

## RAQAMLI TRANSFORMATIYA JARAYONIDA CHAKANA BANK XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING ILG'OR XORIJ TAJRIBASI

**Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich**

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Bank ishi va investitsiyalar kafedrası  
professori, iqtisodiyot fanlari doktori*

**Asqarov Sarvar Anvar o'g'li**

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tayanch doktoranti*

**Annotatsiya:** Maqolada chakana bank xizmatlarini raqamli transformatsiya qilish, raqamli banklarda xizmat ko'rsatish kanallari, chakana kredit turlari va hajmi bo'yicha statistik ma'lumotlar tahlili hamda chakana bank xizmatlarini rivojlantirishning rivojlangan davlatlar tajribasi yoritilgan. Ilmiy maqolani tayyorlash jarayonida ma'lumotlarni qiyoslash, ma'lumotlarni guruhlash, ekspert baholash usullaridan unumli foydalanildi hamda raqamli transformatsiya jarayonida chakana bank xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha mualliflar xulosa va takliflari keltirilgan.

**Kalit so'zlar:** *bank filiallari, 24/7 smart ofislar, veb-saytlar, mobil ilova, FinTech, chakana bank xizmatlari, chakana kredit.*

**Аннотация:** В статье освещены цифровая трансформация розничных банковских услуг, каналы обслуживания в цифровых банках, анализ статистических данных о видах и объемах розничных кредитов, а также опыт развитых стран в развитии розничных банковских услуг. В процессе подготовки научной статьи были эффективно использованы методы сравнения данных, группировки данных и экспертной оценки, а также представлены выводы и предложения авторов по развитию розничного банковского обслуживания в процессе цифровой трансформации.

**Ключевые слова:** *филиала банка, 24/7 смарт-офисы, веб-сайты, мобильное приложение, FinTech, розничные банковские услуги, розничный кредит.*

**Abstract:** The article covers the digital transformation of retail banking services, service channels in digital banks, analysis of statistical data on the types and volume of retail loans, and the experience of developed countries in the development of retail banking services. In the process of preparing the scientific article, the methods of data comparison, data grouping, and expert evaluation were effectively used, and the authors' conclusions and suggestions on the development of retail banking services in the process of digital transformation were presented.

**Key words:** *bank branches, 24/7 smart offices, websites, mobile app, FinTech, retail banking, retail credit.*

## **Kirish**

Jahonda so‘nggi yillarda bank sanoati yangi texnologiyalar, mahsulotlar va hamkorliklar bilan takomillashtirilgan raqamli bank tajribasini mijozlariga taqdim etmoqda. Bank sanoati raqamli transformatsiya imkoniyatlari va noaniq iqtisodiy voqeliklarga yechim topishga ko‘plab investitsiyalar kiritmoqda. Garchi bank sanoati muqobil raqamli bank provayderlari bilan raqobatlashish va tobora talabchan iste‘molchi ehtiyojlarini qondirish uchun nima kerakligini tushunayotgandek tuyulsa-da, to‘lig‘icha bank xizmatlarini raqamlashtirishdan cho‘chimoqda. Ko‘pincha an‘anaviy banklar xavfdan qo‘rqish yoki xarajatlarni kamaytirishga xizmat qiladigan raqamli bank xizmatlarni joriy qilishda suskashliklarga yo‘l qo‘ymoqda. Tarixan, banklar qamrov va brend kuchini kengaytirish uchun filiallar tarmog‘ini kengaytirish orqali amalga oshirmoqda. Biroq, pandemiya davrida kontaktsiz xizmatlarga talabning oshganligi sababli raqamli xizmat ko‘rsatish eksponent ravishda oshdi va raqamli FinTech firmalar mijozlar va bank xodimlariga qulaylik va xavfsizlikni taklif qilish orqali yuqoriga ko‘tarildi.

Avvallari tijorat banklari asosan, muhim mijoz sifatida qaragan yuridik shaxslarga korporativ xizmatlar ko‘rsatishga yo‘naltirilgan edi. Bugungi kunda esa banklar korporativ xizmatlar bozorida ancha to‘yingan. Chakana bank xizmatlarini ko‘rsatish bozori esa, shakllanish jarayonida bo‘lib, mutaxassislarning fikricha bu bozor katta o‘shish salohiyatiga ega, zero, statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, aholining 50-60% foizi bank xizmatlaridan deyarli foydalanmaydilar. Bizning fikrimizcha, chakana bank xizmatlarini rivojlantirishda chakana banking<sup>1</sup> tizimi rivojlangan yetakchi davlatlar tajribasidan foydalanish lozim.

## **Mavzu yuzasidan adabiyotlar tahlili**

Turli sanoat tarmoqlari mahsulotlarni sotish uchun turli-tuman strategiya va yondashuvlarini ishlab chiqqan bo‘lishiga qaramay, mahsulotlarni sotishda shaxsiy yondashuvning ahamiyati hali ham yuqori bo‘lib qolmoqda. Shubhasiz, mahsulotlarni sotishda shaxsiy yondashuv ikki tomonlama aloqani talab qiladi, bu banklar misolida boshqa shaxsni ishontirishga tegishli choralarni ko‘rishga qaratilgan shaxsiy yondashuv o‘z ichiga oladi [1]. Mahsulotlarni sotishdan keyingi mamnuniyatlikni e‘tiborsiz qoldirib bo‘lmaydi. U har doim uzoq va foydali munosabatlarni o‘rnatish uchun asos bo‘lib xizmat qiladi [2].

Mahsulotlarni sotishda shaxsiy yondashuvni qo‘llab-quvvatlashda

---

<sup>1</sup> *Розничный банкинг* — это спектр банковских услуг, которые позволяют клиенту управлять его денежными средствами дистанционно при помощи различных информационных технологий.

marketingning ahamiyati iste'molchilarni xizmatlardan qoniqishi va idrokini aniqlaydigan parametrlarga bog'liq [3]. Ko'pgina xalqaro banklar ham marketing xizmati bilan ham bank mahsulotlarini oson sotish yo'li yo'qligini ko'rish mumkin. Chunki standartlashtirish har doim turli xil me'yoriy doiralar, madaniyatlar, tillar va ijtimoiy tushunchalarga bo'ysunadi.

Banklar tomonidan ishlab chiqarilgan xizmatlar, albatta, daromadga yo'naltirilgan, ammo bir vaqtning o'zida mijozlar talabidan kelib chiqib xizmatlar ko'rsatish kerak. 1970-yillardan boshlab, banklar tomonidan mijozlar talablarini qondirish uchun bank texnologiyalari va dasturiy ta'minotlar ishlab chiqarish keng ommalashdi.

Dastavval, chakana bank xizmati yoki "retail" so'zining ma'nosi anglashdan boshlasak. "retail" so'zi ko'pgina xorijiy tillarda turlicha talqin etiladi. "Retailing" termini ingliz tilida "chakana savdo" ma'nosini anglatrsa, "retailer" so'zi fransuz tilida "biron-bir narsani bo'laklarga bo'lish" degan ma'noni bildiradi [4]. Ya'ni iqtisodchi olim D.Gilbertning fikricha, chakana savdo bilan shug'ullanuvchi shaxs yirik hajmdagi tovarlarni olib ularni "individual iste'molchilarga sotish maqsadida kichik miqdorlarga taqsimlaydi" [5]. Bu bilan chakana savdoni ko'p marta takrorlanadigan mayda savdo sifatida tasniflaydi. Shu bilan tovar va xizmatlarning chakana savdosi yakuniy iste'molchilar uchun mo'ljallangan deb ifodalaydi [5].

### **Tahlil va natijalar**

Aksariyat banklarda strukturaviy qiyinchiliklar mijozlarni jalb qilish va ular bilan munosabatlarni rivojlantirish uchun raqamli ma'lumotlarga asoslangan tahlillarni talab etadi. Capgemini Research Institute for Financial Services Analysis so'rovnomasiga asosan eski tizimlar va eskirgan asosiy bank modullari ma'lumotlar va mijozlarga yo'naltirilgan o'sish strategiyalarini optimallashtirish harakatlariga 95% to'sqinlik qilishga ta'siri, ma'lumotlarning kam raqamlashganligi esa mijozlarning hayotdagi ishlarini yaxshilashga 80% xalaqit berishi ma'lum bo'ldi.

Banklar katta va xilma-xil miqdordagi mijozlar ma'lumotlariga ega "Big Data", moliyaviy ma'lumotlar, ijtimoiy media ma'lumotlar, turmush tarzi ma'lumotlar, xulq-atvor ma'lumotlar va boshqa ma'lumotlarni birlashtiradigan ma'lumotlar bazasini yaratishga FinTech rahbarlarining 73 foizi xohish bildirgan. Ularning 80 foizi ma'lumotlarning ishonchliligidan tashvishlangan, 70 foizi esa ma'lumotlar yetishmasligini aytgan, 43 foizi ma'lumotlarning o'chib ketishidan tashvishda ekanligi ma'lum bo'ldi.

2023 yilda jahonda kuzatilishi kutilgan 5 ta chakana bank tendentsiyalariga to'xtaladigan bo'lsak:

sanoat dinamikasidagi o'zgarishlar banklarni raqamli transformatsiya qilish

orqali innovatsion bank xizmatlari orqali mijozlarga qulayliklar yaratish va chakana bank xizmatlari imkoniyatlarini kuchaytirish maqsadida zamonaviy FinTech sotib olishga intilmoqda;

banklar mijozlari bilan yangi qadriyatlarni yaratish va faollashtirish uchun chakana bank xizmatlarini “yashil”<sup>2</sup> va barqaror amaliyotlarini boshqaradigan va moliyaviy sog‘lomlashtirish va mijozlari xarajatlari bilan bog‘liq muammolarni hal qilish bo‘yicha maslahatlar berish.

banklar mijozlarga yo‘naltirilganlik marketing strategiyasiga asosan mijozlarni jalb qilishni yaxshilash uchun mijozlar tajribasini o‘rganish;

biznesning barqarorligini Digital ID ning universal, ko‘p maqsadli identifikatsiya tizimiga aylanishi va banklar ma‘lumotlarni bulutli texnologiyalarga ko‘chirishni o‘rganish.

chakana banklarning yuqori xavfli markazlashmagan moliya bozorini barqarorlashtirishdagi yangi yo‘nalishlarini o‘rganish.

Quyida chakana banklar va chakana bank xizmatlari rivojlanishining ko‘plab yo‘nalishlarini ko‘rib chiqamiz. Birinchisi, aqlli bank filiallarda tajribali bank xizmatlari va mijozlar bilan aloqani kuchaytirish bilan bog‘liq bank faoliyatidir.

Yevropa Markaziy banki ma‘lumotlariga ko‘ra, 2022 yilning 1-yarmida Evropa banklarining cost income ratio (CIR) 60% dan yuqori bo‘lgan. Shu bilan birga, AQShning yirik banklari J.P.Morgan, Citibank, Morgan Stanli, Goldman Sachs va Uells Fargo kabi banklarida ham bu ko‘rsatkich yuqori bo‘lgan. Banklar har bir dollar daromad keltirishi uchun kamroq sarflashga harakat qiladi. Banklar uchun filiallar ochish va ular orqali faoliyat yuritish eng qimmat xarajatlari qatoriga kiradi. Nasdaq hisobotiga ko‘ra, to‘liq bank xizmatlarini ko‘rsatuvchi filial (erdan tashqari) ochish AQShda 15 million AQSh dollaridan ko‘proqni tashkil qilishi mumkin. Natijada ko‘pchilik banklarni sindirishi yoki ko‘p daromad manbiga aylantirishi mumkin [6]. Evropa va AQSh da ishchi kuchi xarajatlarining ortishi natijasida filiallar banklar uchun qimmatga tusha boshladi. Bundan tashqari, naqd pullarni filiallararo va boshqa xizmatlar uchun to‘lovlardan olib tashlandi.

Garchi raqamli banklar ko‘payib borayotgan bo‘lsa-da bank mijozlari uchun hali ham filiallar ahamiyatlidir. “World Retail Banking Report 2022” hisobotiga ko‘ra bank mijozlarining 75 foizi bank filiallar mijozlarga xizmat ko‘rsatishda muhim kanal deb hisoblashadi.

Bugungi kunda bank mijozlari keng ko‘lamli aloqa kanallar, bank filiallari, 24/7 smart ofislar, veb-saytlar va mobil ilovalardan tortib ovozli yordamchilar va

---

<sup>2</sup> Bank xizmatlarining ekologik jihatdan mas‘uliyatli bo‘lishi va resurslarni tejaydigan tuzilmalari.

robotlargacha bo'lgan bank xizmatlaridan foydalanishmoqda. Shunga qaramay, mijozlarning deyarli yarmi o'z banklari bilan o'zaro aloqadan kelishmovchiliklarga duch kelishlarini aytishadi. Veb-saytlar, mobil ilovalar, ovozli yordamchilar va raqamli boshqa qurilmalar bugungi kunda qaramli iqtisodiyotda ahamiyatli bo'lsa-da, filiallar ko'pincha bosh bankdan uzoqlarda bo'lib strategik jihatdan ishlab chiqilgan aqlli filiallar mijozlariga keng qamrovli ko'p kanalli tajribasini taklif qilishi mumkin.

Bank va mijozlari munosabatlarni boshqaruvchi integratsiyalashgan platformalarni o'z ichiga olgan filiallar mijozlarga tezkor xizmat ko'rsatish va tizimlashtirilgan xizmat turlarini taqdim etish uchun boshqa raqamli kanallar va back-ofis operatsiyalari bilan sinxronlasha oladi. Natijada mijozlarga xizmat ko'rsatishni tezlashtirish va yangi mahsulotlar ishlab chiqishga asos bo'lishi mumkin, bu esa banklarning xizmatlar sotuvini yaxshilashi mumkin.

Bu borada BBVA, Bank of Montreal (BMO) va Capital One so'nggi besh yillikda aqlli filial formatlarini ishga tushirdi va mijozlar bilan bog'lanish uchun yangi interfaol maydon yaratib, tajriba markazlari vazifasini bajaradi. Capital One banki 2015-yilda o'zining birinchi aqlli filiali "Banking Café"ni ishga tushirdi va 2022-yilga kelib bank aqlli filiallari 50 taga yetdi [7]. Bu kabi "Banking Café"lar Wi-Fi, chegirmali taomlar, bo'sh ish o'rinlari, moliyaviy maslahatlar va boshqa qo'shimcha xizmatlar taklif etadi.

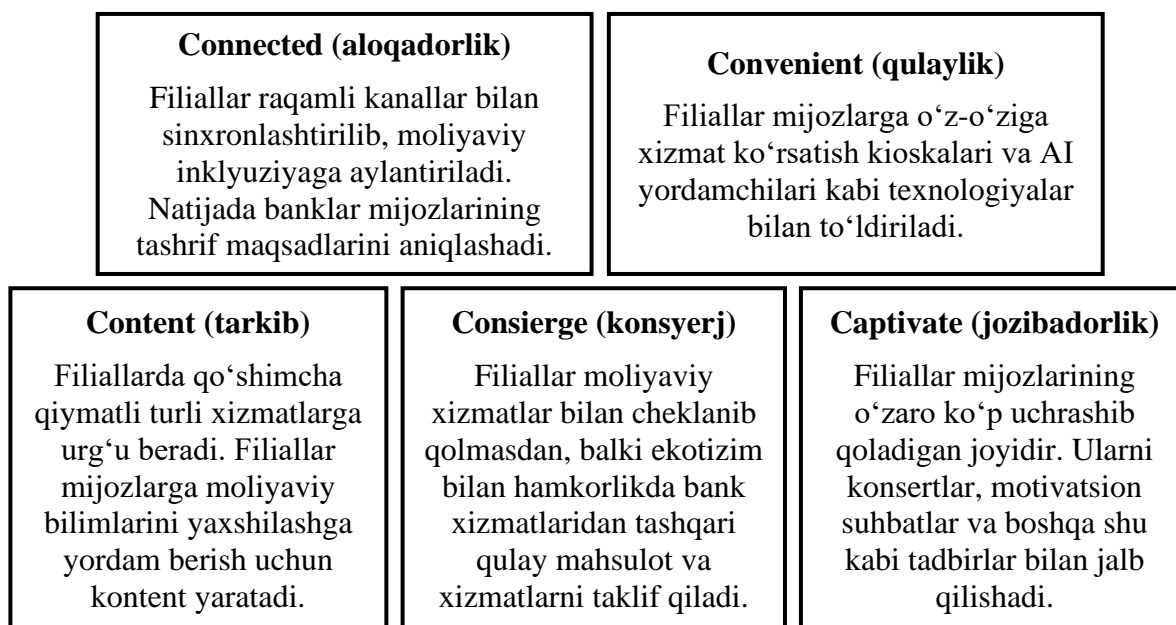
Filippinning "Filippin UnionBanki" mamlakatdagi birinchi to'liq raqamli bank filialini ishga tushirdi, u yerda bank mijozlari internetga tekin kirishlari yoki bir chashka qahva ustida xodimlar bilan suhbatlashishlari mumkin. Bank o'z filiallarini tranzaktsion makondan interaktiv makonga aylantirishni maqsad qilgan [8].

2021-yilda Italiyada Banca Carige banki uchta smart filialini ishga tushirdi. Banca Carige banking aqlli filiallarida 24/7 o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish imkoniyatlari, yordamchi xizmatlar, qo'shimcha qiymatli xizmatlar uchun o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish zonasi, videokonferensiya va boshqa vositalardan foydalanish uchun joy mavjud. Natijada, smart filial formati bankning operatsion xarajatlarini 40% ga kamaytirishga yordam berdi [9].

"Bank of America" banki mijozlarning o'zgaruvchan talablarini qondirish uchun filial tarmog'ining 50 foizini qayta loyihalashtirmoqda. JPMorgan Chase AQSh aholisining qariyb 93 foizini qamrab olish uchun 400 ta jamoat markazi filiallarini ochishni rejalashtirmoqda [10].

Banklar mijozlari talabini o'rgangan holda ko'p kanalli tajribalarini hisobga olgan holda filiallarini tranzaktsiya markazlaridan innovatsiyalar asosida tajriba markazlariga aylantirish tendentsiyalari davom etmoqda. Raqamli transformatsiya qilaingan filiallarda xarajatlarni tejash va bank xizmatlarini ko'proq sotish, samaradorlikni oshirish uchun soddalashtirilgan sxemalar, ko'proq raqamli va o'z-

o‘ziga xizmat ko‘rsatish vositalari bilan jihozlangan bo‘ladi.



**1-rasm. Banklarning “5C” aqlli filial tajribasi**

Manba: Internet ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Ikkinchi yo‘nalish esa bank rentabelligini oshirish uchun yetuk Fintechlarni joriy qilishdir. FinTech narxlarining pasayishi banklar uchun ularni xarid qilish va ular bilan hamkorlik qilishga intilmoqda.

So‘nggi vaqtlarda vechur kapitalining kamayishi FinTech firmalari uchun qiyinchiliklar tug‘dirmoqda. Natijada, raqobatchilar va raqamli banklar asosiy bozorlardan chiqib ketishdi, investorlar esa umidsizlikka tushishdi [11]. So‘ngi o‘n yil ichida startaplar 1,3 trillion dollar mablag‘ga oshdi. Biroq, 2022 yilning 1-choragida iste’molchi moliyasi va FinTechs moliyaviy xizmatlariga vechur kapitallari mos ravishda deyarli 41% va 73% ga kamaydi [12].

2018-2021 yillar FinTechs banklarni raqamli imkoniyatlarini oshirishga majbur qildi. Natijada, an’anaviy banklar FinTechs kabi xizmatlarni taklif qilish uchun bank xizmatlarining raqamli transformatsiyaga sarmoya kiritdi. Italiyaning Intesa Sanpaolo banki IT infratuzilmasi uchun 1-1,5 milliard yevro ajratdi. HSBC, J.P. Morgan, Bank of America, Morgan Stanley va Royal Bank of Canada banklari ham raqobatbardoshlaridan ustunlikka erishish uchun muhim raqamli transformatsiyalarni amalga oshirdi. Truist Financial shirkati Shimoliy Karolinada 100000 kvadrat metr maydonga ega, zamonaviy AQSh innovatsiyalar va texnologiyalar markazini qurdi. Torontoning TD Banki yangi g‘oyalarni sinab ko‘rish uchun Filadelfiyada TD seminarini ishga tushirdi.

FinTechs baholari pasaygan sari, banklar o‘zlarining joriy va uzoq muddatli istiqbollari mos keladigan yangi biznes modellari, xizmatlari yoki imkoniyatlarini

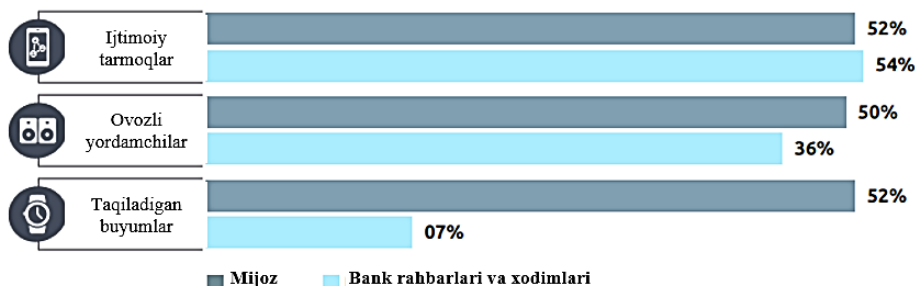
muntazam ravishda rivojlantirish uchun FinTech qo‘shilishlari, sotib olishlari va hamkorliklarini strategik rejalashtirishlari lozim.

Bank rahbarlari, xodimlari va mijozlari xizmat ko‘rsatish va xizmatlardan foydalanishda turli kanallarni xohlashadi. Capgemini Research Institute for Financial Services Analysisning 2022 yildagi so‘rovnomasiga ko‘ra bank rahbarlari, xodimlari va mijozlarining qariyb 80 foizi veb-saytni o‘zaro aloqaning muhim nuqtasi sifatida hisoblamogda. Mobil ilovalarni bank mijozlarining 77 foizi, bank rahbarlari va xodimlarining 91 foizi, bank filiallari esa mijozlari tomonidan 75 foizga bank rahbarlari va xodimlari tomonidan 58 foizga xizmat ko‘rsatishda muhim kanal deb hisoblashgan (2-rsam).

#### AN‘ANAVIY BANKLAR



#### RIVOJLANAYOTGAN RAQAMLI BANKLAR



### 2-rasm. Hozirgi vaqtdagi an‘anaviy banklar va rivojlanayotgan raqamli banklarda xizmat ko‘rsatish kanallari [13]

Rivojlanayotgan raqamli banklarda ijtimoiy tarmoqlar, ovozli yordamchilar va taqiladigan buyumlar kelajakda bank xizmatlaridan foydalanishda muhim kanallardan bo‘lishi bank mijozlari tomonidan bank rahbarlari va xodimlariga nisbatan yuqori baholanmoqda.

So‘nggi vaqtlarda chakana banklarga ko‘plab investitsiyalar jalb qilinmoqda. Ispaniyaning BBVA banki Braziliyaning Neon bankiga 300 million dollar sarmoya kiritdi. Shuningdek, BBVA banki raqamli bank xizmatlarni tezlashtirish uchun Buyuk Britaniyadagi Atom Bank va Germaniyadagi Solarisbankga sarmoya kiritdi. Bundan tashqari, AQShning Truist bank xolding kompaniyasi o‘zining VC kompaniyasi Truist Ventures orqali to‘lov tarmog‘i startapi bo‘lgan Veem kabi FinTechsga sarmoya kiritadi [14].

Undan tashqari Lloyds Bank chakana bank mijozlariga sodiqlik dasturlarini

taklif qilish uchun FinTech Bink bilan strategik hamkorlikka kirishdi. Fransiyaning BNP Paribas banki SuperTech va Bruntwood SciTech bilan hamkorlik qilib, FinTech startaplarini tez kuzatib borish uchun inkubator yaratdi [15].

Bugungi kunda banklar, shuningdek, yashil bank faoliyatini kuchaytirish uchun FinTechs bilan hamkorliklarni yo‘lga qo‘yishmoqda. Xususan, Yevropada 90 dan ortiq faol yashil FinTechlar faoliyat ko‘rsatmoqda [16].

Moliyaviy zanjirida banklar BaaS<sup>3</sup> platformasiga kirish uchun FinTech ga bog‘liq bo‘lgan xizmat ko‘rsatuvchi provayderlar va FinTech yoki bank bo‘lmagan firmalar hisoblanadi. Agar FinTech yoki bank bo‘lmagan firmalar uchinchi tomonlar moliyasini boshqarishda o‘z platformasidan foydalansa, qiymat zanjirida yanada risk oshishi mumkin. Lekin banklar uzoq sheriklik zanjiridan kelib chiqadigan risklarni boshqarish uchun javobgardir. Jupiter Intelligence hisob-kitoblariga asosan 2027 yilga kelib BaaS daromadi 27 milliard dollarga oshishi kutilmoqda, bu esa 2022 yildagi 11 milliard dollarga nisbatan 240 foizga oshishi prognoz qilindi [17]. Shu sababli, banklarning ichki BaaS imkoniyatlarini yaratish orqali o‘rnatilgan moliya bozoriga tobora ko‘proq kirib borishi banklar uchun yanada manfaatli bo‘ladi.

Amaldagi banklar uchinchi tamon taqdim etgan ma‘lumotlarga tayanishga majbur. Biroq, bulutli texnologiyalarning o‘sishi va ma‘lumotlar bazasining yaxshilanishi banklarga ichki platforma yaratishga yordam beradi.

COVID-19 bank mijozlarining jismoniy kanallardan raqamli kanallarga o‘tishini tezlashtirdi va raqamli bank xizmatlarini rivojlantirishga turtki bo‘ldi. Butun dunyo bo‘ylab bankka ega bo‘lmagan jamoalar moliyaviy ekotizimdan chetda qolmoqda, chunki ularning ro‘yxatdan o‘tgan identifikatori yo‘q. Natijada raqamli dunyo mavjud bo‘lmaydi va bank xizmatlaridan foydalanish imkoniyati bo‘lmaydi. Jahon banki ma‘lumotlariga ko‘ra, 2021-yilda 1,4 milliard odamlar banksiz bo‘lgan [18]. Ushbu muammoni bartaraf etish hukumatlar va banklardan fuqarolarga raqamli identifikatorlar bilan ta‘minlaydigan identifikatsiya tizimini hamkorlikda yaratishni talab qiladi. Shu o‘rinda ma‘lumotlar maxfiyligi va xavfsizligini ta‘minlagan holda masofadan turib yuqori darajadagi aniqlik bilan tekshirilishi va autentifikatsiya qilinishi lozim.

So‘nggi yillarda raqamli banking barqaror ravishda o‘sib bormoqda. Ko‘pchilik amerikaliklar 2022 yilda raqamli bank xizmatlaridan foydalangan xususan mobil ilovalar, avtomatlashtirilgan xizmatlar va boshqa innovatsion raqamli xizmatlar. Raqamli bankingning rivojlanishi so‘nggi to‘rt yil ichida butun mamlakat bo‘ylab an‘anaviy banklarning 9 foiz filiallarning qisqarishiga olib keldi. An‘anaviy banklar

---

<sup>3</sup> BaaS (banking-as-a-service) - bank kartalari, depozit, kredit olish va boshqa shu kabi moliyaviy xizmatlarni bevosita o‘z mahsulotiga integratsiyalashtirilgan qulay platforma.



xizmatlarini asosan filiallarda amalga oshirsa, raqamli banklar onlayn va mobil ilovalar orqali amalga oshirmoqda. Bu esa raqamli banklarga ko‘pincha jozibador daromad va nisbatan kam foizli bank xizmat xaqqlarini ta‘minlaydi. Bugungi kunda AQSh aholisining deyarli uchdan ikki qismi (65,3 foiz) raqamli bank xizmatlaridan foydalanadi. Lekin shunga qaramasdan 2018-yildan buyon raqamli bank xizmatlaridan foydalanuvchilarning soni 4 foizga oshdi. Ya‘ni onlayn yoki mobil bankingni afzal ko‘rganlarning 79,9 foizi 2019 yilda ham filialga tashrif buyurgan. Amerikaliklarning taxminan 27 foizi faqat onlayn-bankingdan foydalanadi. Onlayn-bankingdan foydalanadiganlarning 88 foizi bank xizmatlaridan qoniqishini bildirgan. Shu bilan birga, bank mijozlarining 66 foizi an‘anaviy banklardan qoniqish hosil qilishgan.

Bugungi kunda AQShda chakana bank xizmat turlari ichida mobil banking keskin rivojlanmoqda. Banklar tomonidan NFC (Near Field Communication, «yaqin masofadagi aloqa») – simsiz texnologiyasi va RFID – radiochastotali identifikasiyalash texnologiyasi ham keng qo‘llanilmoqdi. Mazkur texnologiyalar, yuqori chastotali diapazonda qisqa masofaga o‘zaro induksiya prinsipi asosida radiokanalga axborot yuborishdan foydalanishga asoslangan. NFC – bir-biriga mos mobilniklardan bankomatlarda ishlatiladigan bank kartochkasi sifatida foydalanish mumkin. Foydalanuvchi shaxs telefonini bankomat yaqiniga qo‘yganida, u telefon egasining shaxsini indentifikasiya qilib, himoyalangan axborotni shundoq mobilnikning o‘zidan o‘qib oladi. Bu axborot o‘z ichiga: bank hisob raqamini, oldindan naqd pul yechib olish uchun belgilangan sutkali limitni hamda turli banklar uchun zarur bo‘lgan boshqa turli xil ma‘lumotlarni olgan bo‘ladi. Mijoz o‘z PIN-kodini kiritgandan so‘ng, u oddiy tartibda bank hisobidagi pullarini ko‘rish imkoniyatiga ega bo‘ladi. NFC-telefonlaridan foydalanishning asosiy qulayligi shundaki, ular bir nechta bank kartochkalaridagi ma‘lumotlarni saqlashi mumkin, shunda mijoz, ularsiz ham operatsiyalarni bajarish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bu holat, o‘z navbatda, NFC-mobil telefoni yordamida autentifikasiya jarayonini amalga oshirib, bank kartochkalarisiz amallarni bajarishga zamin yaratadi.

RFID (Radio Frequency Identification) radiochastotali identifikasiya texnologiyasi – kremniyli mikrosxemalar yordamida radiochastotali yozuvlarni o‘qish moslamasidan so‘rovlarni qabul qilish va ularga javob berish imkoniyatini beradi.

An‘anaviy banklar jismoniy bajariladigan xizmatlarga asoslangan banklardir va AQShning ko‘plab yirik banklari, jumladan JPMorgan Chase va Bank of America banklari ham an‘anaviy banklar hisoblanadi. Onlayn banklarda esa filiallari mavjud bo‘lmaydi va ular xizmatlarini veb-sayti va mobil ilovalar orqali taklif qiladi.

«Galileo» Fintech iste‘molchilarining 65 foizi o‘zlarining asosiy bank hisoblarini an‘anaviy banklarda saqlasa, 27 foizi onlayn banklardan foydalanishini aytdi. Biroq, an‘anaviy banklardan foydalanadigan 65 foiz foydalanuvchining 77 foizi

o'z mablag'larining bir qismini boshqa joyda saqlashini bildirgan [19].

An'anaviy banklar hali ham odamlar o'zlarining asosiy bank hisoblarini yuritadigan asosiy moliyaviy institutdir. Biroq, ularning ta'sir doirasi yildan-yilga pasayib bormoqda.

2017 yildan 2021 yilgacha bo'lgan davrda bank filiallarning 9 foizi yopildi, bu 7500 ga yaqin filial degani. Ushbu yopilishlarning aksariyati COVID-19 pandemiyasi natijasida boshlandi va filiallarning yopilish tezligi ikki baravar tezlashdi. 2020 yil martigacha filiallarning yopilish darajasi har oyda o'rtacha 99 ta bo'lgan bo'lsa COVID-19 pandemiyasi boshlanishi bilan ikki baravar ko'paydi va oyiga 201 taga yetdi.

Aksariyat yirik, an'anaviy banklar endi keng qamrovli mobil ilovalarni taklif qilmoqdalar, pul o'tkazish, hisob balanslarini tekshirish, chakana kredit va depozit xizmatlarini amalga oshirish kabi asosiy bank operatsiyalarini bajarishlari mumkin. Ushbu ilovalarning ba'zilarida hatto avtomatik to'lov funksiyalari ham mavjud.

2021 yilda AQSh da 72534 ta Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) sug'urtalangan bank filiallari mavjud shulardan eng ko'p filiallari bo'lgan bank Chase Bank bo'lib, uning AQShda 4850 ta filiali va 198 ta xorijiy filiallari mavjud.

Bugungi kunda raqamli yoki onlayn banklar asosan veb saytlar yoki mobil xizmatlariga ega banklardir. Ularning filiallari bo'lmasa-da, ulardan mijozlari naqd pulli amaliyotlarni amalga oshirish yirik bankomat tarmoqlari orqali amalga oshirish mumkin. Ally Bank va Discover Bank kabi onlayn banklar raqamli bozorda tez rivojlanayotgan bank bo'lib, raqamli bank bozori 2021 yilda 4,3 milliard dollarni tashkil etadi. Jismoniy filiallarni tashkil etish va ulardan foydalanish xarajatlarisiz, onlayn-banklar ushbu tejalgan mablag'larni boshqa joyga yo'naltirishlari mumkin, masalan, depozitlardan daromadlar yoki bankomat to'lovlarini qoplash va boshqalar. Xususan eng yuqori omonat foizlarining aksariyati onlayn banklar tomonidan taklif etiladi. Raqamli banking iste'molchilar ishonchini oqlamoqa. 2022-yilda 203 million kishi raqamli bank xizmatlaridan foydalanayotgan bo'lsa 2025-yilga borib esa bu raqam 216,8 millionga yetishi kutilmoqda.

Raqamli banklarga raqobatchi sifatida neobanklar paydo bo'lmoqda. Neobanklar turli xil zamonaviy bank xizmatlarini taklif qiluvchi fintech kompaniyalaridir. Aksariyat neobanklarda mijozlari depoziti kafolati mavjud emas, lekin ular Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) tomonidan sug'urtalangan banklar bilan hamkorlik qilishlari mumkin. Chime, Varo va Current neobanklari bu borada yetakchi FinTech banklar sanaladi.

AQShda raqamli bank xizmatlaridan foydalanadigan iste'molchilar soni 2021 yildagi 196,8 milliondan 2022 yilda 203 millionga yetdi. Iste'molchilarning aksariyati (61 foizi) kamida haftasiga bir marta raqamli bank xizmatlaridan foydalanadi.

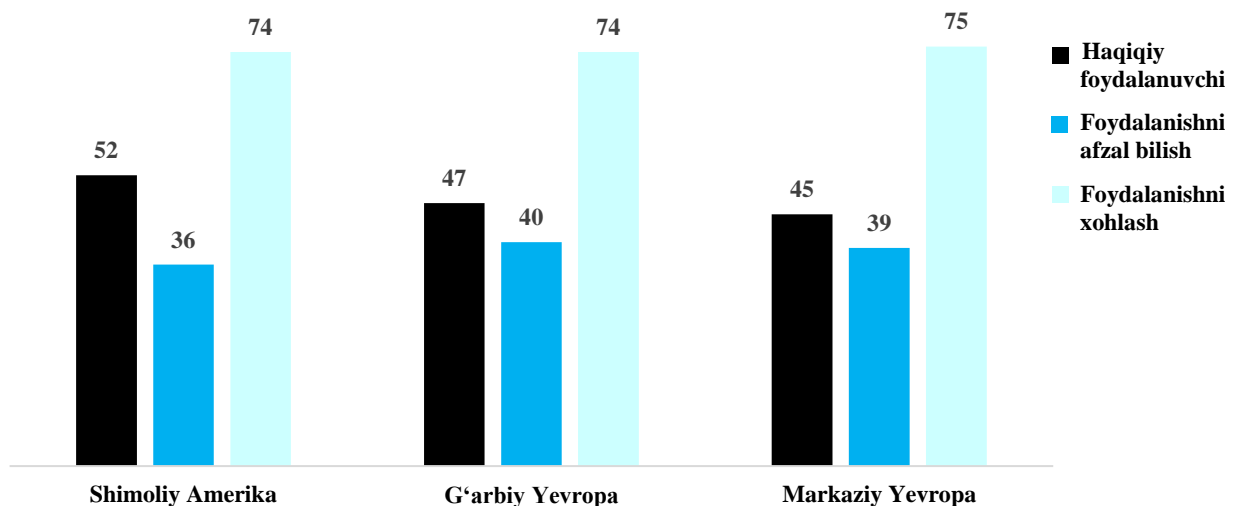
Iste'molchilarning taxminan 20-25 foizi bank hisobvarag'ini onlayn ochishni afzal ko'rishlarini aytishadi, ammo buni hozirgi banklarida qila olmaydilar [20].

Bank mijozlarining raqamli kanallardan foydalanishi har bir geografik mintaqa va yosh toifasida farq qiladi. Masalan, yangi joriy hisobvarag'ini raqamli shaklda ochish istagi mijozlarning 75 foizi atrofida bo'lsa, mijozlarning atigi 30-35 foizi buni raqamli shaklda qilishni afzal ko'rishlarini bildirgan.

Buyuk Britaniyada banklar raqamli savdoni tashkil etishga 86 foizga kirib borishdi, bu borada Shimoliy Amerikadagiga qaraganda ikki baravar ko'p. Ajablanarlisi shundaki, Buyuk Britaniya banklari mijozlari ham 45 foizi raqamli xaridlarni afzal ko'rishmoqda.

Raqamli xizmat ko'rsatish oxirgi to'rt yil ichida har yili 3-4 foizga o'sdi va mintaqalar bo'ylab man huddi shunday o'sish kuzatildi. Ushbu o'sishga mobil kanalning ta'siri sezilarli bo'ldi. 2021-yilda ham butun dunyo bo'ylab raqamli xizmatlardan foydalanuvchilarning yarmidan ko'pi faqat mobil qurilmalardan foydalanuvchilar edi.

Mobil banking xizmatlaridan foydalanuvchilar soni 2021 yil davomida o'n foizga oshdi, shunda cham banklar mijozlarni to'liq qamrab olmagan. Savdo jarayonlarida ham mobil bankingdan foydalanish ancha yuqori, ya'ni o'rtacha 75 foizni tashkil etadi. Mobil bankingdan foydalanish, foydalanishni afzal bilish va foydalanishni xohlashi o'rtasidagi nomutanosiblik mintaqalar bo'ylab turlichadir (3-rasm).



### 3-rasm. Bank mijozlarining mobil banking xizmatidan foydalanish, foydalanishni afzal bilish va foydalanishni xohlash holati (hududlar kesimida)

Manba: Internet ma'lumotlari asosida mualliflar tomonidan tuzildi.

Bank filiallari va call markazlari endi yetarlicha muhim emas, chunki mijozlar ehtiyojlarini qondirishda turli raqamli kanallar muhim bo'lib birmoqda. Borgan sari iqtisodiyotning raqamlashib borayotganligi va ma'lumotlarning bazasining

integratsiyalashib borayotganligi uchun mobil aloqa asosiy vositaga aylanib bormoqda, jismoniy kanallar esa vaqt va xarajat bilan ko‘proq bog‘liq.

**1-jadval**

**AQShda chakana kreditlar miqdori, (trln. AQSh dollarida)**

Kredit turi	2019	2020	2021	2022	2022 yil 2021 yilga nisbatan o‘zgarishi, %da
Chakana kreditlar miqdori	14,14	14,53	15,31	16,38	+7%

Manba: Internet ma’lumotlari asosida mualliflar tomonidan tuzildi.

Jismoniy shaxshlarga ajratilgan chakana kreditlar hajmi 2019 yilda 14,14 trln. AQSh dollarni, 2020 yilda 14,53 trln. AQSh dollarni, 2021-yilga 15,31 trln. AQSh dollarni tashkil etgan bo‘lsa 2022-yilda 16,38 trln. AQSh dollargacha oshdi. 2021 yilda 2020 yilga nisbatan 5,5 foizga oshgan bo‘lsa 2022 yilda 7 foizga o‘shish kuzatilgan.

2022-yilda 2021 yilga nisbatan chakana kredit turlari bo‘yicha o‘zgarishi turlicha farq qilgan. Avtokreditlar, kredit kartalari, ipoteka krediti, uy-joy kapitali, uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC) va iste’mol kreditlar hajmida o‘shish kuzatilgan. Shu bilan birga, chakana kredit karta, avto lizing va ta’lim kreditlari hajmi har xil sabablarga ko‘ra kamaygan.

**2-jadval**

**AQShda chakana kredit turlari bo‘yicha ma’lumot, (mlrd. AQSh dollarida)**

Kredit turi	2020	2021	2022	2022 yilda 2021 yilga nisbatan o‘zgarishi, %da
Ipoteka krediti	9568,8	10295,0	11225,0	+9,0%
Uy-joy kapitali	117,7	108,4	118,5	+9,3%
Uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC)	340,4	295,5	305,9	+3,5%
Ta’lim krediti	1578,7	1636,7	1484,8	-9,3%
Avtokredit	1257,6	1334,4	1414,3	+6,0%
Avtolizing	93,5	92,7	71,1	-23,3%
Kredit karta	788,3	784,5	910,0	+16,0%
Chakana kredit karta	114,9	111,6	110,1	-1,3%
Iste’mol kredit	411,4	436,7	516,5	+18,3%
Boshqalar	257,2	217,4	227,8	+4,8%
<b>Jami:</b>	<b>14528,5</b>	<b>15312,7</b>	<b>16383,6</b>	<b>+7,0%</b>

Manba: Internet ma’lumotlari asosida mualliflar tomonidan tuzildi.

2022 yilda ipoteka krediti, ta’lim krediti va avtokreditlar hajm jihatidan katta qismini tashkil etgan. Jami kreditlar hajmi 16383,6 mlrd. AQSh dollarni tashkil etgan bo‘lsa shundan 86 foizdan ortig‘ini ipoteka krediti, ta’lim krediti va avtokreditlar tashkil etadi. Lekin avtolizing, chakana kredit karta va ta’lim kreditlar hajmi 2022 yilda

2021 yilga nisbatan mos ravishda 23,3 foizga, 1,3 foizga va 9,3 foizga kamaygan. Jami kredit hajmi esa 7 foizga oshgan.

Ipoteka krediti, uy-joy kapitali krediti va uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC)larining har biri qarz olish usullari bo‘lib, ular uyni garov sifatida qo‘yadi yoki qarz uchun to‘langan qismidan foydalanish mumkin. Bu shuni anglatadiki, agar kredit oluvchi to‘lovlarini amalga oshirmasa, qarz beruvchi uyni tortib olishi mumkin. Bu kreditlar o‘rtasidagi muhim o‘xshashliklardan biri. Lekin ular o‘rtasida farqli jihatlar ham mavjud.

Uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC) qarz oluvchi o‘z mulkiga egalik qilganda yoki mulkka ega bo‘lsagina bu kreditni olishi mumkin. Banklar odatda uy qiymatining 80% gacha garovga qo‘yishga ruxsat beradi. Yana bir jihatini alohida qayd etish lozimki uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC) olishda mulk egasining mulkning qancha qismiga egaligiga qarab garov qiymatining necha foizini garov sifatida olishi aniqlanadi. Uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC) kredit oluvchi uyining qiymatiga nisbatan bir marta kredit olish mumkin.

Agar qarz oluvchi kredit to‘lovlarini to‘layolmasa, qarz beruvchi bank garov shartnomasiga asosan uyni yoki garovni olib qo‘yishi mumkin. Keyin qarz beruvchi bank berilgan kreditni qaytarish uchun uyni ko‘pincha kim oshdi savdosida sotadi. Agar bu sodir bo‘lsa, ushbu ipoteka (“birinchi” ipoteka sifatida tanilgan) uy-joy kapitali krediti (ba’zan “ikkinchi” ipoteka sifatida tanilgan) yoki uy-joy kapitali kredit liniyasi (HELOC) kabi mulkka qarab keyingi egalik masalasi hal bo‘ladi. Keyingi kreditorlar garovga qo‘yilgan mulkni sotishdan tushgan daromadni olishdan oldin, dastlabki qarz beruvchiga to‘lov to‘liq to‘lanishi lozim.

Uy-joy kapitali krediti ham ipoteka krediti hisoblanadi. Uy-joy kapitali kreditining an’anaviy ipoteka kreditidan asosiy farq shundaki, mulkni o‘z kapitaliga sotib olganda yoki mulkning ma’lum qismini to‘laganda (bunda muddati o‘tgan qarzdorlik bo‘lmasligi lozim) to‘langan qismini garovga qo‘ygan holda uy-joy kapitali kreditini olish mumkin. Ipoteka krediti odatda xaridorga birinchi navbatda mulkni sotib olishni moliyalashtirish imkonini beruvchi kreditlash vositasidir.

Nomidan ko‘rinib turibdiki, uy-joy kapitali krediti garovga qo‘yilgan - ya’ni kafolatlangan - uy-joy mulkdorining mulkdagi egalik kapitalidir. Misol uchun, ipoteka kreditga olingan mulk qiymati 300 000 AQSh dollar bo‘lgan uy-joy uchun mijozning 200 000 AQSh dollari qarzi qolgan bo‘lsa, mijozda 100 000 AQSh dollarlik kapitali mavjud bo‘ladi. Mijoz krediti tasnifi standat tasnifida bo‘lsa va kreditning boshqa shartlariga ham mos bo‘lsa mulkdagi 100 000 AQSh dollaridan garov sifatida foydalanib qo‘shimcha kredit olishi mumkin.

Odamlar “ipoteka” atamasini ishlatganda, ular odatda an’anaviy ipoteka haqida

gapiradilar, ya'ni banklar tomonidan turar joy sotib olish uchun beriladigan kreditni tushunishadi. Aksariyat hollarda banklar uying baholangan qiymatining yoki sotib olish narxining 75-80 foizini kredit sifatida beradi. Qolgan qismini qarz oluvchi dastlabki badal sifatida to'lashi kerak.

AQShda banklar fuqarolariga noan'anaviy ipoteka variantlarini ham taklif etadi. Federal uy-joy ma'muriyati (Federal Housing Administration) ham ipoteka kreditlarini mijozlariga taqdim etib, ular qarz oluvchilarga ipoteka sug'urtasini to'lashi sharti bilan 3,5% ni kamaytirishga imkon beradi. AQShda Veteranlar bilan ishlash departamenti (Department of Veterans Affairs) kreditlari va AQSh Qishloq xo'jaligi departamenti (Loans and US Department of Agriculture) kreditlar uchun 0% boshlang'ich to'lov talab qilinadi.

Turli zamonaviy texnologiyalar moliyaviy xizmatlar ko'rsatish evolyutsiyasida katta rol o'ynadi, shuningdek, bozorga ba'zi innovatsion mahsulot xususiyatlarini olib keldi. Xuquqiy jihatdan qonunchilikdagi o'zgarishlar chakana bank mahsulotlari va xizmatlarini etkazib beruvchilar doirasini kengaytirdi va shu bilan birga xizmatlar bozorida katta raqobat va ko'proq mahsulotlar tanlovini ta'minladi. Raqamli mahsulotlar va xizmatlarning evolyutsiyasi, shuningdek, keyingi innovatsiyalarni yaratishda ham muhim ahamiyat kasb etadi, ammo moliyaviy ko'rsatkichlarni mustahkamlash va ko'lamni oshirish uchun yangi provayderlar o'rtasida konsolidatsiya kelgusi yaqin yillar ichida sodir bo'lishi mumkin.

## **Xulosa**

Chakana bank xizmatlarini rivojlantirishida chakana bank xizmatlari bo'yicha mamlakat bank tizimidagi huquqiy baza, bank tizimiga nisbatan davlat siyosati, aholining sotsial holati, bank, filiallari va bank xizmatlari markazlarining joylashgan joyi, bankning imiji, bank tomonidan taqdim etilayotgan xizmatlarning sifati va narxi, mijozlarga xizmat ko'rsatish odobi va madaniyati hamda xodimlarning kasbiy-malakaviy va professionallaik darajasi kabi jihatlar alohida e'tibor qaratish lozim.

Chakana bank xizmatlarini rivojlantirishida birinchidan, mavjud bo'lgan chakana bank xizmatlarni modifikasiyalash – bu an'anaviy bank xizmatlarning texnologik parametrlarini o'zgartirish orqali taklif qilinayotgan chakana bank xizmatlarini raqamlashtirish va takomillashtirishga olib keladi.

Ikkinchidan, mavjudlaridan tubdan farq qiluvchi butunlay zamonaviy bank xizmatlarini joriy qilish. Ushbu xizmatlarni mijozlarning talabiga mos holda qulay qilib ishlab chiqilishi va tadbiq etilishi banklar va bank bo'lmagan boshqa FinTech tashkilotlari o'rtasidagi raqobatni kuchaytirishi, moliyaviy xizmatlarning yangi segmentlarini rivojlanishiga hamda moliyaviy texnologiyalar asosida va yangi texnologik raqamli xizmatlarni yaratishni talab qiladi.

Uchinchidan, ma'lumotlarning bazasi shakllantirgan holda banklarda turli

qo‘shimcha xizmatlarni joriy qilish va rivojlantirish ham muhim ahamiyatga ega. Ko‘pincha an‘anaviy bank xizmatlarini ko‘rsatishda zamonaviy moliyaviy texnologiyalar asoslangan zamonaviy usullarni, maslahat xizmatlarini, boshqa moliyaviy va axborot xizmatlarini joriy qilish orqali har tomonlama qulay xizmat ko‘rsatish muhitini yaratish lozim.

Undan tashqari bank sektoridagi innovatsiyalar mijoz va bank mahsulotlari bilan ishlashni texnologik ta‘minlashning yangi bosqichi bo‘lib eng yangi dasturiy ta‘minot va bank texnologiyalarni keng qo‘llanishi chakana bank xizmatlarini rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

### Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Brassington, F., Pettitt, S., & McMillan, K. (2010). Principles of marketing. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
2. Storbacka, K., & Nenonen, S. (2014). Learning with the market: Facilitating market innovation. *Industrial Marketing Management*. 44, 73-82. DOI: 10.1016/j.indmarman.2014.10.009
3. Ajzen, I. (2008). Consumer attitudes and behavior. In C. P. Haugtvedt, P. M. Herr, & F. R. Cardes (Ed.) *Handbook of Consumer Psychology* (pp. 525-548). New York: Lawrence Erlbaum Associates
4. Brown S. Retail Lokcation: a mikro-scale perspective. Aldershot: Avebury, 1992. P.11.
5. Управление розничным маркетингом: перю с англ./под ред. Д.Гилберта, М., 2005. С. 10-11
6. Nasdaq, “The High Cost of the Banking Business;” September 27, 2019.
7. Retail Banker International, “Why experience-based branches are growing;” May 25, 2022.
8. Future Branches, “Here’s How UnionBank is Turning to Technology to Create Its First 100% Digital Branch;” 2022.
9. Retail Banker International, “Banca Carige gets smart with new branch strategy;” June 30, 2022.
10. Reuters, “Bank of America ramps up branch modernization;” April 5, 2019.
11. The Wall Street Journal, “Tech Startups Cut Spending as Investors Pull Back;” May 23, 2022.
12. Altfi, “Payments power VC fintech funding to \$29.3bn in Q1;” May 9, 2022.
13. Capgemini Research Institute for Financial Services Analysis, 2022 so‘rovnoma natijalari asosida muallif tomonidan tuzildi.
14. Techcrunch, “Fintech Roundup: Fintechs and banks are getting cozier;” March 6, 2022.
15. Finextra, “Serendip, in partnership with BNP Paribas, parades 2022 fintech incubator class;” May 25, 2022.

16. Platformable, “Using Open Banking and Open Finance APIs to Build Green Fintech;” Q1 2022
17. The FinTech Times, “BaaS Adoption to Push Platform Revenue to \$38Billion by 2027; Finds Juniper Research;” September 26, 2022
18. The Global Findex Database 2021; Accessed October 29, 2022.
19. **Established Direct Banking Brands Flex Their Digital Banking Muscle, According to J.D. Power.** Charles Schwab Bank, Discover Bank and American Express Rank Highest in Respective Segments, 12 May 2022
20. Bennett R., Bennett K. Digital banking in 2022: Trends and statistics. September 28, 2022