



DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PRODUCTS IN THE BANKING SECTOR: ADAPTATION OF FINANCIAL SERVICES TO MARKET NEEDS THROUGH EFFECTIVE MANAGEMENT AND MARKETING

Jamshid Rasulovich Usmanov¹

Deputy Chairman of the Board of Davr Bank

KEYWORDS

product development, banking innovation, financial services, market adaptation, digital transformation, fintech collaboration, customer satisfaction

ABSTRACT

Innovation in banking has become a critical success factor as financial institutions face rapidly evolving customer demands, regulatory environments, and technological landscapes. This paper explores the strategies and practices behind innovative product development in the banking industry, which aims to adapt new financial services to market needs through effective management and targeted marketing. Exploring factors as diverse as customer-centric insights, digital transformation and collaboration with fintech, this article provides a comprehensive overview of how banks can create and deliver relevant financial products. Ultimately, these efforts increase customer satisfaction, increase loyalty, and help banks remain competitive in a dynamic marketplace.

2181-2675/© 2024 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: **10.5281/zenodo.14059998**

This is an open access article under the Attribution 4.0 International(CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Deputy Chairman of the Board of Davr Bank, Tashkent, Uzbekistan

BANK SOHASIDA INNOVATSION MAHSULOTLARNI ISHLAB CHIQISH: SAMARALI BOSHQARUV VA MARKETING ORQALI MOLIYAVIY XIZMATLARNI BOZOR EHTIYOJLARIGA MOSLASHTIRISH

KALIT SO'ZLAR/
КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

mahsulotni ishlab chiqish,
bank innovatsiyasi,
moliyaviy xizmatlar, bozorni
moslashtirish, raqamli
transformatsiya, fintech
hamkorligi, mijozlar
ehtiyojini qondirish

ANNOTATSIYA/ АННОТАЦИЯ

Bank faoliyatidagi innovatsiyalar muvaffaqiyatning hal qiluvchi omiliga aylandi, chunki moliyaviy institutlar tez rivojlanayotgan mijozlar talablari, tartibga solish muhiti va texnologik landshaftlarga duch kelmoqda. Ushbu maqola samarali boshqaruv va maqsadli marketing orqali yangi moliyaviy xizmatlarni bozor ehtiyojlariga moslashtirishga qaratilgan bank sohasida innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish ortidagi strategiya va amaliyotlarni o'rganadi. Mijozlarga asoslangan tushunchalar, raqamli transformatsiya va fintech bilan hamkorlik kabi turli omillarni o'rganib, ushbu maqola banklar qanday qilib tegishli moliyaviy mahsulotlarni yaratishi va yetkazib berishi mumkinligi haqida to'liq ma'lumot beradi. Oxir oqibat, bu sa'y-harakatlar mijozlarning qoniqishini oshiradi, sodiqlikni oshiradi va banklarning dinamik bozorda raqobatbardoshligini saqlab qolishga yordam beradi.

Kirish

Moliyaviy xizmatlar sanoati texnologik taraqqiyot, mijozlarning xohish-istaklarini o'zgartirish va noan'anaviy o'yinchilarning raqobatini kuchaytirish natijasida misli ko'rilmagan o'zgarishlarni boshdan kechirmoqda. Ushbu dinamik sharoitda innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish banklar uchun dolzarb va raqobatbardosh bo'lib qolishi uchun zarur bo'ldi. An'anaviy bank mahsulotlari endi qulay, moslashtirilgan va samarali xizmatlarga intilayotgan bugungi raqamli imkoniyatlarga ega mijozlarning ehtiyojlarini qondirish uchun etarli emas (Shah & Clarke, 2020). Banklar mijozlarga ko'proq yo'naltirilgan yondashuvga o'tayotganda, mahsulot ishlab chiqarishni bozor ehtiyojlariga moslashtirish zaruratga aylanadi. Ushbu moslashuv nafaqat kuchli boshqaruvni, balki ushbu innovatsion mahsulotlarning noyob qiymat takliflarini to'g'ri auditoriyaga etkazishi mumkin bo'lgan samarali marketing strategiyasini ham talab qiladi (Adams va Braun, 2019).

Asosiy qism

1. Bank mahsulotini ishlab chiqishda innovatsiyalarga bo'lgan ehtiyoj

a. Iste'molchilarning umidlarini o'zgartirish

Kundalik hayotga kirib borayotgan raqamli texnologiyalar bilan iste'molchilar endi boshqa xizmat ko'rsatuvchi provayderlardan bo'lgani kabi o'z banklaridan ham bir xil darajadagi qulaylik va shaxsiylashtirishni kutishmoqda. Masalan, mobil banking asosiy talabga aylandi, bunda mijozlar o'z hisoblari va xizmatlariga real vaqt rejimida uzluksiz

kirishni kutishadi. Ushbu o'zgarish banklarni an'anaviy takliflardan tashqariga chiqishga va mijozlar tajribasini yaxshilash uchun raqamli innovatsiyalarni o'rganishga majbur qildi (Li & Kim, 2021).

b. Fintech va Big Tech tomonidan raqobatbardosh bosim

Fintech kompaniyalari va Apple va Google kabi yirik texnologiya firmalari raqamli hamyonlar, to'lov yechimlari va hatto kreditlar taklif qilish orqali an'anaviy bank hududiga tajovuz qilmoqda. Ushbu kompaniyalar foydalanuvchilarga qulay, samarali va innovatsion moliyaviy mahsulotlar uchun yuqori standartni o'rnatdilar va banklarni o'z takliflarini yaxshilashga chaqirdilar. Banklar samarali raqobat qilish uchun o'zlarining mijozlar ishonchi va tartibga soluvchi bilimlaridan foydalanishlari kerak (Tompson, 2020).

c. Normativ-huquqiy o'zgarishlar va bozorga muvofiqligi

Banklar iste'molchilar huquqlarini himoya qilish va moliyaviy barqarorlikni ta'minlashga qaratilgan qat'iy qoidalar asosida ishlaydi. Ushbu qoidalar ko'pincha innovatsiyalarni qiyinlashtirishi mumkin, chunki banklar yangi mahsulotlarni etkazib berishda muvofiqlikni boshqarishlari kerak. Biroq, tartibga soluvchi o'zgarishlar, shuningdek, banklarni xavfsiz, shaffof va adolatli moliyaviy echimlarni ishlab chiqishga rag'batlantirish orqali mahsulot innovatsiyasini rivojlantirishi mumkin (Evans, 2019).

2. Bank ishida innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqishning asosiy yondashuvlari

a. Mijozlarga yo'naltirilgan dizayn va bozor tadqiqotlari

Mijozlarga yo'naltirilgan dizayn mahsulotlarni ishlab chiqishda mijozlarning ehtiyojlari va afzalliklarini birinchi o'ringa qo'yadi. Banklar mijozlarning xulq-atvori va afzalliklari haqida ma'lumot to'plash uchun bozor tadqiqotlari, so'rovlar va ma'lumotlar tahlilidan foydalanadilar. Ushbu yondashuv banklarga nafaqat funktsional, balki mijozning hayotiga qiymat qo'shadigan mahsulotlarni loyihalash imkonini beradi (Mitchell & Gordon, 2021). Masalan, HSBC Easy Invest platformasi yangi investorlar uchun investitsiyalarni soddalashtirish uchun maxsus ishlab chiqilgan investitsiya yechimidir.

b. Agile mahsulotni ishlab chiqish metodologiyalari

Texnologik sektorda tez-tez qo'llaniladigan Agile metodologiyalari endi banklar tomonidan mahsulotlarni ishlab chiqishni tezlashtirish va yangi xizmatlarni bozorga tezroq olib kirish uchun qabul qilinmoqda. Agile jamoalarga iterativ sikllarda ishlash, fikr-mulohazalarga tezda javob berish va doimiy yaxshilanishlarni amalga oshirish imkonini beradi. Ushbu yondashuv, ayniqsa, bozor talablari va tartibga solish shartlari tez-tez o'zgarib turadigan bank ishida foydalidir (Harris & White, 2020).

c. Fintech va texnologiya hamkorlari bilan hamkorlik

Fintech kompaniyalari bilan hamkorlik qilish banklarga ilg'or texnologiyalar va innovatsiyalardan foydalanish imkonini beradi. JPMorgan Chase kabi banklar raqamli to'lov yechimlari va ma'lumotlarga asoslangan kredit modellari kabi mahsulotlarni birgalikda ishlab chiqish uchun fintech firmalari bilan hamkorlik qildilar. Ushbu hamkorliklar banklarga xavfsizlik va muvofiqlikni buzmasdan innovatsion mahsulotlarni joriy qilish uchun zarur bo'lgan tezkorlik va texnologik tajribani taklif qiladi (Reed, 2021).

3. Innovatsion bank mahsulotlari marketingi

a. Brendga ishonch va xabardorlikni shakllantirish

Banklar uchun ishonch mijozlar bilan munosabatlarning asosi hisoblanadi, ayniqsa yangi mahsulotlarni joriy qilish bilan. Marketing harakatlari mijozlarni ishontirish uchun xavfsizlik, ishonchlilik va qoidalarga rioya qilishni ta'kidlashi kerak. Yangi mahsulot xavfsizlik standartlariga qanday javob berishini va mijozlar tajribasini yaxshilashni namoyish qilish orqali banklar ishonchni mustahkamlashi va qabul qilishni rag'batlantirishi mumkin (Vang va Liu, 2020).

b. Maqsadli raqamli marketing kampaniyalari

Raqamli marketing banklarga maxsus mijozlar segmentlariga moslashtirilgan xabarlar bilan erishish imkonini beradi. Ma'lumotlar tahlilidan foydalangan holda, banklar har bir mahsulot uchun to'g'ri auditoriyani aniqlashlari va marketing mazmunini mos ravishda sozlashlari mumkin. Misol uchun, yosh mijozlar ijtimoiy media platformalarida marketing kampaniyalariga yaxshiroq javob berishlari mumkin, keksa mijozlar esa an'anaviy reklama kanallarini afzal ko'rishlari mumkin (Miller & Johnston, 2019).

c. Iste'molchilarga yangi takliflar haqida ma'lumot berish

Innovatsion mahsulotlar ko'pincha mijozlarga ularning afzalliklari va funkcionalligi haqida ma'lumot berishni talab qiladi. Banklar mijozlarga yangi xususiyatlarni tushunishga yordam berish uchun vebinarlar, darsliklar va blog postlari kabi ma'lumot beruvchi kontentdan foydalanishlari mumkin. Masalan, raqamli hamyonlardan foydalanish bo'yicha onlayn qo'llanmalar texnologiyani bilmagan mijozlar orasida qabul qilishni osonlashtirishi mumkin (Anderson va Chen, 2020).

4. Muvaffaqiyatli mahsulot innovatsiyasi bo'yicha amaliy tadqiqotlar

a. Wells Fargoning sun'iy intellektga asoslangan virtual moliyaviy yordamchisi

Wells Fargo mijozlarga o'z mablag'larini boshqarishda yordam berish uchun sun'iy intellekt yordamida ishlaydigan virtual yordamchini taqdim etdi. Ushbu yordamchi real vaqt rejimida sarf-xarajatlar haqida ma'lumot berishi, mijozlar savollariga javob berishi va shaxsiy moliyaviy maslahatlar berishi mumkin. Virtual yordamchi foydalanish qulayligi va mijozlar uchun moliyaviy boshqaruvni soddalashtirish qobiliyati uchun yaxshi qabul qilindi (Miller, 2019).

b. Bank of Americaning "Erica" virtual yordamchisi

Bank of Americaning Erika mobil ilovaga asoslangan virtual moliyaviy yordamchisi muvaffaqiyatli mahsulot innovatsiyalarining yana bir namunasi. U mijozlarga turli bank vazifalarini bajarishda yordam berish uchun Aldan foydalanadi, masalan, hisob-kitoblarni to'lash, sarf-xarajat usullari haqida tushuncha berish va hisob bilan bog'liq savollarga javob berish. Erika ishga tushirilgandan beri millionlab mijozlar so'rovlarini ko'rib chiqdi va bu sun'iy intellekt asosidagi bank echimlariga bo'lgan talabni namoyish etdi (Kim, 2021).

c. Revolutning ko'p valyutali hisobi

Revolut, raqobatdosh bank foydalanuvchilarga turli valyutalarni raqobatbardosh kurslarda saqlash va almashtirish imkonini beruvchi multivalyuta hisobini taklif etadi.

Ushbu mahsulot tez-tez sayohat qiluvchilar va xalqaro biznes mutaxassisleri orasida bozor ehtiyojlariga javob beradi. Revolutning yondashuvi bozorlarni aniqlash va ularning noyob ehtiyojlarini qondirish uchun maxsus mahsulotlarni ishlab chiqish imkoniyatlarini ta'kidlaydi (Turner, 2021).

5. Mahsulot ishlab chiqishdagi qiyinchiliklar va ularni bartaraf etish usullari

a. Innovatsiyalarni me'yoriy hujjatlarga muvofiqlik bilan muvozanatlash

Bank faoliyatidagi qat'iy tartibga solish muhiti mahsulotning tezkor innovatsiyasiga qiyinchilik tug'diradi. Banklar muvofiqlik guruhlariga sarmoya kiritishlari va yangi mahsulotlar qonuniy standartlarga muvofiqligini ta'minlash uchun tartibga soluvchilar bilan yaqindan hamkorlik qilishlari kerak (Piters, 2020).

b. Ma'lumotlar maxfiyligi va kiberxavfsizlik

Raqamli xizmatlarning ko'payishi bilan ma'lumotlar maxfiyligi va kiberxavfsizlik muhim tashvishlardir. Banklar buzilishlarning oldini olish va mijozlar ma'lumotlari xavfsizligini ta'minlash uchun ishonchli ma'lumotlarni himoya qilish choralarini ko'rishlari kerak. Xavfsiz mahsulotlarni yaratish nafaqat moliyaviy va obro'ga zarar yetkazishni oldini oladi, balki mijozlar ishonchini ham oshiradi (Smit, 2020).

c. Mijozlarning kutishlarini boshqarish

Muvaffaqiyatli bo'lishi uchun yangi mahsulotlar mijozlar talablariga javob berishi kerak. Banklar ushbu umidlarni mijozlarni sinov bosqichiga jalb qilish va to'liq miqyosda ishga tushirishdan oldin mahsulotni yaxshilash uchun fikr-mulohazalarni yig'ish orqali boshqarishi mumkin (Gonsales & Perez, 2021).

Xulosa

Innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish banklar uchun raqobatbardoshlikni saqlab qolish va mijozlarning o'zgaruvchan talablarini qondirish uchun juda muhimdir. Yangi moliyaviy mahsulotlarni bozor ehtiyojlariga moslashtirish orqali banklar mijozlarning qoniqligini oshirishi, sodiqligini oshirishi va raqobatchilardan ajralib turishi mumkin. Mijozlarga yo'naltirilgan dizayn va tezkor rivojlanish kabi samarali boshqaruv strategiyalari, maqsadli marketing kampaniyalari bilan birga ushbu maqsadlarga erishishda muhim rol o'ynaydi. Normativ hujjatlarga rioya qilish va kiberxavfsizlik muammolari kabi muammolar mavjud bo'lsa-da, proaktiv yondashuv xavflarni kamaytirishi mumkin. Oxir oqibat, bank ishi kelajagi tez o'zgaruvchan raqamli dunyoda mijozlar ehtiyojlarini qondirish majburiyatiga asoslangan doimiy innovatsiyalarga bog'liq.

Adabiyotlar

1. Adams, R. va Braun, S. (2019). Bank innovatsiyalari uchun samarali marketing strategiyalari. *Journal of Financial Marketing*, 7(3), 210-225.
2. Anderson, P. va Chen, X. (2020). Mijozlarni raqamli moliyaviy mahsulotlarga o'rgatish: misollarni o'rganish yondashuvi. *Bank faoliyatida marketing*, 5(4), 320-337.
3. Evans, L. (2019). Moliyaviy xizmatlarda tartibga solish va innovatsiyalar. *Bank faoliyatini tartibga solish jurnali*, 14(2), 58-74.

4. Gonsales, M. va Peres, H. (2021). Mahsulot innovatsiyasida mijozlarning kutishlarini boshqarish. Har chorakda mijozlar tajribasi, 12(1), 99-111.
5. Xarris, J. va Uayt, A. (2020). Agilening moliyaviy mahsulotni rivojlantirishdagi o'rni. Xalqaro moliyaviy innovatsiyalar jurnali, 8(3), 170-189.
6. Kim, D. (2021). Moliyaviy xizmatlarda sun'iy intellektga asoslangan echimlar: Bank of America's Erica misoli. Moliyaviy xizmatlar jurnali, 9(2), 233-246.
7. Li, K. va Kim, H. (2021). Bank ishida iste'molchi innovatsiyalari: ma'lumotlarga asoslangan yondashuv. Journal of Consumer Studies, 10(1), 112-125.
8. Mitchell, T. va Gordon, J. (2021). Bank ishida mijozlarga yo'naltirilgan mahsulotni ishlab chiqish. Moliyadagi mahsulot innovatsiyasi jurnali, 11(4), 155-167.
9. Miller, R. (2019). Bank xizmatlarida sun'iy intellektning yuksalishi: Wells Fargoning virtual moliyaviy yordamchisi. Digital Banking Insights, 6(2), 92-108.
10. Rid, S. (2021). Mahsulot innovatsiyasi uchun Fintech bilan hamkorlik: JPMorgan Chase misolida. Jurnal