



BANK XIZMATLARINING SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI MOLIYAVIY TEXNOLOGIYALARNING AHAMIYATI

Qodirov Bexzodbek
Xushnud o'g'li

TDIU, mustaqil izlanuvchisi

Bank xizmatlari tizimining evolyutsiyasi hozirgi vaqtda bank mahsulotlari va xizmatlarini amalga oshirishning asosiy biznes-jarayonlarining raqamli transformatsiyasiga olib keldi. Bank xizmatlari tizimining o'zgarishi bank operatsiyalarining texnologik darajasining oshishi bilan bir vaqtda tijorat banklari mijozlari tomonidan raqamli xizmatlarga bo'lgan talabning paydo bo'lishi bilan bog'liq.

Raqamli banking kontseptsiyasi bank bozorining xaridor bozoriga aylanishi va mijozga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish tizimiga o'tish bilan deyarli bir vaqtda shakllanishni boshladi. Bank xizmatlarini raqamlashtirishning boshlanishi korporativ mijozlarga masofaviy bank xizmati ko'rsatish bo'ldi. Hozirgi vaqtda raqamli transformatsiya bank mahsulotlari va xizmatlarining butun majmuasini qamrab olmoqda, chakana bank biznesi esa amalda to'liq raqamli xizmatlar va platformalardan foydalanishga asoslangan¹.

Shu bilan birga, shuni ta'kidlash kerakki, raqamli innovatsiyalar va moliyaviy texnologiyalarni bank faoliyatiga ishlab chiqish va joriy etish qimmat jarayondir. Shu munosabat bilan, bank texnologik darajasi va raqobatbardoshligi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlikka qaramay, barcha banklar ham to'liq ko'lamli raqamli transformatsiyani o'zlariga ravo ko'ra olmaydilar. Shunga qaramay, hech bo'lmaganda minimal darajada raqamli xizmatlarni amalga oshirish hamma joyda amalga oshirilmoqda. Bunday yondashuv shundan kelib chiqadiki, zamonaviy sharoitda faqat mijozlarga xizmat ko'rsatishda omnikanallik yondashuviga ega bo'lgan bank bank xizmatlari bozorida to'laqonli raqobatlasha oladi². Bu ko'proq bankning xususiy mijozlariga taalluqlidir.

Raqamli xizmat kanallaridan foydalanishning maqsadga muvofiqligi bank faoliyati sohasida raqobat muhitining kengayishi bilan bog'liq. Moliyaviy xizmatlarning raqamli transformatsiyasi shuni keltirib chiqardiki, moliyaviy texnologiyalar va bank innovatsiyalari bank bo'lmagan tashkilotlar faoliyatida faol

¹ Метельский А.А. Цифровые каналы обслуживания клиентов в условиях трансформации традиционного банкинга // Индустриальная экономика. 2021. No 4. Том 3. - С. 249-255.

² Колмыкова Т.С., Казаренкова Н.П. Современные стратегии повышения конкурентоспособности коммерческого банка на зарубежных рынках // Маркетинговые стратегии компаний на рынках развитых и развивающихся стран. М., 2013. 180-191 с.

qo'llanilmoqda va ko'plab raqamli platformalarning asosini tashkil etmoqda. Yirik marketpleyslar va IT-kompaniyalar atrofida raqamli ekotizimlar qurish bo'yicha jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, bank xizmatlari bozorining chegaralari doimiy ravishda kengayib bormoqda. Garchi raqamli ekotizimlar asosan yuqori texnologik salohiyatga ega bo'lgan yirik tijorat banklari atrofida shakllanayotgan bo'lsa ham, rivojlangan mamlakatlar tajribasi o'xshash vaziyatni aks ettiradi.

Umuman olganda, moliyaviy texnologiyalarni joriy etish asosida bank faoliyatini raqamli iqtisodiyot sharoitlariga moslashtirish quyidagi vazifalarni hal etishga asoslanadi:

- bank xizmatlari bozorida zarur raqobat darajasini ta'minlash, bu bozorning o'zi va undagi raqobatchilar chegaralarining kengayishi bilan bog'liq bo'lib, raqobat muhitining yuqori konsentratsiyasi darajasining bank mijozlariga xizmat ko'rsatish sifatiga salbiy ta'sirini kamaytirishga imkon beradi;

- bank xizmatlarining sifati, mavjudligi va assortimentini oshirish, bu bir tomondan, mamlakat iqtisodiyotining bank sektorining samaradorligi va barqarorligining zarur darajasiga erishishga yordam beradi, boshqa tomondan esa bank xizmat ko'rsatish tizimining sifatli o'zgarishini ta'minlaydi;

- bank faoliyatining xavfliligini kamaytirish, bu ayniqsa raqamli bank xizmatlarini ko'rsatish sharoitida, shu jumladan raqamli maydonda bank operatsiyalarini amalga oshirish xavfsizligini ta'minlash, shuningdek moliyaviy firibgarlik sonini minimallashtirish qismida muhimdir;

- banklarning o'z moliyaviy texnologiyalari va innovatsiyalarini ishlab chiqish va joriy etish.

Bank xizmatlari bozorining shakllangan raqamli infratuzilmasi bank mijozlariga xizmat ko'rsatishning raqamli kanallarini quyidagi yo'nalishlarda yaratish va amalga oshirishga imkon beradi:

1. Tezkor to'lovlar tizimi aksariyat mamlakat banklarini yagona to'lov tarmog'iga birlashtiradi. Ushbu raqamli xizmat ko'rsatish kanalidan foydalanish banklarga jismoniy shaxslar o'rtasida (mobil telefon raqami orqali), shuningdek jismoniy va yuridik shaxslar o'rtasida (QR-kod orqali) to'lovlarni amalga oshirish sifati va tezligini oshirgan holda tranzaktsion xarajatlarni kamaytirishga imkon beradi. Zamonaviy banklarning mahsulot liniyasi bank hisobi va/yoki bank kartasiga bog'liq holda shakllanishini hisobga olgan holda, ular raqamli bankingni rivojlantirishda laylak effektini beradi, tezkor to'lovlar tizimi bank mijozlariga xizmat ko'rsatish sifati, tezligi va samaradorligini sezilarli darajada oshirishga imkon beradi.

2. Moliyaviy marketpleys bank xizmatlari supermarketi, ya'ni raqamli platformada taqdim etilgan tijorat banklarining mahsulotlari va xizmatlarini qidirish va sotib olish uchun raqamli kanal hisoblanadi. Tijorat banklari, albatta, o'z marketpleyslarini yaratishlari va targ'ib qilishlari mumkin, ammo barcha kredit tashkilotlari buning uchun moliyaviy imkoniyatga ega emas. Bu holda, Markaziy bank moliyaviy marketpleysi banklarga o'z mablag'larini sezilarli darajada sarflamasdan undan mijozlarga xizmat ko'rsatishning raqamli kanali sifatida foydalanish imkonini beradi. Makroregulator tomonidan yaratilgan markazlashtirilgan moliyaviy marketpleysdan tashqari, potentsial bank mijozlari boshqa moliyaviy marketpleyslar – bank.uz, bankxizmatlari.uz, deposit.uz xizmatlaridan foydalanishlari mumkin, ammo

ularning funksionalligi muayyan raqamli platformaga ulangan banklar va moliyaviy tashkilotlar doirasi bilan cheklangan.

3. Bank mijozlarining biometrik parametrlari asosida masofadan identifikatsiya texnologiyalari. Mijozlarga xizmat ko'rsatishning raqamli kanallariga ommaviy o'tish banklardan shaxsni identifikatsiya qilishga, shuningdek bank operatsiyalari va xizmatlari bo'yicha tranzaktsiyalarni tasdiqlashga sifat jihatidan yangi yondashuvlarni talab qiladi. Bank mijozlariga masofadan xizmat ko'rsatish kanallarining shakllanishi va rivojlanishi davrida ularning identifikatsiyasi bankomat va ko'p funksiyali terminallar tizimi orqali yoki SMS-xabarlar va/yoki push-bildirishnomalar orqali olingan login va parollar tizimi asosida amalga oshirilgan. Biroq, raqamli xizmat ko'rsatish kanallari orqali amalga oshiriladigan bank mahsulotlari va xizmatlarining kengayishi bank mijozlarini identifikatsiya qilish tizimiga innovatsiyalarni joriy etishni talab qiladi.

Biometrik identifikatsiya parametrlariga asoslangan bank xizmatlarining yangi standartlarini ishlab chiqish va joriy etish raqamli platformalar va mobil ilovalar orqali bank mahsulotlari va xizmatlaridan foydalanishda kiberhavfsizlik darajasini oshirish va moliyaviy firibgarlik holatlarini kamaytirishga imkon beradi.

4. Bank mijozining raqamli profili. Banklarga chakana mijozlarning shaxsiy ma'lumotlariga ularning roziligi bilan masofadan kirish imkonini beradi.

Davlat axborot tizimlari va idoralaridan ma'lumotlar olishning raqamli kanallaridan foydalanish mijozlar so'rovlarini qayta ishlash vaqtini qisqartirish va raqamli xizmatlar orqali to'liq amalga oshirish mumkin bo'lgan bank mahsulotlari va xizmatlari ro'yxatini kengaytirishga imkon beradi.