



## O'ZBEKISTON RAQAMLI MOLIYANI RIVOJLANTIRISH RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

MATYAQUBOV YUSUFBEK QUVONDIQ O'G'LI

O'zbekiston Respublikasi

Bank-moliya akademiyasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15479775>

### ARTICLE INFO

Received: 15<sup>th</sup> May 2025

Accepted: 19<sup>th</sup> May 2025

Published: 21<sup>st</sup> May 2025

#### KEYWORDS

*Transformatsiya, raqamli bank, bank xizmatlari, onlayn bank, HR& korporativ madaniyat, mobil texnologiyalar, raqamli ofis, mobil banking.*

### ABSTRACT

*Mazkur tadqiqot ishimizda Bank tizimida zamonaviy xizmatlar va hozirgi kundagi transformatsiya jarayonini amalga oshirishga bo'lgan ehtiyoj xaqida ma'lumot berilgan. Shuningdek, transformatsiya jarayonini amalga oshirish zaruratida katta o'rin tutgan bank tizimi xizmatlarini transformatsiya qilish tizimlarini yuzaga kelishining asosiy tashqi omillari xaqida tushuncha berilgan, bank tizimi transformatsiyasiga O'zbekiston tijorat banklarida o'tish zarurati yoritilgan. Bundan tashqari, bank tizimini transformatsiya qilish va rivojlantirish bo'yicha xulosa va takliflar berilgan.*

### 1. Kirish

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar bank-moliya sektorining barcha jabhalarida jadal o'z o'rnini egallamoqda. Bank-moliya sektorining rivojlanishining zamonaviy tendensiyalaridan biri sifatida raqamlashtirish jarayoni milliy iqtisodiyotning rivojlanish chegaralarini belgilovchi indikatorga aylanmoqda. Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni faol rivojlantirish, raqamli texnologiyalarni barcha tarmoqlar va sohalarda jadal qamrab olishga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktabrdagi PF-6079-son «Raqamli O'zbekiston — 2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorining ijrosi doirasida tijorat banklarida "masofadan kredit mahsulotlarini realizatsiya qilish, omonatlar va hisob raqamlarni ochishni o'z ichiga olgan keng turdagi onlayn xizmatlar ko'rsatishni ta'minlash orqali tijorat banklarining raqamli transformatsiyasi" ni yakunlash rejalashtirilgan.

### 2. Adabiyotlar sharhi

Global miqyosda mobil ilovalarni yaratish moliyaviy xizmatlar bozorida 2016 yildan 2022 yilgacha 14 foizga o'sishi kutilmoqda. Hozirgi kunda internet butunlay insoniyat hayotidan ajpalmas bo'lakka aylanib qolmoqda. Shuning uchun banklar keng ko'lamli mijozlariga bank filiallarini ochmasdan masofadan onlayn bank xizmatlarini ko'rsatib kelmoqda.

Bank innovatsiyalarini tasniflashga o'tishdan oldin bank operatsiyalari, xizmatlari va mahsulotlari nima ekanligini aniqlash kerak. Bank faoliyati ko'p sonli operatsiyalarni o'z ichiga oladi, ularning natijasi mahsulot yoki xizmatdir.

Biroq, bankning mijozga xizmat ko'rsatish usuli, shuningdek, bank xodimlarining mijoz bilan o'zaro munosabati bo'yicha operatsiyalar o'z-o'zidan mijoz uchun foydalilikni anglatmaydi.

Xizmat ko'rsatish usuli va o'zaro ta'sir qilish xususiyati bank mahsulotiga uning qo'shimcha tapkibiy qismlari sifatida kiritilgan.

Bank mahsuloti va xizmatlarini ta'riflashdagi tafovutlar shundan kelib chiqadiki, xizmat ko'rsatish usuli ularning iqtisodiy mohiyatini o'zgartirmasdan mijozga qo'shimcha qulayliklar yaratadi va xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytiradi.

Adabiyotda innovatsiyalarning ikki turi ajralib turadi:

a) markazlashtirilgan innovatsiyalar (ularni amalga oshirish to'g'risida qaror rahbariyat tomonidan qabul qilinadi)

b) markazlashtirilmagan innovatsiyalar (ular bo'limlarda ishlab chiqiladi va qabul qilinadi).

### 3. Tahlil va natijalar muhokamasi.

Bank tizimi ko'p hollarda konservativ tizim bo'lib kelgan, bu tizimga kirish uchun nobank raqobatchilar uchun yuqori to'siqlar mavjud bo'lgan. Ammo bulutli, mobil, ijtimoiy va analitik texnologiyalarga asoslangan raqamli texnologiyalar bu to'siqlarni ancha kamaytirdi. Bank tizimida innovatsiyalarni kuchaytirish maqsadida ko'plab mamlakatlarning tartibga soluvchi organlari tizimda faoliyat olib borish uchun yengilliklarni joriy qilishdi. Natijada eski tizimdan farqli o'laroq, to'liq raqamli texnologiyalarga asoslangan moliyaviy tashkilotlar mijozlarning talablarini yangi va murakkab usullarda zudlik bilan qondirib, mijozlarini o'zlariga qaratmoqdalar. Bularga misol qilib, e-tijoratning yetakchilari - Yevropadagi Tesco, Osiyo-Tinch okeani hududida Rakuten va AQShda Walmart bank tizimiga kirib keldi.

Hozirgi paytda dunyo bo'ylab tadbirkorlar, hatto an'anaviy banklarning o'zlari ham to'liq raqamli bank yoki neobanklar tashkil qilishmoqda. Bank Mobile, Number 26, Atom, ZenBanx and NuBank kabilar bunga misol bo'la oladi. Ushbu neobanklarning umumlashtirib turuvchi yagona jihati ularning taklif qilayotgan xizmatlari raqamli texnologiyalarga asoslanganligidir. IBM o'zining Designing a Sustainable Digital Bank (Barqaror raqamli bankni loyihalashtirish) dokladida raqamli bankni 4 modelini ajratib izohlaydi:

1.A model – raqamli bank brendi. An'anaviy banklar rivojlangan va talablari yuqori bo'lgan mijozlarga moslashishga harakat qilib, yangi mahsulot va takliflar orqali yangicha brendlar ishlab chiqadi. Ushbu brendlarni amalda ishlab turgan bank infrastrukturasi qo'llashadi. Bunday banklar sifatida Singapurdagi FRANK bank OCBC va Ispaniyadagi LKXA Caixa Bank ni misol keltirishimiz mumkin.

2.B model – raqamli kanallarga ega bo'lgan bank. Ushbu banklar A modeldagi banklardan fapqli pavishda mavjud bo'lgan tajribani yaxshilovchi tapmoq yaratishadi. Ular mavjud bank bek-ofis va lisenziyasidan foydalanib, ularning xizmatlarini qulaypoq foydalanuvchi intepfeysi orqali qayta sotadilar. Bunday banklarga misol sifatida Aqshda Moven va Possiyada Rocketbankni keltirish mumkin.

3.S model – bankning raqamli filiali. Ushbu model ikki yo'nalishni jamlashtiradi: raqamli foydalanuvchi tajribasi va yangi biznes jarayonlarni. Ushbu modeldagi banklar amalda alohida tashkilot sifatida ishlaydi, bunday banklardan biri BNP Paribasning Hello Bank raqamli filiali.

4.D model – to'liq raqamli bank. Bunday banklar mijozlarga barcha mahsulotlarini raqamli texnologiyalar asosida taklif qiladilar. Masalan, Germaniyadagi Fidor Bank. Quyida sanab o'tilgan to'rt modelga xos bo'lgan xususiyatlar keltirilgan. Ma'lumotlardan shuni xulosa qilish mumkinki, raqamli bankning A, V va S modellari asosiy bankning litsenziyasi asosida faoliyat yuritadi, faqat D modeli to'laqonli raqamli bankingni o'zida ifoda qiladi (2-jadval).

### 4. jadval

#### 5. Raqamli bankning to'rt modeli

| Model                | A - raqamli bank brendi | B - raqamli kanallarga ega bo'lgan bank | S - bankning raqamli filiali | D - to'liq raqamli bank |
|----------------------|-------------------------|---|------------------------------|-------------------------|
| Mahsulotlar, sotish, | Mustaqil                | Mustaqil                                | Mustaqil                     | O'z bank ustaviga ega   |

| marketing          |   |   |                            | emas                       |
|--------------------|---|---|----------------------------|----------------------------|
| <b>Kanallar</b>    | Ko'p hollarda ta'sischi bank bilan birgalikda yoki o'rindoshlikda | Mustaqil                                | Mustaqil                   | O'z bank ustaviga ega emas |
| <b>Bek-ofis</b>    | Ta'sischi bank bekoffisidan foydalanadi                           | Ta'sischi bank bekoffisidan foydalanadi | Mustaqil                   | O'z bank ustaviga ega emas |
| <b>Bank ustavi</b> | O'z bank ustaviga ega emas  | O'z bank ustaviga ega emas              | O'z bank ustaviga ega emas | O'z bank ustaviga ega emas |

Demak, D model banklari to'liq raqamli bank hisoblanib, mahsulotlarini sotish, marketing xizmatlarini raqamli tarzda ko'rsatishdan tashqari, mustaqil kanallar, mustaqil bek-ofis hamda mustaqil bank ustaviga ega bo'ladi. Yuqoridagilardan xulosa qilib aytishsh mumkinki, haqqoniy raqamli bank asosiy mahsulot va xizmatlarini raqamli tarzda amalga oshirib, uning mijozlari kundalik bank bilan bog'liq faoliyatida raqamli kanallardan foydalanishadi. Raqamli bankning infratizimi real vaqt rejimida raqamli hamkorlik uchun mo'ljallangan va raqamli texnologiyalarning yangi o'zgarishlariga tez moslashuvchidir.

## 6. Xulosa va takliflar

Xulosa tariqasida, zamonaviy bank xizmatlari bozori rivojlanishining dolzarb tendensiyalarini belgilaydigan asosiy jarayonlarga quyidagilarni ajratib ko'rsatish mumkin:

yangi zamonaviy xizmatlarni tatbiq etish bilan shug'ullanishga alohida e'tibor qaratish lozim. Chunki tadqiqotlar natijasiga ko'ra, banklarda zamonaviy bank xizmatlarini o'z mijozlariga taklif etish borasida ancha oqsayotganligi bir tomondan bank mijozlarini bunday xizmatlar imkoniyatlaridan foydalanmasdan qolishlariga olib kelayotgan bo'lsa, ikkinchi tomondan bankning o'zida ish ko'lamini kamaytirish imkoniyatlarini chegaralab qo'ymoqda.

Joylarda zamonaviy xizmatlardan foydalanish borasida shart-sharoitlarni yaxshilash ham masalani yechishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Aloqa kanallari sifatini yaxshilash iste'molchilarning yangi innovatsiyalardan foydalanish imkoniyatini oshirish bilan bir qatorda aholini ortiqcha ovoragarchiliklardan ozod qilishi mumkin. Masalan, kommunal xizmatlar uchun to'lovni amalga oshirishda uzun navbatlarda turish, bank yoki bu turdagi to'lovlarni qabul qilishga ixtisoslashgan shaxobchalarga borishga vaqt hamda mablag' sarflagandan ko'ra uyda turib xizmat uchun haq to'lash imkoniyati oshadi.

Aholiga bank xizmatlari ko'rsatilishi borasida yetarlicha tushuntirishlar berish, banklardagi omonatlar, ulardan foydalanish imkoniyatlari, shuningdek aholining bo'sh pul mablag'larini bankga jalb qilib, ushbu mablag'larni masofadan turib boshqarish imkoniyatlarini ommaviy axborot vositalaridan yanada ko'proq foydalangan holda targ'ib qilish aholining banklarga bo'lgan ishonchini mustahkamlashda muhim vosita sifatida xizmat qiladi.

## 7. Adabiyotlar/Literatura/Reference:

1. Антунес Ж., Ҳади-Венчеҳ А., Жамшиди А., Тан Й., анд Ванке П. “Банк эффисиенсй эстиматион ин Чина: ДЕА-РЕННА апроач,” Анн Опер Рес, вол. 315, но. 2, пп. 1373–1398, (2022);
2. Ашта А. Биот-Пақуерот Г. ФинТеч эволютион: Стратегис валуе манагеммент иссуес ин а фаст чангинг индустри // Бриефингс ин энтреpreneуриал финансе. Волуме 27, Иссуе 4. Жуль 2018. – 301-311 р.
3. Ассаф А., Бергер А.Н. анд отҳерс, Доес эффисиенсй ҳелп банкс сурвиве анд тҳриве дуринг финансиал срисес?, Жоурнал оф Банкинг анд Финансе, 106, (2019), пп. 445–470;
4. Адуда, Ж. & Кингоо, Н., 2012, 'Тҳе релатионшип бетвеен элестронис банкинг анд финансиал перформансе амонг соммерсиал банкс ин Кеня', Жоурнал оф Финансе анд Инвестмент Анайлсис 1(3), 99-118.
5. Аспромоургос Т. Он тҳе оригинс оф сlassисал эсономисс: дистрибутион анд валуе фром Уиллиам Петтй то Адам Смитх (Роутледге, 1995);
6. Абраҳам Чарнес, Уиллиам W Соопер, анд Эдвардо Рҳодес, ЪМеасуринг тҳе Эффисиенсй оф Десисион Макинг Унитс, Эуропеан Жоурнал оф Оператионал Ресеарч, 2.6 (1978), 429–44.
7. Артз, К.W., Норман, П.М., Ҳатфиелд, Д.Э. & Сардинал, Л.Б., 2010, 'А лонгитудинал студй оф тҳе импаст оф R&D, патентс, анд продуст инноватион он фирм перформансе', Жоурнал оф Продуст Инноватион Манагеммент 27(5), 725-740.
8. Азларова А.А., Абдурахманова М.М. Рақамли иқтисодиётни ривожлантиришда тижорат банклари хизматларининг ўрни // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 6, ноябр-декабр, 2019
9. Балачандҳер Кришнан Гуру, Сантҳа Ваитҳилингам, Норҳазлин Исмаил, анд Ражендра Прасад, (2001) “Элестронис Банкинг ин Малайсиа: А Ноте он Эволютион оф Сервисес анд Сонсумер Реастионс”;

INNOVATIVE  
ACADEMY