TIJORAT BANKLARIDA RAQOBAT STRATEGIYASINING AHAMIYATI VA XUSUSIYATI

Mukimov Akramjon Kodirovich
Navoiy innovatsiyalar universiteti
Iqtisodiyot mutaxassisligi magistranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.23230320

Annotatsiya. Mazkur maqolada tijorat banklarida raqobat strategiyasining mazmun-mohiyati, bank faoliyatining barqarorligi va raqobatbardoshligini ta'minlashdagi ahamiyati hamda o'ziga xos xususiyatlari tadqiq etilgan. Bank xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishi sharoitida tijorat banklarining mijozlar bazasini kengaytirish, xizmatlar sifatini oshirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, narx siyosatini takomillashtirish va risklarni samarali boshqarish masalalari muhim strategik yo'nalish sifatida baholangan. Tadqiqotda tizimli, qiyosiy, statistik va mantiqiy tahlil usullaridan foydalanilgan. O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining 2026-yil 1-avgust holatidagi ma'lumotlari asosida bank sektorining asosiy ko'rsatkichlari tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari tijorat banklarida raqobat strategiyasini faqat kredit va depozit stavkalari orqali emas, balki xizmat sifati, innovatsiyalar, mijoz tajribasi, raqamli kanallar, mahsulot diversifikatsiyasi va individual yondashuv asosida shakllantirish zarurligini ko'rsatadi. Maqolada tijorat banklarining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: tijorat banki, raqobat strategiyasi, bank raqobati, raqobatbardoshlik, bank xizmatlari, raqamli bank, innovatsiya, mijozlar bazasi, depozit, kredit, strategik boshqaruv.

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat iqtisodiy subyektlarning rivojlanishini ta'minlovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Mazkur jarayon bank sektorida ham alohida ahamiyat kasb etib, tijorat banklarini xizmatlar sifatini oshirish, yangi mahsulotlarni ishlab chiqish, mijozlar ehtiyojini chuqur o'rganish va zamonaviy texnologiyalarni faol joriy etishga undaydi. Ayniqsa, bank xizmatlarini raqamlashtirish jarayonining jadallashuvi natijasida mijoz uchun bankni tanlash imkoniyatlari kengayib, banklar o'rtasidagi raqobat an'anaviy xizmatlardan tashqari raqamli platformalar, mobil ilovalar, tezkor to'lovlar, masofaviy kreditlash va mijozlarga individual xizmat ko'rsatish yo'nalishlariga ham ko'chmoqda.

Tijorat banklarida raqobat strategiyasi bankning bozordagi o'rnini mustahkamlash, raqobatchilardan ustun jihatlarini shakllantirish va uzoq muddatli iqtisodiy natijalarga erishishga qaratilgan strategik chora-tadbirlar majmuini ifodalaydi. M.Porterning raqobat strategiyasi haqidagi yondashuvlariga ko'ra, korxonaning raqobat ustunligi xarajatlar bo'yicha yetakchilik, differensiallashuv yoki muayyan bozor segmentiga yo'naltirilgan strategiya orqali shakllanishi mumkin. Ushbu nazariy yondashuvlar bank sektoriga ham moslashtirilishi mumkin.

O'zbekiston bank sektorida ham raqobat muhitining shakllanishi va kuchayishi banklarning strategik boshqaruviga bo'lgan talabni oshirmoqda. Markaziy bank ma'lumotlariga ko'ra, 2026-yil 1-avgust holatida mamlakat tijorat banklari jami aktivlari 1

016,6 trln so‘mni, kreditlari 644,6 trln so‘mni, kapitali 150,6 trln so‘mni va depozitlari 482,7 trln so‘mni tashkil etgan.

Mazkur ko‘rsatkichlar bank xizmatlari bozorining iqtisodiyotdagi salmog‘i yuqori ekanligini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, davlat ulushi mavjud banklarning jami aktivlardagi ulushi 62 foiz, kreditlardagi ulushi 65 foiz va depozitlardagi ulushi 51 foizni tashkil etgani banklar o‘rtasidagi raqobatni rivojlantirish va bozor mexanizmlarini takomillashtirish masalalarining dolzarbligini ko‘rsatadi.

Tijorat banklari uchun raqobat strategiyasini ishlab chiqishning asosiy maqsadi faqat bozorda o‘z ulushini oshirish emas, balki risk va daromadlilik o‘rtasidagi optimal nisbatni ta’minlash, mijozlar ishonchini mustahkamlash va uzoq muddatli raqobat ustunligini yaratishdan iborat. Shundan kelib chiqib, mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi tijorat banklarida raqobat strategiyasining ahamiyati va o‘ziga xos xususiyatlarini aniqlash hamda O‘zbekiston bank tizimi sharoitida samarali raqobat strategiyasini shakllantirish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot jarayonida tijorat banklarida raqobat strategiyasining shakllanishi va rivojlanishini o‘rganish uchun tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, statistik tahlil, guruhlash, induksiya va deduksiya, ilmiy abstraksiyalash hamda mantiqiy tahlil usullaridan foydalanildi.

Tadqiqotning axborot bazasini O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankining tijorat banklari faoliyatiga oid statistik ma’lumotlari, banklarning ochiq hisobotlari, bank ishi va strategik menejment bo‘yicha ilmiy adabiyotlar tashkil etdi.

Tadqiqot metodologiyasida raqobat strategiyasini quyidagi asosiy yo‘nalishlar bo‘yicha baholashga e’tibor qaratildi:

1. bankning bozordagi mavqei;
2. aktivlar, kredit va depozitlar bo‘yicha bozor ulushi;
3. bank xizmatlarining diversifikatsiyasi;
4. xizmat ko‘rsatish sifati;
5. raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi;
6. narx va foiz siyosati;
7. mijozlar segmentatsiyasi;
8. risklarni boshqarish samaradorligi;
9. innovatsion mahsulotlar joriy etilishi;
10. bankning moliyaviy barqarorligi.

Raqobat strategiyasining umumiy samaradorligini quyidagi konseptual bog‘liqlik orqali ifodalash mumkin:

Raqobatbardoshlik = f (narx + sifat + innovatsiya + raqamlashtirish + mijozga yo‘naltirilganlik + ishonchlilik + risklarni boshqarish).

Ushbu yondashuv bankning bozordagi raqobatbardoshligini faqat bitta ko‘rsatkich bilan emas, balki o‘zaro bog‘liq omillar majmui orqali baholash imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari. Tijorat bankining raqobat strategiyasi — bu bankning mavjud va potensial raqobatchilarga nisbatan ustun mavqega ega bo‘lishi, maqsadli mijozlar segmentini egallashi va uzoq muddatli moliyaviy natijalarga erishishini ta’minlovchi strategik qarorlar tizimidir.

Bank faoliyatining o‘ziga xos jihati shundaki, raqobat faqat mahsulot yoki xizmat narxi orqali emas, balki moliyaviy ishonchlilik, xizmat ko‘rsatish tezligi, qulaylik, texnologik imkoniyatlar, maxfiylik va mijozlarning bankka bo‘lgan ishonchi orqali ham namoyon bo‘ladi.

Shu sababli tijorat banklarida raqobat strategiyasi quyidagi asosiy tarkibiy qismlarni qamrab olishi maqsadga muvofiq:

Raqobat strategiyasi yo‘nalishi	**Asosiy mazmuni**	**Kutiladigan natija**
Xarajatlar bo‘yicha yetakchilik	Operatsion xarajatlarni kamaytirish	Xizmat tannarxini pasaytirish
Differensiallashuv	O‘ziga xos bank mahsulotlarini yaratish	Mijozlar sodiqligini oshirish
Raqamli strategiya	Mobil banking, internet banking, AI va fintech yechimlari	Xizmat tezligi va qulayligini oshirish
Segmentatsiya	Mijozlarni ehtiyojlari bo‘yicha guruhlash	Individual xizmatlarni rivojlantirish
Narx strategiyasi	Kredit va depozit foizlarini bozor sharoitiga moslashtirish	Mijozlarni jalb qilish
Innovatsion strategiya	Yangi moliyaviy mahsulotlar yaratish	Bozor ustunligini shakllantirish
Risk strategiyasi	Kredit, likvidlik va bozor risklarini boshqarish	Moliyaviy barqarorlikni ta’minlash

1-jadval. Tijorat banklarida raqobat strategiyasining asosiy yo‘nalishlari

2026-yil 1-avgust holatidagi ma’lumotlarga ko‘ra, O‘zbekiston tijorat banklarining jami aktivlari 1 016 585 mlrd so‘mni tashkil qilgan. Jami kreditlar 644 637 mlrd so‘m, kapital 150 562 mlrd so‘m va depozitlar 482 669 mlrd so‘mga teng bo‘lgan.

2-jadval. O‘zbekiston tijorat banklari faoliyatining asosiy ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkich	**2026-yil 1-avgust, mlrd so‘m**
Jami aktivlar	1 016 585
Jami kreditlar	644 637
Jami kapital	150 562
Jami depozitlar	482 669

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma’lumotlari asosida tuzildi.

Keltirilgan ma’lumotlardan ko‘rinadiki, kreditlar jami aktivlarning qariyb 63,4 foizini tashkil etmoqda. Bu tijorat banklarining raqobat strategiyasida kredit mahsulotlari muhim o‘rin tutishini anglatadi.

Shuningdek, depozitlarning 482,7 trln so‘mga yetishi banklar uchun resurs bazasi uchun raqobat ham yuqori ekanligini ko‘rsatadi. 2026-yil 1-avgust holatida jismoniy shaxslar depozitlari 185,2 trln so‘m, yuridik shaxslar depozitlari esa 297,5 trln so‘mni tashkil qilgan.

Bu holat tijorat banklarining raqobat strategiyasida nafaqat kredit oluvchilar, balki mablag‘larini bankka joylashtiruvchi mijozlar uchun ham jozibador shart-sharoit yaratish

zarurligini ko‘rsatadi. Tijorat banklarida raqobat strategiyasining ahamiyatini bir nechta yo‘nalishlarda ko‘rish mumkin.

Birinchidan, mijozlar bazasini kengaytirish imkoniyati yaratiladi. Bank bozorda aniq strategik pozitsiyaga ega bo‘lmasa, mijozlarni jalb qilish va ularni uzoq muddat saqlab qolish qiyinlashadi.

Ikkinchidan, bank xizmatlari sifatini oshirish ta’minlanadi. Raqobatchilar faoliyati banklarni xizmat ko‘rsatish tezligi, qulayligi va ishonchliligini oshirishga undaydi.

Uchinchidan, innovatsiyalarni joriy etish tezlashadi. Mobil banking, QR-to‘lovlar, biometrik identifikatsiya, masofaviy kreditlash, sun’iy intellekt asosidagi mijozlarni tahlil qilish va avtomatlashtirilgan maslahat xizmatlari banklarning raqobat ustunligini oshirishga xizmat qiladi.

To‘rtinchidan, operatsion samaradorlik oshadi. Raqobat banklarni xarajatlarni optimallashtirish, ortiqcha operatsiyalarni qisqartirish va raqamli texnologiyalar orqali mehnat unumdorligini oshirishga majbur qiladi.

Beshinchidan, moliyaviy barqarorlikka talab kuchayadi. Bank mijozlar ishonchini qozonish uchun kapital yetarliligi, likvidlik, aktivlar sifati va risklarni boshqarish tizimini takomillashtirishi lozim.

Tadqiqot muhokamasi. Tadqiqot natijalari tijorat banklarida raqobat strategiyasi bankning barcha faoliyat yo‘nalishlarini qamrab oluvchi kompleks boshqaruv tizimi ekanligini ko‘rsatmoqda.

O‘zbekiston bank sektorida davlat ulushi mavjud banklarning aktivlar va kreditlardagi salmog‘i yuqoriligicha qolmoqda. 2026-yil 1-avgust holatida davlat ulushi mavjud banklarning aktivlari 630 625 mlrd so‘m yoki jami aktivlarning 62 foizini, kreditlari esa 421 937 mlrd so‘m yoki jami kreditlarning 65 foizini tashkil qilgan.

Bu ko‘rsatkichlar bank bozorida raqobat strategiyasini shakllantirishda banklarning mulkchilik shakli, resurs bazasi, kapital imkoniyatlari va biznes modelini hisobga olish zarurligini ko‘rsatadi.

Shuningdek, 2026-yil 1-avgust holatida O‘zbekistonda jami 34 ta tijorat banki faoliyat yuritgan. Aktivlari 30 trln so‘mdan yuqori bo‘lgan 12 ta bank jami 799,6 trln so‘m aktivlarni jamlagan. Bu jami bank aktivlarining qariyb 79,1 foiziga teng.

Mazkur holat bank sektorida yirik banklarning resurs va bozor imkoniyatlari sezilarli ekanligini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, kichik va o‘rta banklar uchun yirik banklar bilan faqat aktivlar hajmi bo‘yicha raqobatlashish samarasiz bo‘lishi mumkin. Bunday banklar o‘z raqobat strategiyasida niche marketing, mijozlarning muayyan segmentlariga ixtisoslashish, tezkor xizmat ko‘rsatish va innovatsion mahsulotlarga tayanishi maqsadga muvofiq.

Masalan, kichik bank kichik biznes subyektlariga tezkor kredit berish, startaplarni moliyalashtirish yoki ma’lum bir hududdagi tadbirkorlarga kompleks bank xizmatlarini ko‘rsatish orqali raqobat ustunligiga erishishi mumkin.

Shu nuqtai nazardan, tijorat banklari uchun quyidagi integratsiyalashgan raqobat strategiyasi modelini taklif etish mumkin:

Bozor tahlili → Mijoz segmentatsiyasi → Raqobatchilarni baholash → Strategik pozitsiyani aniqlash → Bank mahsulotlarini diversifikatsiya qilish → Raqamlashtirish → Risklarni boshqarish → Natijalarni monitoring qilish.

Mazkur model bankning raqobat strategiyasini bir martalik qaror sifatida emas, balki doimiy ravishda takomillashtirib boriladigan jarayon sifatida qarash imkonini beradi.

Tijorat banklari uchun taklif etilayotgan raqobat strategiyalari

Strategiya	Amalga oshirish mexanizmi	Asosiy natija
Raqamli differensiallashuv	Mobil ilova, onlayn kredit, masofaviy xizmatlar	Mijoz qulayligi
Segment strategiyasi	Mijozlarni daromad, faoliyat va ehtiyoj bo‘yicha guruhlash	Individual xizmat
Xarajatlarni optimallashtirish	Avtomatlashtirish va filial xarajatlarini kamaytirish	Rentabellik oshishi
Innovatsion strategiya	Fintech va yangi bank mahsulotlari	Yangi bozor segmentlari
Sodiqlik strategiyasi	Bonus, cashback va individual takliflar	Mijozni ushlab qolish
Riskka asoslangan strategiya	Mijozning kredit riskini individual baholash	Kredit sifati
Ekotizim strategiyasi	Bank, savdo, sug‘urta va servislarni integratsiya qilish	Kompleks mijoz tajribasi

Tadqiqot asosida quyidagi ilmiy-amaliy xulosalar ishlab chiqildi:

1. Tijorat banklarida raqobat strategiyasi bankning bozordagi uzoq muddatli ustunligini shakllantiruvchi kompleks boshqaruv mexanizmi sifatida qaralishi lozim.

2. Banklar raqobatda faqat foiz stavkalarini pasaytirishga emas, balki xizmat sifati, raqamlashtirish, innovatsiya va mijoz tajribasini yaxshilashga asoslangan differensiallashuv strategiyasiga e’tibor qaratishi kerak.

3. Banklarning mijozlar bazasini segmentlash va har bir segment uchun individual bank mahsulotlarini taklif etish raqobatbardoshlikni oshirishning samarali yo‘nalishlaridan biridir.

4. Raqamli texnologiyalar raqobat strategiyasining ajralmas qismiga aylanishi kerak. Mobil banking, sun’iy intellekt, masofaviy identifikatsiya va avtomatlashtirilgan kredit skoring tizimlaridan foydalanish bank xizmatlarining tezligi va sifatini oshiradi.

5. Raqobat strategiyasi risklarni boshqarish tizimi bilan integratsiyalashishi zarur. Yuqori bozor ulushiga erishish maqsadida kredit risklarini ortiqcha oshirish bankning uzoq muddatli barqarorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

6. Kichik va o‘rta tijorat banklari yirik banklar bilan barcha yo‘nalishlarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri raqobatlashish o‘rniga ma’lum mijoz segmentlariga ixtisoslashish strategiyasidan foydalanishi maqsadga muvofiq.

7. Tijorat banklarida raqobat strategiyasining samaradorligini baholashda bozor ulushi bilan bir qatorda mijozlar sodiqligi, raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi, operatsion xarajatlar, xizmat ko‘rsatish tezligi, yangi mahsulotlar soni va risk-adjusted rentabellik ko‘rsatkichlaridan foydalanish maqsadga muvofiq.

Xulosa. Tadqiqot natijalari asosida tijorat banklarida raqobat strategiyasi bankning bozordagi mavqei, moliyaviy barqarorligi, mijozlar bazasi va uzoq muddatli rivojlanishini belgilovchi muhim strategik vosita ekanligi aniqlandi.

O‘zbekiston bank sektorining 2026-yil 1-avgust holatidagi ko‘rsatkichlari tijorat banklari faoliyatining yuqori iqtisodiy salohiyatga ega ekanligini ko‘rsatadi. Jami aktivlarning 1 016,6 trln so‘mga, kreditlarning 644,6 trln so‘mga va depozitlarning 482,7 trln so‘mga yetgani bank xizmatlari bozorida samarali raqobat strategiyasining ahamiyatini yanada oshirmoqda.

Umuman olganda, zamonaviy bank raqobati “ko‘proq kredit berish” yoki “yuqoriroq depozit foizi taklif qilish” bilan cheklanmaydi. Kelgusida raqobat ustunligi bankning texnologik salohiyati, mijozga yo‘naltirilgan biznes modeli, innovatsion mahsulotlari, ma’lumotlardan foydalanish qobiliyati va risklarni samarali boshqarishi bilan belgilanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Tijorat banklari faoliyatining asosiy ko‘rsatkichlari to‘g‘risida 2026-yil 1-avgust holatiga ma’lumot. Toshkent, 2026.
2. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Tijorat banklarining kredit va depozitlari to‘g‘risida 2026-yil 1-avgust holatiga ma’lumot. Toshkent, 2026.
3. Abdullayeva Sh.Z. Bank ishi. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2017.
4. Omonov A.A., Qoraliev T.M. Pul va banklar. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2019.
5. Toymuxamedov I.R. Bank ishi. – Toshkent: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010.
6. Bobaqulov T.I. Milliy valyuta va makroiqtisodiy barqarorlik. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2007.
7. Azizov U.O‘. va boshqalar. Bank ishi. – Toshkent: “Iqtisod-Moliya”, 2016.
8. Xolbekov R.O. Buxgalteriya hisobi nazariyasi. – Toshkent: Cho‘lpon, 2011.
9. Xasanov B.A. Boshqaruv hisobi: nazariya va uslubiyot. – Toshkent: Moliya, 2003.
10. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 1980.
11. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Free Press, 1985.
12. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – Pearson Education.