



TIJORAT BANKLARINING RAQAMLI STRATEGIYALARINI RIVOJLANTIRISH

Sherbekova Kamola

Guliston davlat universiteti

ORCID: 0009-0005-1813-9048

sherbekovakamola494@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada tijorat banklarining raqamli strategiyalarini rivojlantirish jarayonlari, ularning iqtisodiy samaradorlik va moliyaviy barqarorlikni ta'minlashdagi roli tahlil qilinadi. Raqamli texnologiyalar, mobil va onlayn platformalar, shuningdek sun'iy intellekt va big data tizimlarining bank xizmatlarini transformatsiya qilishdagi ahamiyati o'rganilgan. Tadqiqot natijalari banklar strategiyasini modernizatsiya qilish, xizmatlarni ommaviylashtirish, mijozlar ehtiyojlariga moslashtirish va raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha tavsiyalarni shakllantirishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: tijorat banki, raqamli strategiya, transformatsiya, moliyaviy barqarorlik, bank xizmatlari, fintech, sun'iy intellekt, mobil banking, big data, innovatsiyalar.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ СТРАТЕГИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Шербекова Камола

Гулистанский государственный университет

Аннотация. В статье рассматриваются процессы развития цифровых стратегий коммерческих банков, их роль в обеспечении экономической эффективности и финансовой устойчивости. Исследовано значение цифровых технологий, мобильных и онлайн-платформ, а также систем искусственного интеллекта и больших данных в трансформации банковских услуг. Результаты исследования позволяют формировать рекомендации по модернизации стратегии банков, расширению доступности услуг, адаптации к потребностям клиентов и повышению конкурентоспособности.

Ключевые слова: коммерческий банк, цифровая стратегия, трансформация, финансовая устойчивость, банковские услуги, финтех, искусственный интеллект, мобильный банкинг, большие данные, инновации.

DEVELOPMENT OF DIGITAL STRATEGIES OF COMMERCIAL BANKS

Sherbekova Kamola

Gulistan State University

Abstract. The article analyzes the development of digital strategies in commercial banks and their role in ensuring economic efficiency and financial stability. The study examines the impact of digital technologies, mobile and online platforms, as well as artificial intelligence and big data systems on the transformation of banking services. The research results provide recommendations for modernizing bank strategies, expanding service accessibility, adapting to customer needs, and enhancing competitiveness.

Keywords: commercial bank, digital strategy, transformation, financial stability, banking services, fintech, artificial intelligence, mobile banking, big data, innovation.

Kirish.

Jahon iqtisodiyotidagi moliyalashuv va raqamlashuv sharoitida O'zbekiston milliy bank tizimi transformatsiyasi borasida so'nggi yillarda salmoqli ishlar amalga oshirildi. Sohani isloh qilish bo'yicha amalga oshirilgan ishlar natijasida so'nggi uch yilda banklar kapitali 1,8, yillik kredit ajratish hajmi esa 2 barobarga ko'paydi. 4 ta bank ilk bor "yevrobond" chiqarib, xalqaro kapital bozorlaridan 1 milliard dollar resurs olib keldi. Ipoteka-bankka strategik xorijiy investor jalb qilindi. 13 ta yangi xususiy bank tashkil etildi, Vengriya, Qozog'iston va Gruziyaning nufuzli banklari yurtimizda faoliyat boshladi. Onlayn bank xizmatlari hajmi 2,7 barobarga oshdi.

Tahlillarga ko'ra, 2010 yillardan boshlab moliyaviy texnologiyalarga asoslangan Fin-tech kompaniyalar jahon moliya bozorida faollashdi. 2018 yilga kelib bunday kompaniyalar raqamli amaliyotlar tufayli yuqori samaradorlikka ega ekanligini namoyon etib, ma'lum bir moliyaviy amaliyotlar bo'yicha tijorat banklariga raqobatlasha boshladi. Ana shunday bir sharoitda tijorat banklari raqamli transformatsiyasi zarurati kun tartibiga chiqdi. Natijada tijorat banklari tomonidan Fin-tech kompaniyalarini qo'shib olish yoki moliyaviy texnologiyalarga asoslangan raqamli bank mahsulotlarini joriy etish keskin rivojlandi.

Xorij an'anaviy banklarining yuqori sur'atda raqamli banklarga aylanishi sharoitida mamlakatimizdagi tijorat banklari transformatsiyasi global raqobatga kirishishda muhimdir. Bunda xususiy banklar transformatsiyasi asosan raqamli transformatsiyaga yo'naltirilsa, davlat ishtirokidagi tijorat banklari transformatsiyasi ikkita yo'nalishda tashkil etiladi. Bular, birinchisi, bank aktivlarida xususiy banklarning ulushini keskin oshirishga erishish, ikkinchisi, raqamli transformatsiya amaliyotidir. Ayni yo'nalishlarda, yuqorida qayd etib o'tganimizdek, tizimli ishlar amalga oshirilmogda. Bank tizimida xususiy sektor ulushini oshirishga qaratilgan amaliy ishlar davlat ulushiga ega tijorat banklarida transformatsiya jarayonlarini yakunlab, 2026 yil yakuniga qadar bank aktivlarida xususiy sektor ulushini 60 foizgacha yetkazish bo'yicha taraqqiyot strategiyasida belgilangan alohida maqsad ijrosi tomon intilishni o'zida namoyon qiladi. Shuningdek, onlayn bank xizmatlari hajmining 2,7 barobarga oshgani bank tizimi raqamli transformatsiyasidagi dastlabki natijalardir.

Shularga qaramasdan bank tizimi transformatsiyasida e'tibor qaratilishi va amalga oshirilishi lozim bo'lgan jihatlar hamon mavjud. Qolaversa, "O'zbekiston — 2030" strategiyasida belgilangan banklarni xususiylashtirish va davlat ixtiyorida 3–4 ta bankni saqlab qolish, bank bozoriga kamida 4 ta yirik nufuzli chet el banklarini jalb qilish; banklarga xalqaro tan olingan minimal standart va talablarni joriy qilish orqali me'yorlar va nazorat bazalarini takomillashtirish kabi vazifalar ijrosini ta'minlashda bank tizimi transformatsiyasini jadallashtirish muhim ahamiyat kasb etishi shubhasiz.

Alohida ta'kidlashimiz lozimki, raqamli transformatsiya samaradorligi tijorat banklarida aktsiyadorlik kapitaliga egalik holatidan kelib chiqqan holda farq qiladi. Ya'ni xususiy banklar raqamli transformatsiyasi operatsion xarajatlarni keskin qisqartirishga xizmat qilmoqda va bu o'z navbatida, sof foydaning o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Davlat ulushi mavjud tijorat banklari raqamli transformatsiyasi esa operatsion xarajatlarning jiddiy ravishda kamayishiga olib kelmeyapti. Bundan o'z-o'zidan bank tizimi transformatsiyasida mulkka egalikning davlatdan xususiy sektorga transformatsiyasi birlamchi ekani namoyon bo'ladi. Shu boisdan bank tizimini xususiylashtirish va xususiy banklarning moliya bozoridagi faolligini oshirish oxir-oqibat tizim samaradorligi o'sishiga xizmat qiladi. Natijada 2030 yilga qadar mamlakatimiz bank va moliya tizimida yillik kreditlash hajmini 40 milliard dollarga yetkazish, bank omonatlari hajmini 4 barobarga oshirish maqsadlariga erishish imkoniyati ortadi. Umuman olganda, bank tizimi transformatsiyasi va xususiylashtirish jarayonini jadallashtirish O'zbekistondagi tijorat banklarining global raqobatga kirishishida muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan birga, milliy iqtisodiyotni faol moliyalashtirish orqali iqtisodiy taraqqiyot va aholi farovonligini oshirishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar sharhi.

Raqamli texnologiyalarni keng qoʻllagan holda tijorat banklari faoliyatini transformatsiya qilishning nazariy asoslari xorijiy va mahalliy iqtisodchilar tomonidan uzoq yillardan berib yaratib kelinmoqda. Iqtisodchi olimlar tomonidan banklar faoliyatini transformatsiya qilish orqali ularning stragik boshqaruv tizimi va biznesni modellashtirish mexanizmlarini takomillashtirishga doir bir qator ilmiy ishlar qilingan.

Masalan, Vasileva (2018) oʻzining ishlmiy ishlarida ortiq banklar noyob (unikal) maʼlumotlarning yagona egasi emasligi, moliyaviy injiniring va moliyaviy instrumentlar rivojlanganligi tufayli endilikda bitimlar banklarning ishtirokisiz tuzilayotganligini isbotlab, bunga nobank moliya tashkilotlari ishtirokida tuzilayotgan bitimlarni misol tariqasida keltirib oʻtadi.

Banklarni transformatsiya qilish toʻgʻrisida XXI asrning boshlarida paydo boʻlgan dezintermediatsiya nazariyasida ham toʻxtalib oʻtiladi. Kozlova (2012) oʻzining maqolasida bank sektorida dezintermediatsiya banklarning moliyaviy vositachi sifatidagi rolining samaradorligi pasayishida ifodalanishini taʼkidlab oʻtadi.

Digital Banking Report muallifi, raqamli bank sohasida mutaxassis hisoblangan Djim Marus yangi avlod banklarining “beshta haqiqat”ini keltirib oʻtadi. U oʻzining fikrlarini quyidagicha asoslab beradi:

1. Oflayn xizmat koʻrsatish sohasiga emas, balki “raqamli” sohalarning rivojlanishiga investitsiya kiritish kerak. Oxirgi besh yilda AQSh banklari ofislariga keluvchilar soni 60 foizga pasaygan. Shuningdek, bu tendentsiya butun dunyoda ham kuzatilgan. Bugungi kunda yangi bank ofislarining ochilishiga sarmoya kiritish, ertaga u erlarga hech kim kelmasligi ehtimolini inobatga olgan holda, asossiz boʻlib koʻrinadi.

2. Bank mijozlari onlayn hisobraqamlar ochish va yuritishni xohlashmoqda. Aksariyat bank mijozlari ofislarga borish va navbatda turishni xohlashlarini koʻrsatadigan tadqiqotlarga ishonmaslik kerak. Darhaqiqat, mijozlar ofisga borishlari kerak, chunki ularning muqobili mavjud emas.

3. Banklar tomonidan doimo yangi mijozlarni jalb qilish tizimi ishlab turadi. Agar bank yangi mijozlarni jalb qilishda manzilli, ommaviy, mobil va onlayn reklama vositalaridan foydalansa, bu oʻz samarasini beradi.

4. Isteʼmolchilar alohida eʼtiborni kutadilar. Agar mijozga oʻzi borib turadigan qahvaxona, aviakompaniya yoki mehmonxonada alohida eʼtibor qaratilsa, u oʻz jamgʻarmalarini saqlaydigan bankda ham shu eʼtiborni kutishga haqli hisoblanadi. Moliyaviy xizmat koʻrsatmaydigan tashkilotlar banklarga qaraganda oʻz mijozlariga koʻproq eʼtibor qaratishadi.

5. Oddiylik har doim gʻalaba qozonadi. Raqamli banklar rivojlanayotgan yangi davrda mijozlarga bank mahsulotlari va xizmatlarining eng oddiy usullarini taklif qila oladigan tashkilotlar gʻolib chiqadi. Eng ommalashgan dasturlarga eʼtibor beradigan boʻlsak, ularning barchasi bir necha tugmalarni bosish orqali natijalarga erishish imkonini beradi. Bular masalan, Uber, Amazon, Google, PayPal kabilardir. Bank ilovalari ham shular kabi sodda va tushunarli boʻlishi kerak.

Djim Marusning fikricha, bu “beshta haqiqat” bank jamoatchiligi tomonidan qabul qilinmas ekan, raqamli banklar davri boshlanishi haqida soʻz yuritishning maʼnosi yoʻq (Nurjannah, 2023). Djim Marusning fikrlariga qoʻshimcha ravishda, Bill Geytsning 1994 yilda “Bizga banklar emas, bank xizmatlari kerak” degan mulohazali gapini keltirish oʻrinli boʻladi.

1983 yilda Buyuk Britaniyada bank mijozlariga telefon orqali kompyuterga ulangan holda oʻzining omonatlarini tekshirish, bankdagi hisob raqamidan toʻlovlar va pul oʻtkazmalarini amalga oshirish imkonini beruvchi Homelink tizimi yaratildi. Oʻsha yili AQShda ham xuddi shunga oʻxshagan Pronto tizimi ishga tushirildi. Lekin odamlar Homelink va Pronto tizimlarga ishonchsizlik bilan qaraydi, lekin internet tarmogʻi keng yoyilishi bilan ushbu tizimlardan keng foydalanish boshlandi. 2001 yilda Bank of Amerika 1 mlrd. AQSh dollari miqdorida onlayn xizmatlar koʻrsatib, elektron-banking sohasida birinchi ilgʻor bank boʻldi.

Mazkur bank 2017 yilda o'zining 3 ta raqamli (neobank) filialini ochdi (Panshin, 2019). Payments Industry Intelligence portali ma'lumotlariga ko'ra, 2018 yilda dunyoda 60 ta raqamli – neobank bo'lgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2021 yilga kelib 319 tani tashkil qildi, ular ishlatadigan pullarning 90 foizini elektron pullar tashkil qiladi.

Citi Group hisob-kitoblariga ko'ra, raqamlashtirish natijasida banklarda ortiqcha ishchi kuchi yuzaga keladi, mazkur ish o'rinlarini qisqartirish banklarning operatsion xarajatlarini teng yarmigacha qisqartirishga olib keladi. Bundan tashqari, Accenture o'tkazgan tadqiqotlarga ko'ra, raqamlashtirish bo'yicha ilgari ketgan banklarning kapital rentabelligi 0,9 foizga oshgan, aksincha bu sohada oqsayotgan banklarda mazkur ko'rsatkich 1,1 foizga tushib ketgan. Accenture tahlilchilari kelajakda ushbu farq yanada kattalashishini ta'kidlaydi.

Bank faoliyatida raqamlashtirish jarayonining rivojlanish darajasini pandemiyadan "oldingi" va "keyingi" davrga bo'lish mumkin. Deloitte hisobotiga ko'ra, dunyodagi banklarning 60 foizi koronavirus pandemiyasi davrida o'z ofislarini yopib, to'liq onlayn xizmat ko'rsatishga o'tdi. Jumladan, respublikamizda ham pandemiya davrida raqamli bank tizimiga o'tish va masofadan xizmat ko'rsatish jarayoni ancha tezlashdi. Bank mobil ilovalari va turli nobank to'lov tizimlari o'rtasida raqobat kuchayib, mijozlarni turli chegirma va imtiyozlar taqdim etildi. Bu esa xizmat sifatining oshishi va xizmatlar narxining tushishiga olib keldi.

FinTech kompaniyalarining moliya bozoridan mustahkam o'rin topishi va va muayyan bank xizmatlarini ba'zi turdagi chakana bank xizmatlarini iste'molchilarga taqdim qilishi borasidagi urinishlar bank tizimi modelini tubdan o'zgartirish va ularning faoliyatini yangicha shartlar asosida tashkil etishni taqozo qiladi. Shundan kelib chiqqan holda, mazkur dissertatsiya ishida tijorat banklarini transformatsiya qilish masalalariga atroflicha to'xtab o'tiladi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Tadqiqot metodologiyasi doirasida iqtisodiy rivojlanishning keyingi bosqichlarida raqamli texnologiyalarni joriy etish va iqtisodiyotning raqamlashuvi masalalariga hukumatlar tomonidan katta e'tibor qaratilayotgani, shuningdek axborot tizimlarining jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy hayotini transformatsiya qilishdagi roli tahlil qilindi. Tadqiqot ishida mahalliy va xorijiy mutaxassislarining tijorat banklarini raqamli transformatsiya qilish bo'yicha qarashlari, taklif va tavsiyalari hamda soha bo'yicha me'yoriy-huquqiy hujjatlar o'rganildi. Shu bilan birga, "Agrobank" ATB ko'rsatkichlari tahlil qilinib, amaliy xulosalar olindi. Tadqiqotda bank faoliyatida transformatsiya jarayonlarini kengaytirish orqali moliyaviy barqarorlikni oshirish masalalari ilmiy bilishning taqqoslash, tahlil, umumlashtirish, analiz va sintez kabi metodlaridan foydalangan holda o'rganildi. Shuningdek, tadqiqot amaliy jihatdan tijorat banklarining raqamli transformatsiyasining samaradorligi, bank sektori rivojlanishining izchilligi, xizmatlar ommaviyligi va institutlar samaradorligini oshirish kabi muhim yo'nalishlarga e'tibor qaratdi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Raqamli banklar va an'anaviy banklar o'rtasidagi quyidagi farqlarni sanab o'tish mumkin.

Raqamli banklarning asosiy xususiyatlari:

- o'zining filiallar tarmog'ini kengaytirishga ehtiyojning yo'qligi;
- bank va iste'molchi o'rtasida 100% masofaviy-onlayn aloqalar o'rnatilganligi;
- sifatli va qulay mobil ilovaning mavjudligi;
- omonat (depozit) va kreditlar bo'yicha jozibador foiz stavkalarining shartlarning mavjudligi;
- sifatli, qulay va uzluksiz ishlovchi "iste'molchilarni qo'llab-quvvatlash markazlari"ning mavjudligi.

Yuqoridagi xususiyatlar transaksiyalar va xizmatlar tannarxining tushishi bilan bir paytda ular hajmining oshishiga olib keladi. Raqamli bank xarajatlari ichida asosiy o'rinni dasturiy ta'minotning uzluksiz ishlashi va ularni modernizatsiya qilish uchun qilingan xarajatlar egallaydi.

An'anaviy xususiy va davlat banklarining asosiy xususiyatlari:

- filial va bank xizmatlari markazlarining barcha tuman, shahar va viloyatlarda mavjudligi, xizmat sifatiga yetarli e'tibor berilmasligi;
- bank va iste'molchi o'rtasidagi muloqotning uzluksiz yo'lga qo'yilmaganligi va sifatining pastligi;
- mobil ilovaning "nomiga" mavjudligi, texnik nosozliklar tufayli bir plastik kartadan ikkinchisiga pul o'tkazmalari va kommunal to'lovlarni amalga oshirishda surunkali uzilishlar ro'y berib turishi;
- omonat (depozit) foiz stavkalarining pastligi, kredit ajratish shartlarining shaffof emasligi;
- "iste'molchilarni qo'llab-quvvatlash markazlari" ish faoliyatining sust yo'lga qo'yilganligi, markaz xodimlarining bank xizmati va mahsulotlari to'g'risida yetarli ma'lumotga ega emasligi sababli, savoliga qoniqarli javob olishi uchun iste'molchining bank tarkibiy bo'linmalarining bir necha xodimlari bilan gaplashib chiqish holatlarining mavjudligi.

Raqamlashtirilgan hujjat almashinuviga o'tish quyidagilarga olib keladi:

- hujjatlar yo'qolmaydi, xodim kerakli fayllarni ish stoli va hujjatlar javoni va turli ma'lumotlar bazasidan qidirmaydi;
- raqamlashtirilgan platforma turli ma'lumotlar bazasi, jumladan, davlat statistika qo'mitasi, davlat personallashtirish markazi, Pensiya jamg'armasi, kredit axborotlari milliy markazining elektron ma'lumotlar bazasi bilan integratsiya qilinadi;
- hujjatlar yagona ma'lumotlar bazasida saqlanadi, foydalanuvchi xato qilmaydi, chunki u tekst bilan ishlamaydi, balki anketadagi berilgan qisqa savollarga javob beradi, xolos. Hujjat turli integratsiyalashgan reestrldagi ma'lumotlar asosida avtomat tarzda shakllanadi;
- hujjatlarda yagona korporativ uslub (shrift, abzats, logotip, rang) saqlanib qoladi;
- xodimlar yagona platformada faoliyat ko'rsatadi, ya'ni bank rahbarlari o'z qo'l ostidagilarga tegishli topshiriq va ko'rsatmalarni shu platformada berib boradi.

Bank faoliyatini raqamlashtirishda matematik modellashtirish va informatikadan o'rinli foydalanilsa, juda murakkab jarayonlarning ham matematik modelini yaratish mumkin bo'ladi. Shuningdek, matematik modellar raqamlashtirish jarayonida juda qo'l kelib, turli bank operatsiyalarini tez va ishonchli, shuningdek, kamroq xarajatlar bilan raqamlashtirish imkonini beradi.

Bank faoliyatini raqamlashtirish salbiy oqibatlarga ham to'xtalib o'tish lozim, masalan, firibgarlar iste'molchilarni ishontirish, aldash yo'li bilan ularning hisob raqamlaridagi pullarni o'zlashtirib olish ehtimoli yuqori. Shuning uchun bank faoliyatini raqamlashtirish jarayonida iste'molchilarning hisob raqamlaridagi pullar xavfsizligini texnik jihatdan ta'minlash va iste'molchilarning kiber-xavfsizlik bo'yicha bilimlarini oshirib borishga alohida e'tibor qaratish lozim.

Shveysariyaning konsalting kompaniyasi Business & Finance Consulting (BFC) O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining Bank xizmatlari iste'molchilarining huquqlarini hisoya qilish xizmati bilan birgalikda banklardagi xizmat sifatini "yashirin iste'molchi" orqali 11 ta bankning 6 ta hududda joylashgan 60 ta filialida o'rganadi. O'rganish natijasida filiallarning yarmigina "elektron navbat" qurilmalari bilan jihozlanganligi, ularning 3/1 qismi soz holatda ekanligi aniqlanadi.

Kredit so'rab murojaat qilgan "yashirin iste'molchi" ga quyidagi sabablarga ko'ra kredit ajratish rad etildi:

- xodimning shaxsiy fikriga ko'ra, masalan, bank xodimi "bizni 500,0 mln. so'mlik kredit qiziqitirmaydi, Sizga boshqa bankka murojaat qilishni tavsiya qilamiz" qabilida javob beradi;

- kredit ajratish shartlarining shaffof emasligi sababli, masalan, bank filiallarining birida “yashirin iste’molchi”ga hisob raqam ochgandan 3 oy o’tib, qayta murojaat qilish lozimligi iste’molchiga uqtirildi;

- bank xodimi iste’molchining qishloq joyida yashashi sababli boshqa filialga yo’naltirdi.

Bundan tashqari, BFC tomonidan onlayn-chat banklarning yarimida mavjudligi, ularning faqatgina yarmi to’laqonli ishlashini aniqladi.

Tijorat banklarida kuzatilgan mazkur kamchiliklar raqamli banklar va elektron to’lov tizimlarining (Fintech loyihalari) iste’molchilarni jalb qilishiga zamin yaratdi. O’zbekiston chakana moliya bozorida Click, Payme, Oson, U-Pay kabi elektron to’lov tizimlari o’z o’rniga ega.

Ekotizimni ikki xil usulda tashkillashtirish mumkin: birinchisi, iste’molchining barcha kundalik ehtiyojlarini bitta ilova yordamida qondiruvchi umumiy ekotizim (lifestyle banking), ikkinchisi, iste’molchining faqatgina bitta (uy-joy savdosi, ta’lim, tibbiyot va boshqa) sohadagi ehtiyojlarini qondiruvchi alohida ekotizim. Ekotizim yordamida bank va iste’molchi o’rtasida jismoniy kontaktsiz aloqa o’rnatilib, moliyaviy operatsiyalar (elektron tijorat) “inson omili”siz amalga oshiriladi.

Rossiya Markaziy bankining 2021 yil aprel oyidagi “Ekotizimlar: tartibga solish bo’yicha yondashuvlar” nomli ma’ruzasida qayd etilishicha: “Bugungi kunda deyarli barcha jahon bozorlarida raqamli platformalar va ekotizimlarga asoslangan iqtisodiy munosabatlarga o’tilishi bir qator omillarning ta’siri natijasi hisoblanadi: texnologik o’zgarishlar, iste’molchilar talabi tomonidan geografik to’siqlarni bartaraf etilishi, marja va aktsiyadorlar daromadlarini oshirish nuqtai-nazaridan an’anaviy biznes-modellar imkoniyatining cheklanganligi. Raqamli platformalar va ekotizimlarga asoslangan iqtisodiy munosabatlar biznesni sifat jihatdan qayta qurishga olib keladi. Jahonning eng yirik xalqaro ekotizimlari sifatida AQShning Google, Apple, Facebook va Amazon (GAFA) hamda Xitoyning Alibaba va Tencent texnologik kompaniyalari qayd etiladi. Ushbu bigtex-kompaniyalar raqamli platformalar va bozorning yondosh segmentlarini o’z ta’siri ostiga olishi moliyaviy imkoniyatlarni kengaytirish va iste’molchilar ommaviy jalb etish orqali moliyaviy xizmatlar bozoridagi mavqeini oshirib borishmoqda”.

Banklar paydo bo’lganidan buyon ularning funktsiyalari son va sifat jihatdan ancha o’zgardi. Bu ko’proq bank xizmatlari ko’lamining kengayishi bilan bog’liq, ya’ni bank xizmatlari (pul mablag’larini aholi va yuridik shaxslardan yig’ish, kredit ajratish, to’lovlarni amalga oshirishda vositalik qilish) safiga investitsion va konsalting xizmatlari ham qo’shildi. Tijorat tashkiloti xususiyatlarini o’zida aks ettirib, pul o’tkazmalaridan tortib to moliyaviy ekotizim yaratishgacha bo’lgan zamonaviy xizmatlarni keng joriy etgan holda, banklar bir qolipga tushgan bank mahsulotlarini taqdim etish va iste’molchilarga odatiy bank xizmatlarini ko’rsatishdan zamonaviy raqamli platformalarda iste’molchilarning ehtiyojlarini to’liq qondirishga o’tmoqda. Masalan, Rossiya banklari Private banking ilovasida VIP iste’molchilarining barcha ehtiyojlari, jumladan, sug’urta mahsulotini tanlash, soliqlarni to’lash, mehmonxonadan joy buyurtma qilish, sayohatga chiqish kabi xohish-istaklarini qondiradi, shuningdek, mazkur iste’molchilarga imtiyozli shartlar asosida xizmat ko’rsatiladi. Har bir VIP iste’molchiga alohida menejer biriktirilib, u iste’molchining barcha moliyaviy masalalari bilan shug’ullanadi. Bundan tashqari, platformadagi ma’lumotlar yopiq bo’lib, ko’rsatilgan xizmat uchun haq miqdori iste’molchi va bank o’rtasida sir saqlanadi.

Forbs jurnali “yangi texnologiyalar iste’molchilarning ehtiyojlariga moslashayotgan va mobil bo’lishga intilayotgan banklarning o’z rolini o’zgartirishiga olib keladi” deb yozadi. Shu bilan birga, moliya institutlari faoliyatini transformatsiya qilish bilan bir qatorda biznes-jarayonlarni qayta ko’rib chiqish, shuningdek, xodimlarning dunyoqarashini o’zgartirish kerak, bu esa raqamli transformatsiyani professional transformatsiyaga aylantiradi. Bundan tashqari, Forbs jurnali, banklar yetarli xavfsizlik nazorati va eng so’nggi texnologiyalarni qo’llash xavfi o’rtasida muvozanat yaratish imkonini beradigan ishonch muhiti va transformatsiya madaniyatini shakllantirish haqida bosh qotirish kerak degan xulosaga keldi.

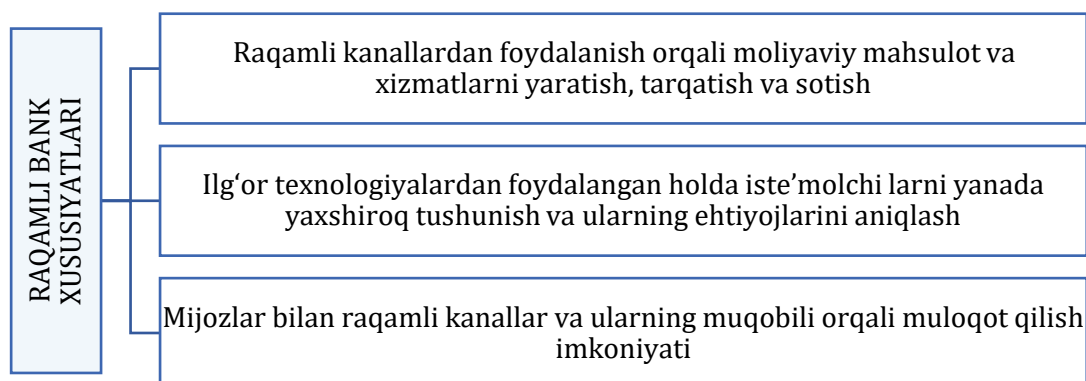
Zamonaviy raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi nafaqat yuqori texnologiyali moliya kompaniyalarning banklarga moliya bozorida raqobatchi sifatida paydo bo'lishiga olib keladi, balki banklarni raqamli innovatsion texnologiyalarni yaratib, ularni bosqichma-bosqich IT-kompaniyalariga aylantirishga undaydi. Bularning barchasi bankning funktsiyalari qatoriga texnologik funktsiya qo'shilganligini bildiradi.

Zamonaviy ma'noda bank strategiyasining transformatsiyasi bu – biznes jarayonlarni tubdan o'zgartirish, o'zgarishlarga moyil korporativ madaniyat va rag'batlantirish tizimini joriy qilish, iste'molchilarga raqamli texnologiyalardan keng foydalangan holda xizmat ko'rsatishga o'tish, bank boshqaruv tizimini optimallashtirishga qaratilgan burilishdir.

Shuni ta'kidlash lozimki, biznes-model tushunchasi ko'pincha strategiya bilan chalkashtiriladi, ya'ni yoki bu ikki atama bir-biri bilan almashtiriladi, yoki biznes-model tushunchasiga strategiyaning tarkibiy qismlaridan biri sifatida qaraladi. Aslida bu ikki tushuncha bir-biriga teng emas. Ularning farqi shundaki, strategiya uzoq muddatli raqobatbardosh ustunlikka erishishga qaratilgan bo'lsa, biznes-model esa mahsulot yoki xizmatni qanday qilib foyda (pul)ga aylantirish yo'llarini belgilab beradi.

Strategiya bank tashkil etilgan paytda shakllanadi va boshqa biznes strategiyalar (shuningdek, undan kelib chiqadigan marketing, investitsiyalar strategiyasi)ni va bank biznes-modelini ishlab chiqish uchun asos bo'ladi.

Transformatsiyaning birinchi unsuri iste'molchilarning talab va ehtiyojlari tahlili hamda mazkur ehtiyojlarni qoplash uchun bank tomonidan taqdim qilinishi mumkin bo'lgan takliflar qiymati tahlilidan kelib chiqib o'zgarib turadigan bankning strategiyasi va biznes-modeli hisoblanadi. Mijozlarning ehtiyojlarini tahlil qilib, zamonaviy texnologiyalardan foydalangan holda, bank mavjud iste'molchi larning sodiqligini oshiradigan va yangi iste'molchi larni jalb qilish orqali bozordagi ulushini ko'paytiradigan mahsulotni taklif qilishi lozim. Innovatsiyalarni ishlab chiqish va hayotga tadbiiq qilish "iste'molchi ga yo'naltirilgan" tamoyiliga asoslanganligi sababli, yangi mahsulotni bozorga tezroq olib kirish va iste'molchiga mukammal tarzda taqdim etish imkonini beradigan tashkiliy tuzilma va korporativ madaniyatni shakllantirish zarur. Bank xodimlarining ijodiy salohiyatini oshirish va umumiy qadriyatlarga tayanish iste'molchi ni tushunish va u bilan uzoq muddatli ishonchli munosabatlar o'rnatishga olib keladi, bu esa, o'z navbatida, bankning o'z oldiga qo'ygan maqsadlariga erishishiga, shuningdek, xodimlar faolligining oshishiga olib keladi.



1-rasm. Raqamli bankning farqlovchi jihatlari

Bank faoliyatini transformatsiya qilish murakkab jarayon bo'lib, qo'shimcha xarajat va professional yondashuvni talab qiladi. Raqamlashtirishdan keng foydalanish banklarga iste'molchi lar to'g'risidagi ma'lumotlarni tahlil qilish samaradorligini oshiradi, shuningdek, ochiq interfeys Fintech kompaniyalarning iste'molchilarini jalb qilishga yordam beradi. Shunday qilib, raqamli transformatsiya banklar uchun raqobatchilarni sheriklarga aylantiradi.

Banklar quyidagilar hisobiga qo'shimcha daromad olishi mumkin:

- yangi iste'molchilar (hamkor kompaniyalar, Fintech kompaniyalari, mobil ilova foydalanuvchilari)ni jalb qilish orqali;
- iste'molchilarni (mobil ilovalar, avtoto'lovlar va onlayn platformalar orqali) ko'proq iste'mol qilishga undash yo'li bilan;
- xodimlarga qilinadigan operatsion xarajatlarni kamaytirish, iste'molchilarning kreditga layoqatligini yanada aniqroq tahlil qilish yo'li bilan muddati o'tgan qarzdorliklarni qisqartirish va qaysi iste'molchidan ko'proq foyda olish mumkinligini aniqlash (mazkur iste'molchilarga asosiy e'tiborni qaratish) orqali.

Shu bilan birga, raqamli kanallardan foydalanish orqali moliyaviy mahsulot va xizmatlarni yaratish, tarqatish va sotish, ilg'or texnologiyalardan foydalangan holda iste'molchilarni yanada yaxshiroq tushunish va ularning ehtiyojlarini aniqlash, iste'molchilar bilan raqamli kanallar va ularning muqobili orqali muloqot qilish kabi quyidagi jadvalda ko'rsatilgan raqamli bankingning alohida holatlarini sarhisob qilish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Raqamli banking bilan shug'ullanayotgan an'anaviy banklar tez o'zgaruvchan muhitga joylashib olish bilan bog'liq qiyinchilikni o'z boshlaridan o'tkazmoqdalar.

Rossiya Federatsiyasining informatsion va kompyuter texnologiyalari korxonalarini Assotsiatsiyasining direktori N.Komlev bank setorida raqamli transformatsiyani joriy qilishning 5 ta bosqichini keltirib o'tadi:

- birinchi bosqichda iste'molchi bilan o'zaro aloqaning raqamli kanallarini faol ravishda ishlab chiqiladi (bankomatlar tarmog'i, internet-banking, mobil-bank). Ekotizim markazida o'zi uchun qulay vaqtda bank har qanday mavjud kanallar orqali muloqot qilishga tayyor iste'molchi turadi;

- ikkinchi bosqichda yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish uchun quyidagi raqamli texnologiyalardan foydalaniladi: Big Data ("kata ma'lumotlar"), kontaktsiz to'lovlar, virtual kartalar, sun'iy intellekt. Zamonaviy dasturiy ta'minotlar yordamida iste'molchi larning moliyaviy ehtiyojlarini kunu tun qondirishga mo'ljallangan E2E (end-to-end) mahsulotlari yaratiladi;

- uchinchi bosqichda raqamli xizmat ko'rsatishning butun hayotiy tsikli yaratiladi. Bunda banklar nafaqat o'zlarining an'anaviy mahsulotlari qatoriga raqamli xizmatlarni qo'shadilar, balki biznes-modellarini butunlay o'zgartirish orqali o'zlarining biznes chegaralarini kengaytiradilar;

- to'rtinchi bosqichda, muallif ta'biri bilan aytganda, "raqamli miya" yaratiladi, u biznesning barcha segmentlari, yo'nalishlari, mahsulot va xizmatlar to'g'risidagi ma'lumotlarni doimiy va avtomatik ravishda o'rganib boradi, bu esa bankka o'zining imkoniyatlari haqida kengroq tushuncha berib boradi;

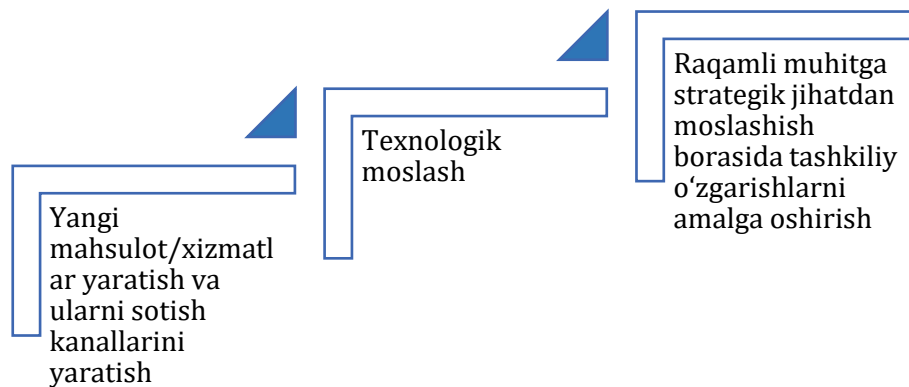
- beshinchi bosqichda "raqamli DNK" yaratiladi, u bankning butun hayotiy tsikli davomida strategik qarorlarni qabul qilish tizimini hisoblanadi.

Bankni raqamlashtirish jarayonini ketma-ket 3 ta bosqichga bo'lish mumkin (2-rasm).

Banklar transformatsiya jarayonining qaysi bosqichida ekanligiga qarab, ularning tuzilmalarida ma'lum o'zgarishlarni kuzatish mumkin. Nisbatan rivojlangan raqamli strategiyaga ega banklar quyidagi yo'nalishlarda muvaffaqiyatga erishishlari mumkin:

- iste'molchi lar bilan o'zaro munosabatlarning yangi shakllarini yaratish va iste'molchi larning iste'mol tajribasini o'zgartirish. Raqamlashtirishning dastlabki bosqichida raqamli kanallar tobora ko'proq diqqat markaziga tushmoqda, bank mahsulotlari va xizmatlari esa "o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish" asosida, ya'ni bank binosiga bormasdan taqdim etila boshlandi. Shunday qilib, iste'molchi va bank o'rtasida veb-ilovalar va mobil telefonlar orqali aloqa qilish imkoniyatlari, shuningdek, bankomatlar va telefon orqali ko'rsatiladigan xizmat turlari ko'paymoqda. Forrester Research amerika kompaniyasining "Kelajak banklari: banklar raqobatbardosh bo'lish uchun qanday raqamli afzalliklardan foydalanadilar" tadqiqotida ta'kidlanganidek, qisqa muddatli istiqbolda banklarni bir-biridan ajratib turuvchi iste'molchining ehtiyojlarini chuqur bilish omili asosiy element bo'lib qoladi, lekin o'rta va uzoq

muddatli istiqbolda esa iste'molchining ehtiyojlaridan kelib chiqib yaratilgan mahsulot muhim o'rin tutadi.



2-rasm. Bankni raqamlashtirish jarayoni

- yangi shakldagi bank filiallarini tashkil qilish: an'anaviy banklarda filiallar iste'molchi va bank o'rtasida muloqot amalga oshiriladigan, bank mahsulot va xizmatlari sotiladigan, shuningdek, iste'molchining boshqa muammolari hal qilinadigan joy hisoblanadi. Biroq ushbu modelning quyidagi kamchiliklari mavjud: xizmat ko'rsatish narxining qimmatligi, faqatgina bankka murojaat qilgan iste'molchilar bilan cheklanish, ko'p sonli iste'molchilarni qabul qilish imkoniyatining mavjud emasligi, iste'molchilar uchun bank xizmatlaridan foydalanishning cheklangan vaqti, bank xodimlari soni va ish vaqtining cheklanganligi sababli xizmat ko'rsatishning maqbul darajasi emasligi. Bank sektorini raqamlashtirishning asosiy qulayligi shundaki, filiallar bank operatsiyalari amalga oshiriladigan joydan bank mahsulotlarini sotish va bank mahsulotlarining qo'shilgan qiymatni oshirish imkoniyatini beradigan markazga aylanadi.

- bank xodimlarining profilini o'zgartirish: iste'molchilar bilan o'zaro aloqaning raqamli kanallari va avtomatlashtirish jarayonining rivojlanishi bank xodimlariga ortiqcha rasmiyatchilikka vaqt sarflamasdan iste'molchi bilan aloqalarni rivojlantirishga e'tibor qaratish, yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlarni yaratish va sotishga ko'proq vaqt ajratishlariga zamin yaratadi. Pirovardida, bu iste'molchilarga taklif qilinadigan xizmatlar va mahsulotlar soning ko'payishiga, iste'molchilar bilan aloqaning mustahkamlanishiga va boshqa banklarga o'tib ketayotgan iste'molchilar sonining qisqarishiga olib keladi.

- yangi ish shakli va yangi jarayonlariga mos keladigan tizim yaratish. Ma'lumotlarni tezkorlik bilan to'plash va tahlil qilish, shuningdek, iste'molchilar foydalanadigan mahsulot profili va ularning bank bilan o'tkazgan vaqtlaridan kelib chiqib ularning bank uchun daromadlilikini to'g'ri baholash muhim ahamiyat kasb etadi.

- o'rta va uzoq muddatli istiqbolda yuz berishi mumkin bo'lgan o'zgarishlardan biri sohadagi barcha ishtirokchilarga teng sharoitlarda raqobatga kirishish imkoniyati hisoblanadi. Bunda an'anaviy usulda bank xizmatlarini taqdim etadiganlar uchun mavjud bo'lgan me'yoriy talablar sohaning raqamli xizmat ko'rsatadigan ishtirokchilariga moslashtirilishi lozim.

Bank biznes-modeli transformatsiyasi quyidagi yo'nalishlarda amalga oshiriladi:

- Bankning o'z ekotizimini yaratishi. Bir qancha ilg'or xorijiy banklar (Sberbank, Tinkoff Bank, BBVA ispan banki, DBS singapur banki va boshqalar) bank faoliyatini kengaytirish va iste'molchilarning ehtiyojlariga yo'naltirilgan ekotizimi yaratish istagini bildirgan. Accenture xalqaro konsalting kompaniyasining 19 mamlakatdagi 10 dan ortiq bankda o'tkazgan so'rovnomasiga ko'ra, har 10 ta bankning 9 tasi ayni payt o'z ekotizimini yaratish ustida ishlayotgani ma'lum bo'ldi. McKinsey o'z tadqiqotlarida ta'kidlaganidek, an'anaviy tarzda xizmat ko'rsatishdan ekotizimga o'tish orqali banklar o'zlarining mavjud iste'molchilari va operatsion imkoniyatlaridan foydalangan holda iste'molchilarning bilan

yaqindan hamkorlikni yo'lga qo'yishlari va ularning ehtiyojlari haqida yanada yaxshiroq bilimga ega bo'lishlari mumkin bo'ladi.

Masalan, Ideabank polyak banki, ING golland banki iste'molchilarning debitorlik qarzlarni boshqarish, faktoring, buxgalteriya hisobi va pul oqimlarini tahlil qilish kabi xizmatlarni taqdim etadi. Amerikaning Moven nomli Fintech kompaniyasi pul mablag'larini yaratish bo'yicha ilg'or ilova yaratdi, hozirda bu xizmatlarni iste'molchi larga yetkazish maqsadida banklar moliya institutlari bilan hamkorlik qilmoqda.

Ba'zi banklar esa nobank xizmatlarni ko'rsatishga o'tib ketgan. Masalan, BancoPosta banki Italiyaning yirik uyali aloqa provayderiga aylandi. Bir qator banklar esa tibbiyot muassasalari va tibbiyot sug'urtalovchilar bilan hamkorlikda iste'molchilar uchun tibbiyot xarajatlarni amalga oshirini osonlashtiradigan hisob-kitob platformasi yaratishmoqda.

- Moliyaviy supermarket (marketpleys) yaratish. Ushbu model yordamida iste'molchilar moliyaviy mahsulotlar bilan erkin tanishishi va yagona integratsiyalashgan kanal orqali ulardan foydalanishi mumkin. Moliyaviy supermarket yaratish bankka yuqori daromadli mahsulotlarga e'tibor qaratish imkonini beradi.

- Banklarning nobank xizmatlar ko'rsatish yo'nalishiga o'tishi. Mijozning asosiy maqsadi ko'chmas mulk sotib olish bo'lsa-da, aksariyat banklar e'tiborni faqatgina an'anaviy bankka xos jihatlarga, ya'ni ipoteka krediti ajratishga qaratadi. Aslida, qaror qabul qilish bosqichida iste'molchi bilan o'zaro munosabatlar bank uchun foydani oshirishning istiqbolli vositasi bo'lishi mumkin. Masalan, bank maqbul ipoteka mahsulotlarini aniqlash, qulay kredit foizlari va qaytarish muddatlari bo'yicha iste'molchiga konsultativ (maslahat) xizmatlarini taqdim qilishi mumkin.

- Ma'lumotlarni monetizatsiya qilish (pulga aylantirish). McKinsey so'rov o'tkazgan banklarning yarmidan ko'pi ma'lumotlarni monetizatsiya qilishdan bir necha usulda pul ishlashni boshlaganliklarini ta'kidlagan.

Birinchiidan, bank mavjud ichki ma'lumotlarni tahlil qilib, ulardan o'z faoliyatida samarali foydalanishi mumkin, ikkinchiidan, shaxsi ko'rsatilmagan tahliliy ma'lumotlarni boshqalarga sotish orqali foyda olishi mumkin. Masalan, Kanadaning bir necha yirik banklari SecureKey Fintech kompaniyasi bilan hamkorlik asosida jismoniy shaxslarga o'zlarining bankdagi hisobga olish ma'lumotlaridan foydalangan holda federal hukumatning onlayn xizmatlaridan foydalanish imkonini beruvchi tizim yaratdilar. Aksariyat banklar o'z iste'molchilari haqida muhim ma'lumotlar to'plamiga (asosiy demografik ma'lumotlar, yashash joyi, qiziqishlari) ega. Mas'uliyat bilan yondashib, qonuniy cheklovlar va maxfiylik darajasiga amal qilgan holda, ushbu ma'lumotlar moliyaviy xizmatlar bilan shug'ullanmaydigan, telekommunikatsiya, chakana savdo, avtomobilsozlik va iste'mol mahsulotlari sanoati korxonalarini tomonidan tijorat maqsadlarida tahlil qilinishi mumkin.

- Bank infratuzilmasidan foydalanish usullarini kengaytirish. Yirik banklar o'zining ichki aktiv va imkoniyatlaridan foydalangan holda kichik banklar uchun mahsulot va xizmat turlari ishlab chiqishi mumkin. Bu imkoniyat ko'plab kichik tashkilotlarda asosiy vositalar yetishmasligi, infratuzilma va barcha bank faoliyati bilan shug'ullanishga ruxsat beruvchi litsenziyaning mavjud emasligi bilan bog'liq. Yirik moliya institutlari bu ehtiyojni o'z infratuzilmasidan foydalanish huquqini taqdim etish yoki uni ijaraga berish, uchinchi shaxslarga yoki uchinchi shaxslar orqali sotishga mo'ljallangan mahsulotlar portfelini ishlab chiqish yo'li bilan qondirishi mumkin. Banklar tomonidan o'z kredit kartalarini boshqa kompaniyalarga qayta ishlash (protsessing)ga berishlari bunqa yorqin misol bo'la oladi.

- Raqamlashtirishdan xizmat ko'rsatish hududini geografik jihatdan kengaytirish maqsadida foydalanish. Raqamli kanallar va yangi biznes-modellardan foydalangan holda, banklar o'z faoliyatini ilgari an'anaviy usulda kirib borish katta xarajatlarni talab qilgan yangi mintaqalar va yangi bozor segmentlari hisobiga kengaytirishlari mumkin. Misol uchun, ING golland banki 1996 yilda o'z faoliyatini onlayn bank sifatida boshlagan bo'lsa, 10 yil ichida 9 ta mamlakatda 20 mlilliondan ortiq iste'molchini jalb qilishga ulgurdi.

Yevropa ittifoqi banklarining 2030 yilgacha rivojlanish strategiyasi 3 xil stsenariy asosida taxmin qilinmoqda.

1-stsenariy: banklar texnologik jihatdan yangilanish va ilg'or Fintech kompaniyalarni sotib olish orqali o'z raqobatbardoshligini saqlab turadi. Fintech kompaniyalar o'z navbatida maxsus bozorlarga e'tiborini qaratsa, Bigtech kompaniyalar (Google, Facebook, Apple, Amazon, Alibaba) to'lov xizmatlarini taklif etishda davom etadi, lekin ayni paytda markaziy bankning kliring va to'lov tizimidan foydalanish imkoniyatiga ega bo'lmaydi (bu ularni banklar bilan aloqa qilishga undaydi);

2-stsenariy: Bigtech kompaniyalar o'zlarining moliyaviy xizmatlarini sho'ba korxonalarini orqali davom ettirib, kredit bozorini egallaydi, bu esa amaldagi banklarning faoliyatiga o'zining salbiy ta'sirini ko'rsatadi va ular asosan munosabatlarga yo'naltirilgan xizmatlar ko'rsatish bilan cheklanadi, ya'ni yuqori bo'g'indagi investitsion banklar va uncha katta bo'lmagan hududda joylashgan korxonaga va jismoniy shaxslarga xizmat ko'rsatadigan quyi bo'g'in banklariga bo'linadi;

3-stsenariy: markaziy bank tomonidan raqamli chakana valyutalar chiqarilishi natijasida moliyalashtirish qiymati oshib, beqaror resurs bazasi yuzaga keladi, buning asosiy sababi an'anaviy barqaror chakana depozitlarining raqamli valyutaga o'tishi hisoblanadi. Banklar moliyaviy vositachilik rolini, ya'ni depozitlarni jalb qilib, ularni kredit qilib berish imkoniyatini yo'qotib boradi, bu rolni markaziy bank o'ynay boshlaydi. Bunda Fintech va Bigtech kompaniyalari kreditlash, aktivlar va xatarlarni boshqarish bo'yicha o'zlarining individual va maxsus xizmatlarini taklif qiladi.

Xarajatlarni qisqartirish va xizmat ko'rsatish tezligini oshirish raqamlashtirishning yana bir ijobiy jihatidir. McKinsey konsalting kompaniyasining tadqiqotlariga ko'ra, raqamlashtirish natijasida yangi bank mahsulotlarini sotish va xizmat ko'rsatish bilan bog'liq xarajatlarni 40-60 foizgacha qisqartirishga erishish mumkin bo'ladi.

Ma'lumki, bugungi globallashtirilgan dunyoda tijorat banklari bir qancha sinovlarga duch kelmoqda, jumladan:

- tartibga soluvchi (markaziy bank) tomonidan kapital va likvidlikni oshirish, shuningdek, xatarlarni boshqarishga qo'yilayotgan qat'iy talablar;
- o'z ofisiga ega bo'lmagan, tor sohaga ixtisoslashgan va zamonaviy texnologiyalardan foydalanayotgan neobanklar tomonidan raqobat muhitining kuchayishi;
- bugungi kungacha an'anaviy banklar tomonidan amalga oshirilgan ba'zi bank operatsiyalarining (to'lov tizimi, iste'mol kreditlari, xalqaro va mahalliy pul o'tkazmalari) yuqori texnologiyali Fintech kompaniyalariga o'tib ketishi.

Bu holatlar banklarni an'anaviy bank xizmatlari bilan cheklanib qolmay, internet-magazin, oziq-ovqat yetkazib berish xizmati, dorixona, teletibbiyot, yuridik xizmat, konsalting xizmati, kiberhimoya, bulutli servislari, ko'chmas mulk tanlovi va taksi xizmati kabi xizmat turlarini iste'molchilarga taqdim qilishga undamoqda.

McKinsey kompaniyasining ma'lumotlariga ko'ra, o'zining ekotizimini 2027 yilgacha muvafaqiyatli rivojlantira olgan banklar kapital rentabelligi ko'rsatkichini ikki xonali songa ko'tarishga erisha oladi.

Fintech kompaniyalar raqobat muhitini kuchaytirgan holda an'anaviy banklarni raqamlashtirish jarayonini jadallashtirishga undaydi, aks holda, an'anaviy banklar o'z iste'molchilarini yo'qota boshlaydi.

Ma'lumki, bugungi kunda yurtimizda ikki jismoniy shaxs P2P to'lov usulida, ya'ni mobil ilovadan foydalangan holda o'z plastik kartasidan yoki elektrok "cho'ntagi" dan bir-biriga pul mablag'larini o'tkazishi va qabul qilishi mumkin. Bundan tashqari, B2C to'lov tizimi ham yo'lga qo'yilgan, ya'ni yuridik shaxslar o'zlarining mahsulot va xizmatlarini oxirgi iste'molchiga onlayn tarzda, real vaqt rejimida sotish imkoniyatiga ega.

Lekin ikki yuridik shaxs tomonidan bir-biriga pul mablag'larini ko'chirish imkonini beradigan, rivojlangan mamlakatlarda keng qo'llaniladigan B2B to'lov tizimini amaliyotga joriy

qilish O'zbekiston biznes muhiti uchun juda muhim ahamiyatga egadir. Chunki hozirgi kunda O'zbekistonda buxgalteriya hujjatlari 1S usulida tayyorlanib, internet-banking ilovasida to'lov amalga oshiriladi, so'ngra hisob-faktura qog'oz ko'rinishida, imzo qo'ygan shaxsning vakolatini tasdiqlovchi ishonchnoma bilan birga mahsulot yoki tovar yetkazib beruvchiga pochta/kur'yer orqali jo'natiladi.

Bank xizmatlari 3 toifaga, tovar, xizmat va maslahat (konsalting)ga bo'linadi, ya'ni bank Sizga plastik karta taklif qiladi, Siz bankka kelib kartani olasiz (tovar) yoki bankning o'zi Sizga kartani yetkazib beradi (xizmat ko'rsatadi), bundan tashqari, bank Sizga qaysi xizmatdan foydalanish Siz uchun ham qulay, ham foydali bo'lishi bo'yicha maslahat beradi. Bank xizmatlarining, Skinner nazariyasi bo'yicha 4-toifasi "sun'iy aql"ga asoslanadi.

Boshqacha qilib aytganda, Siz televizor olmoqchisiz, naqd to'lansa chegirma mavjud yoki chegirmasiz bo'lib-bo'lib to'lash sharti bilan olish imkoniyati bor, innovatsion texnologiyalar Sizning moliyaviy imkoniyatlaringizni o'rgangan holda, Siz uchun maqbul variantni tanlab beradi.

Ta'kidlash lozimki, "sun'iy aql" ishlab chiqarish quvvatining 40 foizga oshishiga olib kelishini jahon amaliyoti ko'rsatadi.

Fintech kompaniyalarining huquqiy maqomini "nobank kredit tashkiloti"ga o'zgartirish ularga aholining keng qatlamlariga qulay shartlarda onlayn kreditlar taqdim etish imkonini beradi. Bu moliya bozorida sog'lom raqobatning yanada kuchayishiga olib keladi.

O'zbekistonda qonunchiligidagi ko'chmas mulk va avtotransport vositasi garovining faqat yozma tartibda rasmiylashtirish to'g'risidagi talab mavjud, bu esa o'z navbatida, raqamli banklarni garov ta'minoti talab qilinmaydigan kredit turlarinigina iste'molchi larga taqdim qilish bilan cheklanishiga sabab bo'lmoqda.

Raqamli banklarda barcha hujjatlar elektron shaklda bo'lganligi sababli, iste'molchi lar soning ko'payishi bilan ular to'g'risidagi ma'lumotlarni ishonchli saqlash uchun yirik serverlarga ehtiyoj kuchayib bormoqda. Bugungi kunda dunyodagi kompaniyalarning 95 foizi ma'lumotlar bazasini moddiy ko'rinishga serverlardan ko'ra, sig'imi cheklanmagan «bulutli» (virtual) servislarda saqlashni afzal ko'radi. O'zbekistonda Respublikasi qonunchiligida 2021 yilning 1 apreldan fuqarolarning shaxsiy ma'lumotlarini respublika ichida joylashgan servislardagina saqlashga ruxsat berildi. Afsuski, Yandeks.Disk, Google Drive, Dropbox, GoogleDocs, Salesforce-CRM va ERP kabi jahonning yirik kompaniyalarining serverlari respublikamizdan tashqarida joylashgan. Bu kelajakda o'zimizning Uzcloud.uz FileCloud.uz kabi milliy «bulutli» servislarmizga bo'lgan talabning oshishiga olib keladi.

McKinsey konsalting tashkiloti hisobotiga ko'ra, dunyodagi banklarda xususiy kapital rentabelligi (ROE) bir joyda muqim turib qolgan, ya'ni oxirgi 10 yilda bu ko'rsatkich o'rtacha 8-10 foiz atrofida bo'lgan. Bu ko'rsatkich 2026 yilda borib 5,2-9,3 foiz oralig'ida bo'lishi taxmin qilinmoqda. Mazkur holat bank tizimining moliyaviy xizmatlar bilan cheklanib qolmay, ekotizim mexanizmini rivojlantirishga undamoqda. Bunda elektron tijorat onlayn platformalari banklarga o'z iste'molchi lari bilan yaqin aloqada bo'lib turish bilan birga ularning moliyaviy ahvoli, psixologik portreti, xohish-istaklarini aniqlash imkonini beradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 09.01.2018 yildagi PF-5296-sonli "O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining faoliyatini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoniga asosan, Markaziy bankka chakana xizmatlarga ixtisoslashgan "raqamli" banklar va bank bo'linmalarini tashkil etish, innovatsion bank texnologiyalaridan faol foydalangan holda masofaviy bank xizmatlari ko'rsatishni takomillashtirish maqsadida tanqidiy qayta ko'rib chiqilishini ta'minlash vazifasi qo'yildi. Shundan kelib chiqib, 2020 yilda Anorbank va TBC Bank raqamli banklari, 2021 yilda esa Bank Apelsin raqamli banki ro'yxatga olindi.

TBC bank, Anorbank va Bank Apelsin raqamli banklari o'z faoliyatini boshlashi bilan bir paytda boshqa tijorat banklari ham o'zlarining mobil ilovalari orqali taqdim etilayotgan bank

xizmatlari ko'lamini kengaytira boshladi. Bu esa tijorat banklari o'rtasida tom ma'noda raqabat yuzaga kelganligidan dalolat beradi.

Raqamlashtirishni rivojlantirishning huquqiy asosi ham takomillashtirilib borilmoqda, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi PF-6079-son "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni asosida iste'molchi larni masofadan turib identifikatsiya (liveness check) qilishga ruxsat berildi, natijada, bankka kelmasdan, hech qanday shartnomaga imzo chekmasdan turib, bank xizmatlari va mahsulotlaridan foydalanish imkoniyati yaratildi (O'zR PF,2020). Bank xizmatlarini raqamlashtirish pul aylanmalarining shaffofligini ta'minlash barobarida yashirin iqtisodiyotning barham topishiga, shuningdek, iqtisodiyotning jadal sur'atlarda o'sishiga xizmat qiladi. Shu bilan birga, raqamlashtirish yashirin iqtisodiyotni qisqartirish orqali soliq tushumlarini oshirish, pirovardida, qo'shimcha ish o'rinlari yaratish va yalpi ichki mahsulotning o'sishiga o'zining ijobiy ta'sirini ko'rsatadi.

O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining to'liq nazoratida bo'lgan qonuniy to'lov vositasi hisoblangan fiat pullar o'rnini raqamli valyutalar, xususan, kriptovalyutalar egallashi ehtimoli mavjud. Naqd valyutasiz jamiyat qurish bo'yicha davlatlar o'rtasida o'zaro raqobatlashish avj olgan. Bu jarayon tezkor va kam xarajatli transaktsiyalarni amalga oshirish uchun imkon yaratish bilan bir paytda taxallus ortiga bekingan tomonlarning noqonuniy faoliyatni moliyalashtirishda ishtirok etish xavfini kuchaytiradi. Bundan tashqari, raqamli valyutalardan hisob raqam ochmasdan turib foydalanish mumkin, shuningdek, ularning muomalasi, xususiylar yaratadigan kriptovalyutalardan farqli ravishda, markaziy banklar tomonidan aniq me'yor va qoidalar asosida tartibga solinadi.

Ilmiy va texnologik taraqqiyotni jadallashtirish, raqamli texnolo-giyalardan keng foydalanish, yangi texnologiyalarni izchil joriy etish hisobiga ishlab chiqarish tuzilmasining o'zgarishi bilan bog'liq holda jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan o'zgarishlar asnosida iqtisodiyotning barcha tarmoq va sohalarida ijobiy o'zgarishlar ko'zga tashlanmoqda (bugungi kunda raqamli iqtisodiyotning ulushi dunyo YaIMining 10 foizini tashkil etadi). Shu asnoda innovatsion taraqqiyotning turli vazifa va muammolarini hal etish borasidagi qarashlar va yondashuvlar ham o'zgarib bormoqda. Iqtisodiy taraqqiyotning hozirgi bosqichida – "raqamli iqtisodiyot" kontseptsiyasi vujudga keldi, mazkur kontseptsiyaning asosini katta hajmdagi axborotlarni qayta ishlash va xizmat ko'rsatish sohasini (onlayn xizmatlar, elektron to'lovlar va boshqalar) rivojlantirish imkonini beruvchi raqamli va kompyuter texnologiyalarini rivojlantirish va ularni jamiyat hayotining barcha sohalariga izchil joriy etish bilan bog'liq bo'lgan inson faoliyatini tashkil etishning o'ziga shakl va usullari tashkil etadi. Mamlakatimiz iqtisodiyotiga "raqamli texnologiyalar"ni joriy etish bugungi kunda o'zining potentsial imkoniyatlarini kengaytirish jarayonida bo'lgani holda, texnik baza, dasturiy ta'minotning nomukammalligi, aholi kompyuter savodxonlik darajasining pastligi, raqamli texnologiyalar sohasini tartibga solish borasida qonunchilik bazasining bugungi kun talablariga javob bera olmasligi kabi omillar kompyuter texnologiya-larini keng joriy etish va biznes muhitiga yangi "raqamli texnologiyalar" ni integratsiyalashuviga to'sqinlik qilmoqda.

Mamlakatimiz iqtisodiyotiga "raqamli texnologiyalar"ni joriy etish bugungi kunda o'zining potentsial imkoniyatlarini kengaytirish jarayonida bo'lgani holda, texnik baza, dasturiy ta'minotning nomukammalligi, aholi kompyuter savodxonlik darajasining pastligi, raqamli texnologiyalar sohasini tartibga solish borasida qonunchilik bazasining bugungi kun talablariga javob bera olmasligi kabi omillar kompyuter texnologiya-larini keng joriy etish va biznes muhitiga yangi "raqamli texnologiyalar" ni integratsiyalashuviga to'sqinlik qilmoqda.

Raqamli iqtisodiyotning yana boshqa bir xizmatlari, shu jumladan, big data, sun'iy intellekt, mashina vositasida ta'lim berish, kraudsorsing, kraudfanding, blokcheyn va bulutli texnologiyalar ham kelajak iqtisodiyotida va korporativ boshqaruvda hal qiluvchi ahamiyat kasb etishini hayotning rivojlanish tendentsiyalari yaqqol ko'rsatib turibdi (Abduvoxidov, 2021).

Moliya sektorini raqamlashtirish zamonaviy jahon iqtisodiyoti rivojlanishining ajralmas xususiyatidir. Moliya bozori sub'yektlari muvaffaqiyatli va raqobatbardosh bo'lishlari uchun ilg'or texnologiyalarni joriy qilishda global tendentsiyalarga rioya qilish va "raqamli" bo'lishi zarur. Ushbu vazifani bajarish an'anaviy dunyo biznes modellarini zamonaviy dunyo muammolariga javob beradigan tarzda o'zgartirishga olib keladi. Kredit tashkilotlari, sug'urta kompaniyalari va boshqa insti-tutsional investorlar raqamli texnologiyalar ta'sirida o'z faoliyatini takomillashtirish bo'yicha muhim o'zgarishlarni amalga oshirmoqdalar (Abduvoxidov, 2021).

Bank sektorini raqamlashtirish murakkab va ko'p qirrali jarayondir. Ammo uning yakuniy maqsadi aniq va sodda - ya'ni mijozlar va banklarning o'zlari uchun resurslarni (vaqt va pulni) tejashdan iboratdir.

Bankni raqamlashtirish iste'molchiga qanday navb beradi:

- iste'molchi bank xizmatlaridan istalgan vaqtda va istalgan kanallar: bank ofisi, koll-markaz, videoa aloqa, bankomat, mobil va Internet-banking, chat-botlar ijtimoiy tarmoqlar va messenjerlar orqali foydalanishi mumkin bo'ladi;

- mijozning bank ofisiga kelishiga hojat qolmaydi, ular masofadan turib har qanday xizmatni olishlari mumkin: o'z uyiga yetkazib berish sharti bilan kartani ochish, kreditni rasmiylashtirish, omonat ochish va boshqalar;

- xizmatlar shaxsiylashtiriladi. Katta ma'lumotlar tufayli banklar mijozlar haqida juda ko'p ma'lumotlarga ega bo'ladilar, bu esa turli rasmiyatchiliklarga barham beradi.

Bugungi kunda Markaziy bank tomonidan milliy to'lov tizimini rivojlantirish va moliyaviy xizmatlar ommabopligini oshirish yo'nalishidagi ishlar doirasida bank biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va xizmatlarni raqamli kanallar orqali ko'rsatilishiga alohida e'tibor qara-tilmoqda. Moliya sohasini raqamlashtirishni zamonaviy jamiyat taraqqiyotining evolyutsion bosqichi sifatida tahlil qilib, uning shakllanishining asosiy bosqichlarini ko'rib chiqish kerak. Shuni ta'kidlash kerakki, ushbu jarayonning asosini moliyaviy texnologiyalar sohasidagi moliyaviy munosabatlar sohasidagi yutuqlarni faol joriy etish tashkil etadi.

Moliyaviy texnologiyalar - bu moliyaviy xizmatlar va texnologiya sohalari kesishmasidagi dinamik segment bo'lib, unda bozor texnologik startaplari va yangi ishtirokchilari hozirgi davrda an'anaviy moliyaviy xizmatlar sektorlar xizmat va mahsulotlariga innovatsion yondashuvni qo'llashadi.

Raqamli texnologiyalarni joriy etish iqtisodiyotning barcha tarmoqlari biznes strategiyasini tubdan o'zgartirishni talab qiladi. Innovatsion yechimlarni qo'llashning yuqori samaradorligi moliya sektorini bozorda o'z mavqeini mustahkamlash uchun ham, mijozlar va bozor ishtirokchilari bilan o'zaro ta'sir darajasini oshirish uchun ham o'zgarishga majbur qiladi.

Kredit tashkilotlari quyidagi talablarga javob beradigan moliyaviy yuqori texnologiyali korporatsiyalarga aylanishga intilmoqda:

- mijozlarga moliyaviy texnologiyalar ekotizimi doirasida keng qamrovli xizmatlar to'plamini taqdim etish;
- axborot shaffofligini oshirish, moliya bozoridagi vositachilikni yo'q qilishga yordam berish;
- real vaqt rejimida ishlash va xavfsizlikni ta'minlash maqsadida amalga oshirilayotgan raqamli yechimlarni doimiy ravishda takomillashtirish va boshqalar.

Xulosa va takliflar.

Tadqiqotni amalga oshirish jarayonida tijorat banklari tomonidan tadbirkorlik sub'yektlarini kreditlash amaliyotini takomillashtirish bo'yicha quyidagi xulosalar shakllantirildi:

1. Tijorat banklari faoliyatiga tadbirkorlik sub'yektlarining bankni kreditlash amaliyotidan mamnunlik ko'rsatkichi va ularning bankni kreditlash amaliyotidagi kamchiliklar ko'rsatkichini qo'llash orqali bankning kreditlash amaliyoti samaradorligini oshirish maqsadga

muvofiqligi quyidagilar bilan izohlanadi:

bankning kreditlash samadorligini o'lchash va baholash orqali kredit bo'limi xodimlari faoliyati baholanadi, tadbirkorlik sub'yektlarini jalb qilish va ularni saqlab qolish darajasi o'lchanadi;

tadbirkorlik sub'yektlarining tajribasini oshirish va o'zaro bilim almashishga erishiladi, bank mijozlarini soni ortishiga olib keladi. Natijada, bank daromadini oshirish imkoniyati yaratiladi.

2. Tijorat banklari tomonidan tadbirkorlik sub'yektlarini kreditlash amaliyotini takomillashtirish borasida ilg'or xorij tajribasini o'rganish va umumlashtirish natijalari ko'rsatdiki:

AQSh tijorat banklari tomonidan tadbirkorlik sub'yektlarini kreditlash amaliyotidagi mavjud bo'lgan kafolat berish tajribasi, ularning kreditlash amaliyoti takomillashganligidan dalolat beradi;

Bangladesh davlati banklarida kreditlash amaliyoti mijozlarni bir xil imkoniyatga ega bo'lgan guruhlar bo'yicha ajratib, alohida bank xizmatlarini ko'rsatish va kredit berish amaliyoti takomillashgan;

Islom bank-moliya kreditlash amaliyotini mamlakatga tatbiq qilinishi, tadbirkorlik sub'yektlariga o'z faoliyatlarini nafaqat amaldagi qonunchilik doirasida, balki o'z dinlari talablariga muvofiq tarzda – halol yo'llar bilan amalga oshirish mumkinligidan dalolat beradi.

3. Tijorat banklari tomonidan ajratilgan kredit qo'yilmalarida davlat ulushi mavjud banklar salmog'ini kamaytirish zarur.

Buning uchun Yaponiyaning kreditlash amaliyotini quyidagi tajribalarini taklif etamiz birinchidan, davlat dasturlarini amalga oshirish uchun maxsus davlat tijorat bankini tashkil etish; ikkinchidan, davlat ulushi mavjud tijorat banklarida davlatning ulushini keskin kamaytirish va to'liq sotish kerak.

4. Mahalliy bank amaliyotida innovatsion onlayn kreditlash xizmatlarini yo'lga qo'yish zarur.

Rivojlangan davlatlar bank amaliyotida kreditlash amaliyoti onlayn tarzda keng qo'llanib kelinmoqda. Bu xizmat turini takomillashtirishda internet tezligi va sifatini yaxshilash, tadbirkorlik sub'yektlarining kompyuter savodxonligini oshirish lozim. Chunonchi, innovatsion onlayn kreditlash tadbirkorlik sub'yektlarini ko'p kuch va vaqt sarflamasdan kreditlash amaliyotiga bo'lgan talabini qondirish bilan ifodalash mumkin.

5. Tijorat banklari tomonidan tadbirkorlik sub'yektlarini kreditlash samaradorligini oshirish maqsadga muvofiqligi quyidagilar bilan izohlanadi:

tadbirkorlik sub'yektlariga kredit liniyasini ochish orqali beriladigan mablag'larni talab va taklif asosida shakllantirish lozim;

kreditning umumiy miqdoriga tadbirkorlik sub'yektining garov ta'minotini rasmiylashtirish bilan bog'liq xarajatlarni hisobga olish kerak;

biznes-rejani tadbirkorlik sub'yektining faoliyatidan kelib chiqqan holda rasmiylashtirish lozim;

bosh bank tomonidan tijorat banklari filiallariga kredit limitini belgilashda kredit miqdorini erkinlashtirish lozim;

xorijiy valyutada ajratilgan kreditning xorijiy valyutada qoplanishi va kredit muddati o'rtasidagi o'zaro mutanosiblikni hisobga olish muhim.

Amalga oshirilgan tadqiqotlar bo'yicha tijorat banklarining rivojlanish strategiyasini takomillashtirishga qaratilgan quyidagi takliflarni ishlab chiqishga muvaffaq bo'ldik:

1. Tijorat banklari strategiyasini amalga oshirish muddatini qisqartirish. O'rganishlar asosida ushbu muddatni o'rtacha uch yil deb hisoblashni taklif etamiz, chunki bu muddat rivojlanish strategiyaga muvofiq, bank faoliyatini amalga oshirish riskini kamaytirishga yordam beradi, shu bilan birga strategiyaning har yili mamlakat bank tizimiga oid yuzaga keladigan o'zgarishlar yoki yangiliklarga moslashuvchanligini oshiradi. Fikrimizcha, tavsiya

qilingan uch yilga mo'ljallangan faoliyat parametrlarini ishlab chiqish tijorat banklarining daromadli tijorat tashkiloti sifatida uzoq muddatli faoliyat ko'rsatishini, uning barqarorligini mustahkamlash, raqobatbardoshligini oshirish va rejalashtirgan risklarni boshqarish tizimining ishonchligini ta'minlash asosida izchil rivojlanishini ta'minlashga yordam beradi.

2. Bank faoliyat yo'nalishlarini yirik guruhlariga ajratish hamda ularni alohida belgilangan vazifalar orqali ochib berish. Fikrimizcha, faoliyat yo'nalishlari sonini quyidagi uchta yirik guruhga bo'lishi tavsiya etiladi:

- mijozlarning sodiqligini rivojlantirish. Bunga bank xizmatlarni yaxshilash orqali yangi mijozlarni jalb qilish, raqamli bank xizmatlarni rivojlantirish orqali barcha turdagi mijozlar uchun bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyatini oshirish orqali erishiladi;

- yangi ofislar, bankomatlar, terminallar ochish orqali faoliyat ko'lamini kengaytirish;

- texnologik ta'minotni rivojlantirish. Bu o'z navbatida masofadan turib xizmat ko'rsatish qulayligini yaxshilash, qog'ozsiz ish oqimi ko'lamini oshirish orqali ta'minladi.

Tavsiya etilayotgan ushbu chora-tadbirlarni amalga oshirish strategiyani sodda va tushunarli bo'lishiga, ishlarni esa ixchamlashtirilishiga yordam beradi, shuningdek bank faoliyatning asosiy ustuvor yo'nalishlarini ochib beradi.

3. Bank faoliyatini amalga oshirish yo'nalishini aniqlab olish (yoki universalizatsiya yoki spetsifikatsiya). Tijorat banki tanlangan faoliyat yo'nalishiga qarab, bitta asosiy maqsad (masalan, qishloq xo'jaligiga yo'naltirilgan o'ziga xoslik yoki mijozlarga barcha bank xizmatlarini ko'rsatishda universalizatsiya)ga e'tibor qaratish mumkin bo'ladi.

Agrobank ATB barcha turdagi bank xizmatlarini ko'rsatadigan universal tijorat banki bo'lishiga qaramay, u Respublika qishloq xo'jaligi korxonalarini moliyalashtirishda etakchi o'rinni egallaydi, shuningdek davlatning mazkur bankka bo'lgan kuchli ta'siri bilan ajralib turadi. Qishloq xo'jaligi korxonalarini kreditlashga yo'naltirilganligi bankning mamlakatimiz iqtisodiyoti uchun muhim ahamiyatiga ega ekanligi bilan birgalikda, barcha turdagi mijozlarga o'z vaqtida va yuqori darajada teng sharoitlarda moliyaviy xizmatlarni taqdim etish imkonini beradi.

4. Bankning rivojlanish strategiyasiga texnologik rivojlantirish va mijozlarni ko'paytirish yo'nalishlarini kiritish. Mijozlar bazasini ko'paytirish uchun bankning xizmat ko'rsatishida ipoteka va iste'mol kreditlalariga ustuvorlik belgilanishi kerak. Texnologik rivojlanish darajasini oshirish uchun esa yangi bank texnologiyalarini joriy etish bo'yicha ishlarni faol davom ettirish zarur. Texnologiya bozori mijozlarning ehtiyojlariga moslashtirilishi mumkin bo'lgan ko'plab foydali yechimlarni taklif etadi.

Taklif etilayotgan ushbu tavsiyalar tijorat banklari faoliyatini amalga oshirishga hamda uning moliyaviy natijalarini yaxshilashga ijobiy ta'sir ko'rsatadigan rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishga o'zining ijobiy ta'sirini ko'rsatadi. Ushbu tavsiyalar o'z navbatida nafaqat jismoniy shaxslarga kredit berish hajmini oshirishga yordam beradi, balki yangi mijozlarni (ham jismoniy, ham yuridik shaxslarni) jalb qilishga, bank mijozlarining sodiqligini oshirishga, shuningdek bankning xalqaro va milliy reytinglardagi ko'rsatkichlari bo'yicha barqaror o'ringa erishishga yordam beradi.

Adabiyotlar/Jumepamypa/References:

Abdovohidov A.A. (2021) Islohotlarning hozirgi bosqichida tadbirkorlikni rivojlantirish aholi farovonligini oshirishning muhim asosi sifatida. Barqarorlik va yetakchi tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 1(6), pp. 388–399.

Abdovohidov A.A. et al. (2021) O'zbekistonda bank tizimini raqamlashtirish masalalari. Innovatsii v ekonomike, 4(2).

Aliqoriyev O.F. (2011) Tijorat banklarida moliyaviy xizmat turlarini rivojlantirish yo'nalishlari. PhD dissertation abstract. Toshkent.

Avezov M.K. (2022) Raqamli bank xizmatlari va uning afzalliklari. Scientific Progress, 3(2), pp. 808–814.

- Gulchehra N. (2020) Tijorat banklarining investitsion faoliyati va uni shakllantirish mexanizmlari. *Markaz nauchnykh publikatsiy (buxdu.uz)*, 1(1).
- Hodgman D.R. (1961) *The deposit relationship and commercial bank investment behavior. Review of Economics and Statistics*, pp. 257–268.
- King B. (2012) *Bank 2.0: How consumer behaviour and technology will change the future of financial services*. Moscow: Olympus Business.
- Kozlova S.Yu. (2012) *Dezintermediatsiya v bankovskom sektore: sushchnost' i osobennosti proyavleniya. Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 2, pp. 325–328.
- Mahmudov S.B. (2020) *Investitsiyalarni moliyalashtirishda investitsion muhitni takomillashtirish. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*, 4.
- Mazikova E.V. and Yumanova N.N. (2015) *Investitsii bankov v tsennye bumagi: sushchnostnyy aspekt i tendentsii razvitiya v sovremennykh usloviyakh. Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, 6(42), pp. 185–202.
- Norov A. (2020) *Innovatsion loyihalarni moliyalashtirishda tijorat banklarining rolini oshirish. Ekonomika i innovatsionnye tekhnologii*, 2, pp. 1–7.
- Nurjannah S. (2023) *Digital transformation in the banking industry: challenges and opportunities. International Journal of Accounting, Management and Economics*, 1(1).
- Panshin B. (2019) *Tsifrovaya ekonomika: ponyatiya i napravleniya razvitiya. Nauka i innovatsii*, 3(193), pp. 48–55.
- Rashidov F. (2024) *Tijorat banklarining investitsiya faoliyati hamda portfel investitsiyalarining iqtisodiy ahamiyati. Journal of Fundamental Studies*, 2(2), pp. 3–10. Available at: <https://imfaktor.com/index.php/jofs/article/view/992>
- Ro'ziev N. (2022) *Tijorat banklari faoliyatini transformatsiya qilishda raqamlashtirish va raqamli texnologiyalarning tutgan o'rni. Iqtisodiyot va ta'lim*, 4, pp. 60–73.
- Temirov A. (2024) *O'zbekiston Respublikasi tijorat banklarida rivojlantirish strategiyasini takomillashtirish masalalari. Iqtisodiyot va ta'lim*, 25(1), pp. 64–73.
- Umarova M. (2020) *O'zbekistonda bank infratuzilmasini rivojlantirish istiqbollari. PhD dissertation*. Toshkent.
- van Vliet P. and Lohre H. (2023) *The golden rule of investing. SSRN*.
- Vasileva T.A. (2018) *Kontseptsiya Bank 3.0: Global'nye tendentsii i posledstviya. Open Journal Systems*. Available at: <http://fkd.org.ua/artisle/view/107714/105099>
- Xudoyorov O.O. and G'ozorov Sh.O. (2023) *Mamlakatning iqtisodiy rivojida tijorat banklari investitsion kreditlarining o'rni. World Scientific Research Journal*, 12(2), pp. 254–262.