

Олима Рўзиева
“Ўзмиллийбанк” АЖ

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ МИЖОЗЛАРИНИНГ ҚОНИҚИШЛАРИНИ БАҲОЛАШНИНГ АҲАМИЯТИ

Аннотация. Ушбу мақола тижорат банклари мижозларининг қониқишлари ҳамда уни баҳолаш усуллари ўрганилган. Бунда мижозлар ўртасида сўровнома ўтказиш орқали мижозларнинг ҳошиш истаклари ҳамда банклар томонидан қилинган таклифлар ўртасидаги фарқлар таҳлил қилинган. Ўрганишлар натижасида амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар. Тижорат банклари, мижозлар, мижозларнинг қониқиши, содиқ мижозлар.

IMPORTANCE OF ASSESSMENT OF CUSTOMER SATISFACTION OF COMMERCIAL BANKS

Abstract. This article examines customer satisfaction of commercial banks and methods of its evaluation. The differences between the wishes of the clients and the offers made by the banks were analyzed by conducting a survey among the clients. As a result of the studies, practical suggestions and recommendations were developed.

Keywords. Commercial banks, customers, customer satisfaction, loyal customers.

Кириш

Халқаро тажрибага асосан банкларнинг бозорда барқарор позицияни эгаллаб туриши аввало уларнинг рақобатлашув қобилиятига эга эканлигини, белгилаб олган стратегиясига шунингдек, мижозлар билан муносабатларига боғлиқлигини таъкидлаб ўтиш мумкин.

Ривожланаётган ҳамда интеграциялашган бозор иқтисодиётидаги банклар фаолиятларидаги ислоҳатлар изчиллик билан ривожлантирилмоқда. Пандемия шароитида тижорат банкларининг онлайн ҳамда масафавий хизматларидан фойдаланиш истеъмолчилар томонидан тезкорлик билан ўзлаштирилганлигини кўришимиз мумкин.

Бу эса тижорат банкларда мижозлар билан ишлаш жараёнларида самарали инновацион ечимларни жорий этиш вазифасини қўйди. Банк тизимидаги амалга оширилаётган ислоҳатлар, албатта мижозларда

мослашувчанликни таъминлади ва банк хизматлари бозоридаги рақобатни янада кескинлаштириш натижасида тижорат банклари рақобатбардошлигини ошириш ҳамда мижозларга сифатли хизматларни таклиф қилиш масалалари долзарб мавзу бўлиб қолмоқда. Бу орқали тижорат банклари ўзининг мижозларининг қониқишлари ҳақида доимий маълумотлар йиғиб бориш, таҳлил қилиш ҳамда тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш замон талабларидандир.

Адабиётлар таҳлили

Тижорат банкларининг фаолияти тижорат асосида мижозларга хизмат кўрсатиш орқали ўзининг молиявий фаолиятини ташкил этиш ҳисобланади. Банк фаолияти албатта мижозларга, айниқса содиқ мижозларга боғлиқдир. Тижорат фаолиятида содиқ мижозлар барқарор молиявий фаолият манбаи ҳисобланади. Содиқ мижозлар - хизмат кўрсатувчи ташкилот хизматларидан қониқиш ҳосил қилгандагина шаклланади.

Waheed ва бошқаларнинг (2013) тадқиқотлари маълумотларига кўра, банк соҳасида инновациялар мавжуд бўлиб, уларнинг энг инқилобийси интернет-банкнингдир. Ahmadнинг (2010) фикрича, банклар ўртасидаги муносабатлар нафақат банклар ўртасида, балки мижозлар билан ҳам бўлишини тушунтирди. Унинг қўшимча қилишича, хавфсизлик ахборот натижасига таъсир қилиши мумкин бўлган тизимга киришларнинг олдини олиш учун муҳим аҳамиятга эга.

Ambhire ва Teltumudelарнинг (2011) таъкидлашича, ахборот хавфсизлиги банк соҳасидаги энг муҳим масалалардан бири эканлигини тушунтирди.

Банк саноатининг онлайн-банкнингга айланиб бораётганини кўрган технологиянинг ривожланиши туфайли хавфсизлик масалалари айниқса кўпроқ ташвишлантирмоқда. Бу ўз-ўзидан киберхавфсизлик ва транзакциялар хавфсизлиги билан боғлиқ кўплаб муаммоларни келтириб чиқаради.

Belas ва бошқалар (2016) маълумотларига кўра, банк секторида хавфсизлик муаммоларининг ҳар хил турлари мавжуд, улардан бири тижорат хавфсизлигидир. Олимларнинг тушунтиришича, бу капитални бошқариш ва капиталнинг етарлилигини бошқариш масалалари билан боғлиқ. Шунингдек, банк секторида жисмоний хавфсизликка эҳтиёж борлигини ва бу турдаги хавфсизлик банклар ва банкоматлардаги нақд пулни ҳимоя қилишни ўз ичига олади.

Мижозларнинг омонатлари кафолатланиши керак ва бу янги мижозларни жалб қилиш, мавжуд мижозларни сақлаб қолиш ва умуман уларнинг барчасини қондиришда жуда муҳим. Бу шуни англатадики, банк мижозларнинг омонатлари хавф остида бўлмаслигини таъминлаш учун чоралар кўрилишини таъминлаши керак.

Олдинги тадқиқот шуни кўрсатдики, мижозлар қониқишини хизмат сифати ёрдамида ўлчаш мумкин ва сифатли хизмат мижозлар эҳтиёжини қондиришга олиб келади (Ali va Raza, 2017).

Хизмат сифати - истеъмолчилар хизматни қандай қилиб бошқа хизматларга қараганда яхшироқ деб билишларини, бу хизмат уларнинг эҳтиёжларига қандай жавоб бера олишига асосланиб таърифлаш мумкин (Adhikari va Paul, 2015).

Ҳамда мижозларнинг қониқиши тўғридан-тўғри қабул қилинган хизмат сифати даражасига таъсир қилишини ва банклар бошқа банклар билан самарали рақобатлашиши учун улар сифатли хизматларни таклиф қилишлари кераклигини тушунтиради.

Siddiqi ва бошқаларнинг (2011) фикрига кўра, хизмат сифати мижозларнинг хизматдан кутганлари ва хизмат аслида қандай тақдим этилганлиги ўртасидаги фарқни камайтиришдир. Покистон банк секторида Raza ва бошқалар (2015) томонидан олиб борилган тадқиқот шуни кўрсатдики, хизмат сифати мижозларнинг қониқишига бевосита таъсир қилади.

Одатда хизматларни ўлчаш қийин, чунки улар номоддийдир. Бироқ, бу концепцияни тўлиқ тушуниш учун қандайдир ўлчов шакллари бўлиши керак. Хизмат сифатини ўлчаш, шунингдек, ташкилотга ўзгаришлар киритилгандан сўнг ўз хизматларидаги яхшиланишларни тан олишга ёрдам беради. Шунингдек, бу ташкилотга ўзларининг камчиликларини билиш имкониятларини тақдим этади (Chingang va Lukong, 2010).

Teasнинг (1993) таъкидлашича, хизмат сифатини ўлчашда ва мижозлар кутганлиги ва кўрсатилаётган ҳақиқий хизмат ўртасидаги тафовутни бартараф этишга уринишда асосан Servqual модели қўлланилиши мақсадга мувофиқ.

Servqual модели - бу хизмат сифатини ўлчаш учун ишлатиладиган модел. Бу Parasuramanet (1988) томонидан киритилган йигирма икки нуқтали ўлчов модели, бутун дунёда ишонч қозонган. Сифат кўрсаткичларини миқдор кўрсаткичларига айлантириш орқали ўлчанади.

Ушбу модел хизмат сифати мижозларнинг кутган хизматлари ва кўрсатилган хизматлар ўртасидаги фарқлар қандай эканлигини тушунтиради (Paul ва бошқ., 2016).

Servqual модели умумий бешта ўлчовдан фойдаланади.

1 ўлчови – Ишончлилиқ- бу ерда ходимлар ўз вазифаларига ишончни намойиш этадилар.

2 ўлчови – Воситаларнинг қиймати - бу банк соҳасида кўриш ва тегиниш мумкин бўлган нарсалар билан боғлиқ. У бино, банк ходимлари ва бошқаларни ўз ичига олади.

3 ўлчови – Хавфсизлиқ - бу мижозларнинг эҳтиёжларига жавоб бериш истаги билан боғлиқ. Бу банкларнинг хизматлари қанчалик тезкорлигини (Kotler 2000) ва банк хизматлари мижозларга қанчалик ўз вақтида тақдим этилишини англатади.

4 ўлчови – Эмпатия- бу хизмат кўрсатувчи провайдерлар ўз мижозларига қандай эътибор беришлари ва мижозларнинг эҳтиёжларини тушунишга ҳаракат қилиш орқали уларга ғамхўрлик қилишлари билан боғлиқ. У хизмат кўрсатиш соҳалари мижозларга ўзига хос хизматларни қандай тушуниши, мулоқот қилиши ва тақдим этиши билан боғлиқ (Ennew & Waite, 2013).

5 ўлчови – Таъсирчанлиқ - бу банк секторининг хизмат кўрсатиш бўйича ўз вазифаларини қониқарли бажариш қобилиятидир.

Jain ва Gupta (2004) га кўра, ишончлилиқ мижозлар эҳтиёжини қондиришга кам таъсир қилади. Бироқ, Lohani ва Bhatia (2012) ишончлилиқ мижозлар эҳтиёжини қондиришга катта таъсир кўрсатди, деб таъкидладилар. Бу ўлчови сифатида ишончлилиқ мижозлар эҳтиёжини қондиришга катта таъсир кўрсатади, деб таъкидлаган бошқа тадқиқотчилар томонидан ҳам тасдиқланган (Lee & Moghavvemi, 2015).

Хизмат кўрсатишнинг қиймат занжири биринчи навбатда даромад ўсиши, фойда, мижозлар садоқати, мижозлар эҳтиёжини қондириш, ходимларнинг малакаси, кўрсатиладиган хизматлар қиймати ва самарадорлиги ўртасида кучли алоқалар мавжуддир.

Хизмат кўрсатиш қиймат занжирини самарали ташкил этилишининг асосий мақсади юқори мотивация қилинган ва қониқтирилган ходимнинг мижозлар билан ўзаро муносабатлари ҳамда мижозлар тажрибаси асосида компанияда ишчанлиқ муҳитини яратишдан иборатдир.

Бу ҳолат банк ходимларининг юқори мотивацияси ва ўз банкка содиқлиги асосида яратиладиган ва банкларга даромад олиб келадиган асосий йўналиш сифатида қаралади. Банк ходимларининг банкка содиқлиги эса уларда янги хизматларни жорий этишга ва истеъмолчилар билан ишлаш жараёнида улар учун қулай бўлган шакллардан фойдаланишни рағбатлантиришни билдиради.

Тадқиқот методологияси

Адабиётлар шарҳини кўриб чиқиш ушбу тадқиқотнинг асосий атамаларининг таърифини ва тадқиқот концепциясини кўрсатади. Тадқиқот мижозларнинг қониқишларини баҳолашда сифат кўрсаткичларини миқдор кўрсаткичларга айлантириш орқали ўртача миқдорларини ҳисоблаймиз. Бунда тижорат банки мижозлари ўртасида сўровнома ўтказиш орқали маълумотлар йиғиб олинади ва таҳлил қилинади.

Мижозларнинг банк хизматларидан мамнунлик даражасини баҳолашда “Ўзмиллийбанк” мижозларидан банк хизматларидан мамнунлик даражасини баҳолаш бўйича сўровнома ўтказилди.

Сўровнома бўйича 5 та категория бўйича 22 та саволлар тўплами 1 дан 5 гача бўлган баҳоларда баҳоланади. Ушбу сўровнома “Servqual” саволномаси асосида ишлаб чиқилди, яъни мижознинг кутганларини ва тақдим этилаётган хизматларни ўртасидаги фарқларни тушуниш учун анкета саволномасидан фойдаланамиз.

1-Жадвал

“Servqual” саволномаси бўйича сўронома саволлари¹

Ишонччилик		
	Тижорат банки ваъда қилинган хизматларни тақдим этади	1-5 гача баҳоланади
	Ҳар қандай муаммога дуч келсангиз, тижорат банки раҳбарияти уни ҳал қилишда самимий қизиқиш билдиради	
	Тижорат банки тўғри хизмат кўрсатади	
	Тижорат банки ўз вақтида хизмат кўрсатади	
	Тижорат банки хатосиз ҳисоб китобларни юритади	
Жавобгарлик		
	Тижорат банки мижозларга хизматлар қачон ва қанча вақтда амалга оширилиши ҳақида хабар беради	1-5 гача баҳоланади
	Хизмат кўрсатувчи провайдер мижозларга тезкор хизмат кўрсатади	
	Хизмат кўрсатувчи провайдерлар ҳар доим сизга ёрдам беришга тайёр	
	Хизмат кўрсатувчи провайдерлар сўровингизга зудлик билан жавоб беришади	
Кафолат		
	Хизмат кўрсатувчи провайдернинг хатти-ҳаракатлари сизга бўлган ишончни оширади	1-5 гача баҳоланади
	Бу тижорат банки билан ишлашда ўзингизни хавфсиз ҳис қиласиз	
	Бу банкнинг ходимлари сизга нисбатан хушмуомала	
	Бу банк ходимлари саволларингизга жавоб бериш учун етарли билимга эга	

¹ Хорижий адабиётларга асосан муаллиф ишланмаси

Эмпатия		
	Бу тижорат банки сизга индивидуал эътибор беради	1-5 гача баҳоланади
	Ходим мижозларга эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлади	
	Компания сизнинг манфаатларингизни кўзлайди	
	Ушбу тижорат банки ходимлари мижозларнинг талабларини тушунишади	
	Тижорат банкида қулай иш соатлари мавжуд	
Аниқлик		
	Тижорат банкида замонавий жиҳозлар ва техника-технологиялар мавжуд.	1-5 гача баҳоланади
	Тижорат банкида замонавий тартибда жиҳозланган.	
	Тижорат банкида визуал тарзда маданий-марифий материаллар мавжуд.	
	Ходимларнинг ташқи кўриниши ва униформаси	

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси

"Ўзмиллийбанк" АЖ ўз фаолиятини 30 йил давомида амалга ошириб, Ўзбекистоннинг энг йирик банкларидан бирига айланган. Ушбу молия институти фаолиятининг барқарорлиги "Standard&Poor's", "MOODY'S", "Fitch" каби нуфузли халқаро рейтинг агентликлари баҳолари билан тасдиқланган бўлиб, 2021 йил 13 октябрида "Standard & Poor's" агентлиги "Ўзмиллийбанк" АЖга "Барқарор" прогнози билан ВВ-/В даражасида кредит рейтингини тақдим қилди. Ушбу рейтинг даражаси агентлик томонидан 2022 йил 1 февралда тасдиқланган.

Бундан ташқари, 2021 йил 12 июл куни "MOODY'S" агентлиги "Ўзмиллийбанк" АЖга "В1" даражада миллий валютада узоқ муддатли ва "В1" даражада хорижий валютада қисқа муддатли рейтингларини тақдим этди.

Депозитлар рейтинги бўйича прогноз - "Барқарор" бўлиб, бу яқин 12 ой давомида "Ўзмиллийбанк" АЖнинг барқарор бозор позициясини ва молиявий кўрсаткичларини тасдиқлайди.

Ўз навбатида, Fitch рейтинг агентлиги 2022 йил 13 июн куни эмитент дефолти бўйича "Ўзмиллийбанк" АЖга "Барқарор" прогнози билан «ВВ-» узоқ муддатли рейтинг ва "В" қисқа муддатли рейтингларни тақдим этди. "Барқарор" прогнози суверен рейтинг бўйича прогнозни акс эттиради.

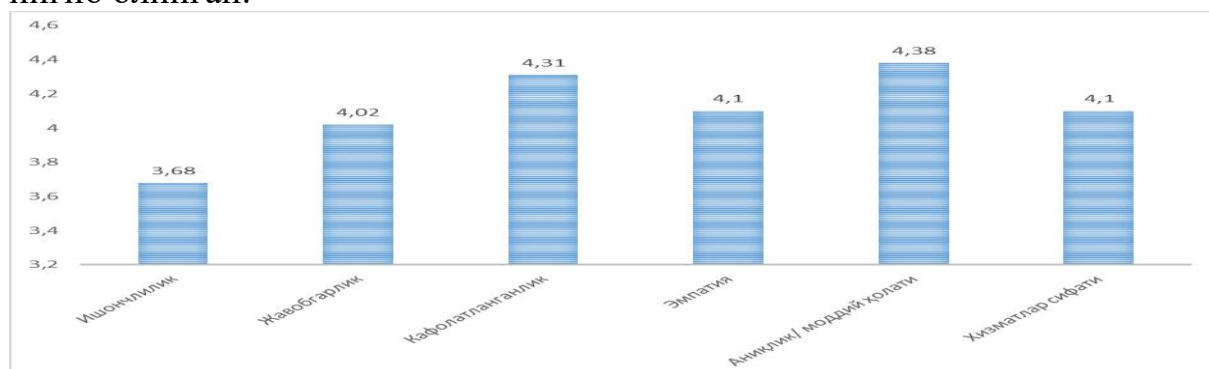
Ҳар тижорат банкининг асосий шиори бўлмиш "Мижоз банк учун эмас-банк мижоз учун хизмат қилади" асосида барча мурожаатлар кўриб чиқилган ҳамда ижобий ҳал қилишга ҳаракат қилинган. Тижорат банкларининг хизмат сифатини оширинг, кенг қамровли хизмат профилини тақдим этиш ҳамда банк фаолиятининг жозибадорлигини кўрстиш банк ходимларнинг асосий мақсад вазифасидир. Бундан ташқари

банк ўзининг фаолиятини амалга ошириш жараёнида, mijozlarга сифатли хизматларни тақдим қилишда ходимлар учун “Ўзмилийбанк” АЖ стандарт қоидалари китоби ишлаб чиқилган ҳамда “Сирли mijoz” тизими ҳам жорий этилган.

Бу орқали банк ходимларнинг хизмат вазифасидаги белгиланган тартиб қоидаларга амал қилишини баҳолаш ҳамда зарурий чоратадбирларни амалга ошириш мақсад қилинган. Лекин бундаги асосий йўл қўйилган хато, mijozларнинг банклардан нима кутаётганларини ҳисобга олинмаслигидир.

Сўровномалар асосида mijozларнинг тижорат банкларнинг марказларда ҳамда катта йўлларга яқинлигини жуда қўлай деб баҳолашсада, банк атрофида mijozлар автомашиналари учун автотураргоҳлар мавжуд эмаслиги ноқулайликларни туғдиришини таъкидлашган. Ушбу сўронома орқали “Ўзмилийбанк” АЖ mijozларининг банк хизматларидан мамнунликларини баҳолашга, уларнинг банк хизматлари ва фаолиятидаги муносабатларини аниқлашга ҳаракат қилинди. Ҳамда mijozларнинг ёши ва ушбу банк фаолиятидан фойдаланиб келаётган муддатлари муҳим аҳамиятга эга ҳисобланиб, сўровнома иштирокчиларининг катта қисми ўрта ёшдаги юридик ва жисмоний шахслар ҳисобланиб, ўртача 3-5 йилдан бери банк хизматларидан фойдаланиб келаётганларни ташкил қилди.

Тижорат банклари томонидан ваъда қилинган хизматлар бўйича mijozларнинг қариб 56 фоизи (5 дан 5 баҳо) банк томонидан таклиф қилинган хизматлар уларнинг кутишлари билан бир хил эканлигини, 30 фоизга яқини (5 дан 4 баҳо) бир оз фарқ қилишларини сўровнома орқали маълум қилган. Умумий натижалар бўйича қўйидаги маълумотлар йиғиб олинган.



1-Расм. Ўтказилган сўровноманинг баҳоланган кўрсаткичларини умумлаштирилган ўртача қийматлари²

² Муаллиф томонидан тузилган

Йиғилган маълумотлар таҳлиллари юқорида айтиб ўтганимиздек, ўртача вазнини ҳисоблаш орқали ҳар бир категория бўйича 1 дан 5 гача баллар натижасида таҳлил қилинади.

Сўровноманинг биринчи категорияси бўйича берилган саволлар натижалари “Ишончлилик” категорияси бўйича умумий ўртача кўрсаткич 3.7 баллни ташкил этди. Бунда, қолган саволларга қараганда умумий ўртача балли пастроқ бўлган саволлар: тижорат банки ўз вақтида хизмат кўрсатади ва ҳар қандай муаммога дуч келсангиз, тижорат банки раҳбарияти уни ҳал қилишда самимий қизиқиш билдиради.

Банк хизматларини таъминлашда асосий сифат кўрсаткичи бўйича мижозларнинг банкдан кутишлари бўйича умумий ўртача кўрсаткичи 4 баллни ташкил этган бўлиб, мижозларнинг ушбу саволномадаги “Хизмат кўрсатувчи провайдерлар сўровингизга зудлик билан жавоб беришади” сўровга бошқаларига нисбатан пастроқ баҳо қўйилган.

Натижа бўйича шунини маълум қилишимиз мумкинки, “Ўзмиллийбанк” АЖ фаолиятини мижозларга хизмат кўрсатиш стандартлари бўйича ташкил этсада, ходимларнинг хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бир қатор камчиликларни бартараф қилиш талаб қилинади.

Сўровнома натижасида банк мижозларининг “Кафолатлилик” категорияси бўйича барча сўровларга ижобий баллар қўйишган, ҳамда умумий ўртача кўрсаткич 4.3 баллни ташкил этган.

Бу тижорат банки сизга индивидуал эътибор бериши, ходим мижозларга эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлиши, тижорат банки ходимлари мижозларнинг талабларини тушуниши, тижорат банкида қулай иш соатлари мавжудлигини тўғрисида ижобий баллар билан баҳолаган бўлсада, банк томонидан мижозларнинг манфаатларини кўзлаб иш фаолиятини ташкил қилиши тўғрисида ижобий балларга нисбатан пастроқ баҳоланган. Лекин умумий ўртача кўрсаткичи бўйича 4.1 балл билан баҳоланган.

“Servqual” саволномаси бўйича баҳоланган умумий натижалар бўйича мижозларнинг банклардан кутишлари билан банк хизматларининг қабул қилиб, англашлари ўртасидаги фарқ катта эмаслигини, умумий натижа бўйича “Яхши” кўрсаткичи бўйича 4.1 баллни ташкил этганлигини кўришимиз мумкин. Умумий натижалар бўйича банкнинг банк хизматларини таъминлашда “Ишончлилик” категорияси бўйича бир қатор чора-тадбирлар амалга ошириш тавсия этилади.

Жамланган сифат кўрсаткичларининг миқдор қийматлари стандарт четланишлар бўйича кўрсаткичлар ҳисобланиб, умумий хизмат кўрсатиш

сифати бўйича 2.003 миқдорни ташкил қилган бўлса, вариация коэффиценти 0.488 га тенг бўлди.

2-жадвал

Таҳлил маълумотларининг стандарт четланишлар ва вариация коэффиценти миқдорлари³

Кўрсаткичлар номи	Ўртача қиймати	Стандарт чекланиш кўрсаткичи	Вариация коэффиценти
Ишончлилиқ	3,68	1.72	0.57
Жавобгарлик	4,02	1.94	0.48
Кафолатланганлик	4,31	2.16	0.50
Эмпатия	4,10	2	0.488
Аниқлик/ моддий ҳолати	4,38	2.205	0.50
Хизматлар сифати	4,1	2.003	0.488

Натижалар таҳлили бўйича банк томонидан қўйидаги тартибда чоратадбирларни янада тизимлаштириши ва ривожлантириши мақсадга мувофиқ: ходимларнинг ишончини, билимларини ва хушмуомала бўлиш қобилияти. Банкнинг хизматларни аниқ етказиб бериш қобилияти. Ҳар бир миқдорга индивидуал эътибор бериш. Миқдорларга ёрдам бериш ва сифатли хизматлар кўрсатишга тайёрлик жараёнларини ривожлантириш муҳим ҳисобланади.

“Servqual” саволнома ишлаб чиқиш, яъни миқдорнинг кутганларини ва тақдим этилаётган хизматни тушуниш учун амалга ошириладиган қулай тадқиқотлардандир.

Хулоса

Тижорат банклари томонидан миқдорларнинг қониқишини кенг қамровли тушунча ҳамда бир қатор факторларга асосланган ҳолда баҳоланади. Миқдор банк хизматларидан нималарни кутади? - бунда миқдор юқори сифатли ва тезкор хизмат, фойдали ва қулай банк маҳсулотларини, банк хизматлари ва тармоғининг кенглиги, қулай офис шароитларни кутади. Банк миқдорларининг ҳошиш истакларининг тақлиф қилинаётган хизматлар билан мувофиқлиги таъминланиши хизмат сифатини белгилаб беради.

Хизмат кўрсатиш сифати – бу миқдорга кўрсатилган хизматлар натижасидаги қониқишлари, ходимлар тажрибаси ва банк миқдори учун яратилган қулайликлар, хизматларнинг хавсизлигини умумлаштирувчи тушунча.

Тижорат банкларининг миқдорлар учун ўзининг жозибадорлигини кўрсатишда маркетинг жамоасидан машаққатли меҳнатни талаб қилади.

³ Муаллиф томонидан тузилган

Тижорат банклари ўртасидаги рақобот муҳитининг ривожланиши, уларнинг мижозларининг қониқишларини билиш, баҳолаш муҳим аҳамиятга эга.

Тадқиқот натижалари асосида тижорат банки мижозлари ўртасида “Servqual” саволномаси бўйича баҳоланган умумий натижалар мижозларнинг банклардан кутишлари билан банк хизматларининг қабул қилиб, англашлари ўртасидаги фарқ катта эмаслигини, умумий натижа бўйича “Яхши” кўрсаткичи бўйича 4,1 баллни ташкил этганлигини кўришимиз мумкин. Умумий натижалар бўйича банкнинг банк хизматларини таъминлашда “Ишончлилик” категорияси бўйича бир қатор чора-тадбирлар амалга ошириш тавсия этилади.

Фойдаланилган адабиётлар руйҳати

1. Ahmad, Mohd Khairul, Rayvieana Vera Rosalim, Leau YU Beng and Tan Soo Fun, (2010). Security issues on Banking Systems, International Journal of Computer Science and Information Technologies, vol. 1, no.4, pp. 268-272,
2. Waheed, M., Khan, Q. and UI-Ain, N. (2013) ‘Role of satisfaction, security and risk towards customer’s turnover intention from traditional to internet banking’, International Arab Journal of E-Technology, Vol. 3, No. 2, pp.83–89.
3. Ambhire, V., & Teltumde, P. (2011). Information Security in Banking and Financial Industry. International Journal of Computational Engineering & Management/
4. Belás, J; Chochol’áková, A; Gabčová, L. 2015. Satisfaction and loyalty of banking customers: a gender approach, Economics and Sociology, Vol. 8, No1, pp. 176–188. DOI: 10.14254/2071- 789X.2015/8-1/14
5. Ali, M., & Raza, S. A. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. Total Quality Management & Business Excellence, 28(5-6), 559-577
6. Adhikari, K., & Paul, B. (2015). Perceived Service Quality and Customer Satisfaction in Public Sector Banks: An Empirical Study
7. Siddiqi, K. O. (2011). Interrelations Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction And Customer Loyalty In The Retail Banking Sector In Bangladesh. International Journal Of Business And Management, 6(3), 12.
8. Raza, S. A., Jawaid, S. T., & Hassan, A. (2015). Internet banking and customer satisfaction in Pakistan. Qualitative Research in Financial Markets, 7(1), 24– 36.
9. Chingang, D., & Lukong, P. (2010). Using the SERVQUAL Model to

assess Service Quality and Customer Satisfaction.: An Empirical Study of Grocery Stores in Umeå.

10. Ali, M., & Raza, S. A. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(5-6), 559-577

11. Teas, R. K. (1993). Consumer expectations and the measurement of perceived service quality. *Journal of professional services marketing*, 8(2), 33-54.

12. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., And Berry, L.L., (1988), 'SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality', *Journal Of Retailing* , Vol. 64 No. 1, Spring.

13. Paul, J., Mittal, A., &Srivastav, G. (2016). Impact of service quality on customer satisfaction in private and public sector banks. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 606-622.

14. Kotler, P.(2000), *Marketing Management*. 10th ed., New Jersey, Prentice-Hall

15. Ennew, C., & Waite, N. (2013). *Financial services marketing: An international guide to practice* (2nd ed.). New York, USA: Routledge.

16. Jain, S.K. and Gupta, G. (2004), "Measuring service quality, SERVQUAL vs SERPERF scales", *Vikalpa*, Vol. 29 No. 2, pp. 25-37.

17. Lohani, M. B., & Bhatia, P. (2012). Assessment of Service Quality in Public and Private Sector Banks of India with Special Reference to Lucknow City. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(10), 1-7.

18. Lee, S.P., &Moghavvemi, S. (2015). The dimension of service quality and its impact on customer satisfaction, trust, and loyalty: A case of Malaysian banks. *Asian Journal of Business and Accounting*, 8(2), 91–122