

Банклар томонидан мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини ва мамнунлик даражасини баҳолаш бўйича кўплаб тадқиқотлар ўтказилган. Ушбу тадқиқотларда асосий эътибор тижорат банкларининг мижозлар билан ишлаш жараёнини қуйидаги тўртта муҳим вазифага йўналтирилган ҳолда ўрганилган: мижозни жалб этиш, уни ушлаб туриш, ривожлантириш (ўстириш) ва фойда келтирмайдиган мижозлардан воз кечиш.

Тижорат банклари томонидан тадбиркорлик субъектларини кредитлаш амалиётини такомиллаштириш, кредитлаш тартибида юзага келувчи рискли жараёнларни баҳолаш ва бошқариш ҳамда кредитлаш амалиётининг прогноз кўрсаткичларини ишлаб чиқиш-нинг айрим жиҳатлари хорижлик иқтисодчи олимлардан М. А. Пассель [1], Ю. А. Герасина [2], О. И. Лаврушин [3] ва бошқаларнинг илмий ишларида атрофлича тадқиқ этилган. Ўзбекистонлик иқтисодчи олимлардан Ш.З.Абдуллаева [4], Г.О.Турдиева [5], М.С.Рустамов [6] ва бошқаларнинг илмий ишларида банкларнинг кредитлаш амалиётини ривожлантириш бўйича қатор илмий ва амалий тақлифлар ишлаб чиқилган

Хусусан, хорижий тадқиқотчилардан П.Друкер [7], К.Келлер [8], М.Ж.Дуркин, Б.Хоукрофтлар [9] томонидан ўтказилган тадқиқотларда CRM (Customer Relationship Management) тизими техник жиҳатдан тижорат банкининг мижозлари тўғрисидаги барча маълумотларни йиғиш, уларни қайта ишлаш, таҳлил этиш ва маълумотларни оператив равишда доимо янгилаб турилишини таъминловчи махсус восита ва дастурий таъминотидан иборат эканлигига эътибор қаратилган. Дарҳақиқат, тизим техник жиҳатдан мижозларнинг молиявий хўжалик фаолияти, маркетинг, сотув, хизмат кўрсатиш соҳасидаги бизнес-жараёнини тўлиқ автоматлаштиришга имконият яратади. Лекин, у мижозларнинг мамнунлик даражасини баҳолаб бериш имкониятига эга эмас.

Таҳлил ва натижалар

Ўзбекистон тижорат банклари амалиётида мижозлар билан муносабатлар ҳолатини ўрганиб бориш тизимли амалга ошириб келинмоқда. Тадқиқотчилар томонидан янги банк хизматларини тақдим этиш ва мавжуд хизматлардан истеъмолчиларнинг қониқшини аниқлаш бўйича “Servqual” моделидан фойдаланиш йўлга қўйилган. Ушбу модель

¹ <https://aniq.uz/yangiliklar/uzbekistonda-banklar-faolligi-indeksi-ni-hisoblab-chiqildi>

V.Zeithaml, M.Bitner va D.Gremler [17] tomonidan mijozlar kутган va хизмат кўрсатувчи компания ўртасида тақдим этилган бешта фарқни аниқлаш учун ишлаб чиқилган. Харидор талаблари хизматдан олдинги истаклар ва умидларни ҳамда якуний натижалар тақдим этилган хизматнинг баҳолашини англатади. Агар кутилган натижалар ҳақиқий ишлашдан катта бўлса, mijozнинг норозилиги пайдо бўлади. Аксинча, бу бўшлиқлар қанчалик кичик бўлса, хизмат кўрсатиш сифати яхши бўлади.

Ўзбекистон Республикасида банк хизматларини яхшилаш мақсадида бир қатор ҳукумат қарор ва фармонлари қабул қилинган. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 17.01.2019 йилдаги “2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини “Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили”да амалга оширишга оид давлат дастури тўғрисида”ги ПФ-5635-сон Фармони билан банк ва молия тизимини ислоҳ қилиш ҳамда соҳага замонавий бозор механизмларини жорий этиш бўйича юклатилган 62-вазифага кўра, “Банк-молия тизимини ривожлантириш бўйича узоқ муддатли стратегияни ишлаб чиқиш” бўйича банк хизматлари сифатини ошириш мақсадида тижорат банклари фаолиятига самарадорликнинг муҳим кўрсаткичлари (KPI), mijozларнинг банк хизматларидан мамнунлик индекси (CSI), mijozларнинг банк хизматларини бошқаларга тавсия этиш индекси (PS) каби кўрсаткичларни жорий этиш юзасидан топшириқлар берилган.

Шунингдек, банкларнинг хизмат кўрсатиши ва улардан mijozларнинг мамнунлик даражасини аниқлаш бўйича кўплаб хорижий ташкилот ва фондлар томонидан ҳам доимий тадқиқотлар амалга ошириб келинмоқда.

Хусусан, Германиянинг Халқаро ҳамкорлик бўйича жамғарма кассалари фонди (Deutsche Sparkassenstiftung für internationale Kooperation) томонидан 2022 йил июль ойида Ўзбекистон Республикасида “Ўзбекистонда банкларга бўлган ишонч ва уларнинг молиявий хизматларидан фойдаланиш бўйича бозор тадқиқоти” ўтказилган². Респондентлар ўртасида фокус-гурӯҳлар ташкил этилган ҳолда ўтказилган сўровномалар натижаларига кўра мамлакатда банк хизматларидан фойдаланишда фуқаролар орасида қуйидаги йўналишларда ижобий ўзгаришлар аниқланган:

1. Банк маҳсулотлари бўйича:

- имтиёзли кредитлар сони ортган;
- кичик/микрокредитлар берилиши йўлга қўйилган;
- кредитларнинг янги турлари жорий этилмоқда (уй-жой, автомобиль ва бошқа турдаги товарларни сотиб олиш учун);
- онлайн-кредитлар жорий этилмоқда.

2. Кўрсатилаётган сервис бўйича:

- кам таъминланган оилаларни молиявий қўллаб-қувватланмоқда;
- даромад ҳақидаги маълумотнома олиб келиш талаби бекор қилинган (маълумотнома иш берувчидан олинishi йўлга қўйилган).

3. Инфраструктура бўйича:

- электрон навбат қурилмалари ўрнатилган;

² <https://www.sparkassenstiftung.de/en>

- мавжуд филиаллар янгиланмоқда ва қўшимча янги филиаллар очилмоқда;
- банкоматлар ўрнатилмоқда;
- банк иловаларини жорий этилмоқда;
- нақд пул билан боғлиқ муаммоларни бартараф этилди;
- пул ўтказмалари соддалаштирилмоқда.

Таъкидлаш жоизки, респондентларнинг 83% қисми банклар фаолияти “2016 йилдан бери яхшиланган”лиги бўйича жавоб берган бўлса, 45% қисми банклар фаолияти “етарлича мижозга йўналтирилмаган” деган жавоб версиясини танлаган.

Шунингдек, сўровномада иштирок этган респондентларнинг 54% қисми банклар фаолиятига ўртача даражада ишонч билдирган бўлса, уларнинг 34% қисми банкларга бўлган ишонч даражасини сезиларли даражада ортганлигини маълум қилишган.

Тадқиқотчилар фикрига кўра, банкларга бўлган мижозларнинг ишончининг асосий 4 та тури мавжуд бўлиб, улар молиявий барқарорлик, махфийлик, банк операцияларини профессионал амалга ошириши ва мижозларнинг манфаатларини ҳимоя қилиниши асосида “асосий”, “садоқатлилик”, “амалий” ва “стратегик” турларга бўлинади (1-расм).

Шунингдек, банкларга нисбатан мижозларнинг ишончини мустаҳкамлаш учун қуйидаги зарурий омилларни ҳисобга олиш лозим бўлади:

- кредитлар бўйича фоиз ставкаларини пасайтириш;
- хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш (навбатларни қисқартириш, банк хизматлари бўйича маслаҳат ҳамда тўлиқ маълумотлар беришни йўлга қўйиш)
- бюрократия ва коррупциядан воз кечиш.



1-расм. Банк фаолиятига бўлган ишонч турлари

Банклар фаолияти самарадорлигини баҳолашнинг турли усуллари мавжуд бўлиб, шулардан энг асосийларидан бири мижозларнинг мамнунлик даражаси асосида баҳолаш ҳисобланади. Тадқиқотлар шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистонда 36% аҳоли банклар фаолиятидан жуда мамнун бўлса, уларнинг ўзларига хизмат кўрсатаётган банкларига содиқлик даражаси 50% атрофида. Яъни, мижоз ўзига керакли бўлган хизматни арзонроқ ва фойдалироқ турини таклиф этган бошқа банк хизматидан фойдаланиш бўйича қарор қабул қилиш даражаси 50/50 ҳисобланади.

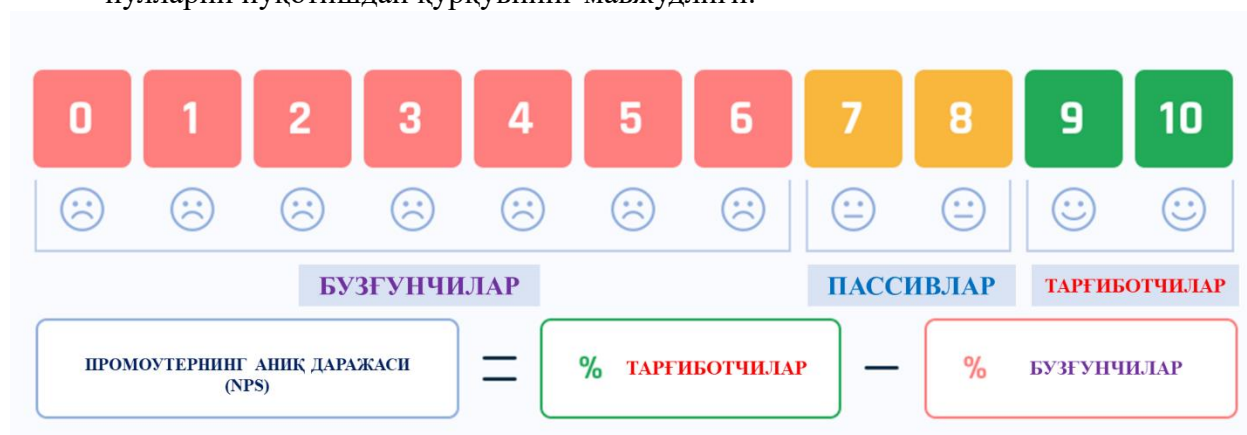
Халқаро амалиётда мижозларнинг банкларга содиклик ва мамнунлик даражаси NPS (Net promoter score) кўрсаткичи билан баҳоланади. Ушбу баҳолаш усули Bain & Company³ томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, унга кўра 80% ортиқ натижа кўрсатган ташкилотлар жаҳон даражасидаги ташкилот сифатида, 50% юқори кўрсаткичлар эса “аъло” натижага эга сифатида баҳоланади⁴. Баҳолаш мижозларга савол бериш йўли билан амалга оширилади.

Хусусан, баҳолаш даражаси 1 дан 10 баллгача бўлган овоз бериш натижаларидан “9” ва “10” балл деб жавоб берган “тарғиботчилар” фоизидан “1”дан “6” баллгача деб жавоб берган “хейтерлар ёки бузғунчилар”нинг фоизини айириб ташлаш орқали аниқланади (2-расм).

Таъкидлаш жоизки, халқаро даражадаги молиявий ташкилотлар ва йирик банкларнинг ўртача баҳолаш кўрсаткичи 44% атрофида баҳоланади. Марказий банк ўтказган тадқиқотлар давомида иштирок этганларнинг 40% қисми “тарғиботчилар”ни, 25% қисми “пассивлар”ни ва 35% қисми “бузғунчилар”ни ташкил этган. Натижа шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистон банкларидан мамнунлик даражаси 5 баллни ташкил этмоқда.

Шунингдек, ушбу мамнунлик даражасига таъсир қилган қуйидаги омилларни келтириб ўтиш ўринли деб ҳисобланади:

- кредит бўйича юқори фоиз ставкалари;
- банкларга нисбатан ишончсизликнинг юқорилиги;
- хизмат кўрсатиш даражасининг пастлиги;
- аҳолининг кредит тўловларини қоплашга етарли даражада даромадга эга эмаслиги;
- пулларни йўқотишдан қўрқувнинг мавжудлиги.



2-расм. Мижозларнинг мамнунлик даражасини баҳолаш формуласи

Ушбу баҳолаш тизими банклар фаолиятидан мижозларнинг мамнунлик даражасини аниқлашда энг мақбул усуллардан бири ҳисобланади ва ҳукумат қарорлари билан юклатилган вазифаларни амалга оширишда ушбу усулдан фойдаланиш мақсадга мувофиқ деб ҳисобланади.

Хулоса ва таклифлар

Банклар фаолиятини таҳлил қилиш ва мижозларнинг мамнунлик даражасини баҳолаб бориш зарурий шартлардан бири ҳисобланади.

³ <https://www.mckinsey.com/>

⁴ <https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/net-promoter-score/>

Тижорат банклари фаолиятига тадбиркорлик субъектларининг банкни кредитлаш амалиётидан мамнунлик кўрсаткичи ва уларнинг банкни кредитлаш амалиётидаги камчиликлар кўрсаткичини қўллаш орқали банкнинг кредитлаш амалиёти самарадорлигини ошириш мақсадга мувофиқлиги куйидагилар билан изоҳланади:

банкнинг кредитлаш самадорлигини ўлчаш ва баҳолаш орқали кредит бўлими ходимлари фаолияти баҳоланади, тадбиркорлик субъектларини жалб қилиш ва уларни сақлаб қолиш даражаси ўлчанади;

тадбиркорлик субъектларининг тажрибасини ошириш ва ўзаро билим алмашишга эришилади, банк мижозларини сони ортишига олиб келади. Натижада, банк даромадини ошириш имконияти яратилади.

REFERENCES

1. Пассель М.А. Заем, кредит, ссуда. – М.: Деньги и кредит, №4, 1999.
2. Герасина Ю.А. Управление кредитным портфелем коммерческого банка // Бизнес в законе. – 2011. – №1.
3. Лаврушин О.И. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2016. – 360 с.
4. Абдуллаева Ш.З. Банк рисклари шароитида тижорат банкларининг кредит портфелини диверсификациялаш. и.ф.д. илм. дараж. олиш учун ёзил. дисс. автор. – Т., 2000. 43-б.
5. Турдиева Г.О. Хўжалик юритувчи субъектлар кредит қобилияти таҳлилининг назарий ва ташкилий- услубий жиҳатларини такомиллаштириш. и.ф.н. илмий даражасини олиш учун дисс. автореферати. Т., 2019. 8-9б.
6. Рустамов М.С. Кичик бизнес субъектларини кредитлаш амалиётини илғор хориж тажрибаси асосида такомиллаштириш йўллари. и.ф.н. илмий даражасини олиш учун дисс. автореферати. Т., 2019. 8 б.
7. Питер Друкер. «Эффективный руководитель». Пер. с англ. О. Чернявской. –М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 240 стр.
8. CMO Summit: Leading Marketers Describe the View from Their Chair // Marketing News: a publication of American Marketing Association – 2003. Aug. 4.
9. Durkin Mark G, Howcroft Barry (2008), “Relationship Marketing in banking Sector: Impact of New Technologies”, Marketing Intelligence Planning Vol. 21 No.1, pp.61-71.
10. HussainIftikhar, HussainMazhar, HussainShahid and Sajid M.A. (2009), “Customer Relationship Management: Strategies And Practices In Selected Banks Of Pakistan”, International Review of Business Research Papers Vol. 5 No. 6 ,pp.117-132.
11. Das Kallol, ParmarJitesh, Sadanand Vijay Kumar (2009), “Customer Relationship Management (CRM) Best Practices and Customer Loyalty: A Study of Indian Retail Banking Sector”, European journal of social Sciences Vol. 11 No. 1, 61-85.
12. Uppal R.K. (2009), “Customer Service in Indian Commercial Banks: An Empirical Study”, Asia Pacific Journal of Social Sciences, Vol. 1 No.1, pp. 127-141.
13. Hugar, S. S., &Vaz, N. H. (2009). A model for CRM implementation in Indian public sector banks. International Journal of Business Innovation and Research, 4(1-2), 143-162.

14. Theron Edwin and Terblanche S. Nic (2009) , “Dimensions of Relationship Marketing in Business to Business Financial Services”, International Journal of Marketing Research, Vol. 52, No. 3, pp. 383- 402.
15. Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing. Global edition. Harlow.: Pearson Education Limited, 2014.
16. Бородин, А.И. Методика определения оптимальной величины процентной ставки по розничным депозитам / А.И. Бородин, В.М. Полетаева // Деньги и кредит. – 2016. – №9. – С. 41-46.
17. Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2006) Services Marketing (4th Edition). New York City, McGraw-Hill. p.15-19.