



# International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies

*International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies is a double-blind peer-reviewed, open-access journal published to reach excellence on the scope. It considers scholarly, research-based articles on all aspects of economics, finance and accounting. As an international congress aimed at facilitating the global exchange of education theory, contributions from different educational systems and cultures are encouraged. It aims to provide a forum for all researchers, educators, educational policy-makers and planners to exchange invaluable ideas and resources.*

## Raqamli Bankni Rivojlantirish Istiqbollari

**Do‘stmurodova Sarvinoz**

TDIU Samarqand filiali, “Moliya, soliq va bank ishi” kafedrasida assistenti

### Annotatsiya

Maqolada O‘zbekistonda raqamli bank rivojlantirish muammolari o‘rganilgan va aniq takliflar berilgan.

**Kalit so‘zlar:** raqamli bank, onlayn taxlil, masofaviy bank maxsuloti.

Taraqqiyot iste‘mol bozorini ham keskin o‘zgarishiga sabab bo‘ladi. Iste‘molchilarning istak va xoxishlari ham zamonda paydo bo‘layotgan tendensiyalarga xos bo‘lib bormoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida ta‘kidlanganidek, “taraqqiyotga erishish uchun raqamli bilimlar va zamonaviy axborot texnologiyalarini egallashimiz zarur va shart. Bu bizga yuksalishning eng qisqa yo‘lidan borish imkoniyatini beradi. Zero, bugun dunyoda barcha sohalarga axborot texnologiyalari chuqur kirib bormoqda. Albatta, raqamli iqtisodiyotni shakllantirish kerakli infratuzilma, ko‘p mablag‘ va mehnat resurslarini talab etishini juda yaxshi bilamiz. Biroq, qanchalik qiyin bo‘lmasin, bu ishga bugun kirishmasak, ertaga juda kech bo‘ladi. Shu bois, raqamli iqtisodiyotga faol o‘tish – kelgusi 5 yildagi eng ustuvor vazifalarimizdan biri bo‘ladi.

Raqamli texnologiyalar nafaqat mahsulot va xizmatlar sifatini oshiradi, ortiqcha xarajatlarni kamaytiradi”. Prezident ta‘kidlaganidek bank tizimi raqamli texnologiyalarni qo‘llash, yangi bank mahsulotlarini joriy etish va dasturiy ta‘minotlar bo‘yicha zamon talablaridan 10-15 yil orqada qolmoqda. 2020 yildan boshlab har bir bankda keng ko‘lamli transformatsiya dasturlari amalga oshirilmoqda. Bu borada banklarimizning kapital, resurs bazasi va daromadlarini oshirishga alohida e‘tibor berilmoqda.

Xizmat ko‘rsatish va sotish bozori o‘zgarish bilan birgalikda, bank sektori ham o‘zgarib bormoqda. Umumiy olib qaraganda – bozor virtual olamga transformatsiya bo‘lish jarayonida. Banklarni rivojlanish tarixiga e‘tibor beradigan bo‘lsak, dastlab banklar faqat o‘z filiallari orqali xizmat ko‘rsatishni tashkil etgan bo‘lsa, keyinchalik:

- 1970 yillarda bankomatlar ixtiro qilindi.
- 1980 yillarda banklarda koll - sentr orqali xizmat ko‘rsatish joriy qilindi.
- 1990 yillarda internet banking va 2000 yillarga kelib esa bank tizimiga internet va mobil texnologiyalar kirib keldi. Elektron tijorat rivojlana boshladi.

- 2010 yildan boshlab Yevropa va AKShda an'anaviy banklarni rakamli bankga tranformatsiyasi boshlandi. Natijada banklar o'z filiallarini qisqartira boshladi.

Raqamli bank – Bank biznesidagi yangi model. Internet texnologiyalarga asoslangan xolda masofadan bank xizmatlarini mijozlarga yetkazib berish tushuniladi.

**Raqamli bankka o'tish - bank bozorida raqobatdosh bo'lish va samaraga erishish uchun quydagilar talab etiladi:**

**Mijoz uchun ishlash**

- ✓ Mijoz to'g'risida barcha ma'lumotlarga ega bo'lish (“zolotaya zapis”)
- ✓ Mijoz xarakterlarini va tarixini taxlil qilish
- ✓ O'z fokusini yuqori texnologiyalarga yo'naltirish

**Raqamli xizmatlarni ko'rsatish:**

- ✓ “Qiyin” maxsulotlar bo'yicha yagona darcha
- ✓ Tovar va xizmatlar uchun Marketpleys
- ✓ Robotizatsiyani joriy etish

**Ofislarda xizmat ko'rsatishdan raqamli kanallarga o'tish**

- ✓ Sayt va mobil ilovalar
- ✓ Talablarni oldindan bila olish
- ✓ Bir nechta turli xil tizimlarni, xizmat kanallarini yoki kommunikatsiyalarni yagona oyna (darchada, xavola, tugmacha) orqali taqdim etish (Omnikanalnost) prinsiplarini joriy etish

**Onlayn taxlil va o'zini o'zi o'qituvchi texnologiyalarni (iskusstvennyy intellekt) joriy etish**

- ✓ Neyron tizimlardan foydalanish
- ✓ Ochiq ma'lumotlar bazalaridan foydalanish
- ✓ Big Data taxlili asosida prognozlashtirish

Ijtimoiy tarmoqlarda aktiv pozitsiyaga ega bo'lish, raqamli marketing instrumentlaridan faol foydalanish – raqamli bankning xarakterlantiruvchi vositasi hisoblanadi. Chunki raqamli bankning asosiy iste'molchilari internet tarmog'ini faol foydalanuvchilaridir.

**Ijtimoiy tarmoqlarning raqamli bankni rivojlantirishdagi ahamiyati quydagilardan iborat:**

1. Bank maxsulotlari va xizmatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni tez tarqalishiga olib keladi;
2. Bankning moliyaviy maslaxatchi sifatida roli ortib boradi;
3. Axolining moliyaviy savodxonligini tez rivojlanadi;
4. Ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilar o'rtasida o'zaro taklif va tavsiyalarga ishonch ortib boradi;
5. Ijtimoiy tarmoqda bank foydalanuvchilar bilan xamkorlikda hech qanday korrupsiyasiz muloqot qilish maydoni yuzaga keladi. Ular bilan faqat sotish emas balki taklif va tavsiyalarga asoslangan munosabat o'rnatiladi. Buning natijasida foydalanuvchilar – potensial mijozlar o'rtasida bankga nisbatan ishonch paydo bo'ladi, bank promoutorlari soni ortadi.

Raqamli texnologiyalar davrida mijozlarni jalb qilish va bank imidjini oshirishning eng samarali vositasi – bu bankning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligini oshirish va rivojlantirishidir.

**O'zbekistonda raqamli bank joriy qilishdagi muammolar:**

1. Jismoniy shaxslar va YaTTlar uchun yagona identifikatsiya tizimining mavjud emasligi;

2. Bank maxsulot va xizmatlarini masofadan sotish imkonini berishga to‘skinlik kiluvchi normativ hujjatlarning mavjudligi;
3. Biznes jarayonlarning to‘liq avtomatlashmaganligi;
4. Skoring tizimining mavjud emasligi;
5. Majburiy tashqi tizimlar (NIKI, garov reesti va boshqalar) bilan integratsiya yo‘lga qo‘yilmaganligi;
6. YeOPS bilan ma‘lumotlar almashishdagi muammolar.

**Raqamli bankingni joriy qilishda amalga oshirish lozim bo‘lgan ishlar:**

1. Chakana bank maxsulot va xizmatlarini standartlashtirish. Barcha xududlarda yagona tarif siyosatini yuritish.
2. Bankni ijtimoiy tarmoqlardagi faolligini oshirish.
3. Internet marketing (SMM) komandasini tashkil qilish.
4. Bank saytida belgilangan maxsulot va xizmatlar uchun onlayn zayavkalarni amaliyotga joriy qilish.
5. Masofadan bank maxsulotlarini sotish va rivojlantirish komandasini tashkil qilish.
6. Mijozlarni segmentlarga ajratish va xizmat ko‘rsatish modelini ishlab chiqish.
7. Masofaviy sotish kanallari: veb-sayt, mobil banking, ijtimoiy tarmoqlar, koll sentr funksionallarini qayta ko‘rib chiqish va rivojlantirish. CRM bilan integratsiya qilish.
8. Masofadan bank xizmatlarini ko‘rsatish tizimlari (mobil va internet banking) tizimlarini takomillashtirish.

**Adabiyotlar:**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “2022 -2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60 sonli Farmoni.
2. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2017. - 488 b.
3. Matkulieva, S., Atabaeva, K. Rol sifrovых bankovskix uslug v razviti i otrasley i otrasley ekonomiki. Scientific progress, 3(2), 360-363.
4. Kuchkarov, Sh., Sherov, A. B. Semeynoe predprenimatelstvo i yego effektivnost. Barqarorlik va Yetakchi Tadqiqotlar onlayn ilmiy jurnali, 2(1), 154-157.
5. R.H. Ayupov. Raqamli iqtisodiyot va elektron tijoratda yangi texnologiyalar. O‘quv qo‘llanma. Toshkent: Nizomiy nomidagi TDPU, 2020, 554 bet.