

Marketing konsepsiyasining asosini iqtisodiyot subyektlari barcha bo'linmalari faoliyatini iste'molchiga yo'naltirish tashkil etadi. Ishlab chiqarish, xizmatlar sohasidan ko'ra bank mijozlarining xulq-atvori murakkab bo'ladi. Zero, mijozga xizmat ko'rsatish bir vaqtning o'zida ro'y beradi. Binobarin, bank mijozlari bank mahsulotlarining amaldagi yoki salohiyatli xaridorlari sanaladi.

Xulosa va takliflar. Tadqiqotimiz natijasida olingan natijalar, tahlillar natijasida xulosa sifatida shuni ta'kidlash joizki, marketing strategiyalarini banklarda qo'llash banklarning raqobatbardoshligini oshiradi, mijozlarni jalb qilish uchun bank ehtiyojga qarab taklif beradi. Shu bilan birga, quyidagi xulosalarga kelindi:

– banklarda marketing tadqiqotlarini olib borish uchun malakali mutaxassislar, marketologlarni jalb etish orqali marketing tadqiqotlarini yanada kengaytirish;

– mijozlarning talablari, ehtiyojlarini o'rganish maqsadida bank tomonidan onlayn so'rovnomalar tuzish va o'tkazish;

– banklarning imijini oshirish, bank xizmatlari haqida reklamalarni taqdim etish;

– “mobil-banking”ni yanada rivojlantirish maqsadida chegirmalar taqdim etish;

– mijozlar uchun barcha xizmatlarni masofaviy tarzda amalga oshirish uchun “mobil-banking” dasturlari funksiyalarini kengaytirish;

– tadbirkorlarga imtiyozlar ajratish orqali banklarda ishonchli mijozlari sonini oshirish;

– mijozlar bilan kommunikativ aloqa tizimini amalga oshirish. mijozlar bilan bank kommunikatsiyasini rivojlantirish – bank mijozlari sodiqligini rivojlantirish;

– mass-media orqali banklarning faoliyatini doimiy yoritib borish.

Yuqoridagi xulosa va takliflarni amaliyotga yanada kengroq qo'llash, o'ylaymizki, banklarning faoliyatini yangi darajalarga olib chiqadi.

Manba va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Brun, Isabelle, Durif, Fabien et Ricard, Line. 2014. *E-relationship marketing: A cognitive mapping introspection*, *European Journal of Marketing*. 48 (3/4), p. 572-594.
2. Madan R., Agrawal R., Matta M. G. *Relationship marketing strategies in banking sector: A review*. // *International Journal of BRIC Business Research (IJBBR)*. 2015. T. 4. №. 4. C. 01-10.
3. Nethala V.J., Pathan M.F.I., Sekhar M.S.C. *A Study on Cooperative Banks in India with Special Reference to Marketing Strategies*. // *Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol. 2022*. T. 28. №. 04.
4. Ivanchenko O.V. et al. *Marketing relations and communication infrastructure development in the banking sector based on big data mining*. 2019.
5. Бисенова Р.А., Кулакаева И.Б., Смагулова Ж.Б. *Маркетинговые исследования в коммерческих банках*. // *Успехи современного естествознания*. 2015. №. 1-4. С. 667-672.
6. Бондаренко В.А., Семерникова Е.А. *Актуализация маркетинга партнерских отношений в секторе оказания банковских услуг*. // *Практический маркетинг*. 2013. №. 8 (198). С. 10-17.
7. Ortiqov O.A., Qulliyev I. *Bank menejmenti va marketingi*. // *O'quv qo'llanma*. – T.: Iqtisod-moliya, 2015.
8. Аллаёрова Д.Н. *Организация маркетинга в коммерческих банках*. – T.: ИПТД «Чулпан», 2005.
9. Мустафаев Б.З. *Банк маркетинги молия бозори шаклланиши ва ривожланиши асослари*.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi
11. <https://cbu.uz/upload/medialibrary/040/qw2nh6p94g1jzy19fv16v1q69o6d021w/Yillik-hisobot-2023.pdf>
12. O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining 2021-yil uchun hisoboti ma'lumotlari.
13. <https://cbu.uz> – O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy sayti ma'lumotlari.



ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА ЯНГИ БАНК ХИЗМАТЛАРИНИ ЖОРИЙ ЭТИШНИНГ ИЛҒОР ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАРИ

Умаров Абдулқуддус Абдилхатович
Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академияси мустақил тадқиқотчиси

https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss6/a7

Аннотация. Мақолада банк хизматларининг шаклланиш босқичлари, уларнинг молиявий хизматлар бозоридagi роли назарий жиҳатдан ўрганилган. Банк хизматларини жорий этиш бўйича АҚШ, Хитой ва Туркия каби мамлакатларнинг тажрибалари тадқиқ этилган. Тадқиқотлар асосида янги банк хизматларини ривожлантиришга қаратилган илмий-таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: банк хизматлари, инновация, масофавий хизмат, молиявий хизмат, банк картаси, мобил илова.

ПЕРЕДОВОЙ ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Умаров Абдулқуддус Абдилхатович
Исследователь Банковско-финансовой
Академия Республики Узбекистан

Аннотация. В статье теоретически изучены этапы становления банковских услуг, их роль на рынке финансовых услуг. Изучен опыт таких стран, как США, Китай и Турция, по внедрению банковских услуг. На основе исследований разработаны научные предложения и рекомендации, направленные на развитие новых банковских услуг.

Ключевые слова: банковские услуги, инновации, дистанционное обслуживание, финансовый сервис, банковская карта, мобильное приложение.

ADVANCED FOREIGN EXPERIENCES OF INTRODUCING NEW BANKING SERVICES IN COMMERCIAL BANKS

Umarov Abdulquddus Abdilkhatovich
Academy of Banking and Finance of the Republic
of Uzbekistan independent researcher

Abstract. In the article, the stages of formation of banking services, their role in the market of financial services are studied theoretically. The experiences of countries such as the USA, China and Turkey on the introduction of banking services have been studied. Scientific proposals and recommendations aimed at the development of new banking services have been developed on the basis of research.

Keywords: banking services, innovation, remote service, financial service, bank card, mobile application.

Кириш. XXI аср ахборот асри бўлганлиги молиявий хизматлар бозорида туб бурилишлар вужудга келишига олиб келди. Ҳозирги кунда анъанавий молиявий хизматларнинг камайиш тенденцияси вужудга келиб, масофавий хизматларнинг 24/7 режимда амалга оширилишига бўлган заруратнинг вужудга келишини кузатиш мумкин. Молиявий технологияларни иқтисодиётнинг янги моделини шакллантиришга олиб келаётган ва рақамли иқтисодиётни тобора ривожлантириш учун ундаётган тенденция десак, муболаға бўлмайди.

2015 йилда 45-Жаҳон иқтисодий форумида Хитойнинг Алибаба электрон тижорат платформаси асосчиси Жек Ма 2025 йилга келиб, савдолар ҳажми юзасидан АҚШнинг Валмарт савдо тармоғи ҳажмидан ошиб кетишни режа қилаётганлигини таъкидлаб ўтди (<https://www.financialexpress.com>).

Шунингдек, у ушбу тенденция доирасида 2 млрд. истеъмолчига хизмат кўрсатиш ва 10 млн. дан ортиқ бизнес субъектларига хизмат кўрсатишни кўзда тутаётганлигини қайд этиб ўтди. Бу эса Ж.Манинг электрон Жаҳон савдо ташкилотига бўлган эҳтиёжни вужудга келтиради, деган фикрни асослашга ҳаракат қилиши билан изоҳланади.

Бизнингча, ушбу тенденцияларнинг юзага келиши масофавий тўловларни амалга оширишга бўлган юқори талабни шакллантиришга хизмат қилади. Сабаби электрон савдоларнинг ривожланиши банклар ва бошқа молиявий транзакцияларни амалга оширувчи муассасаларга янги хизматларни жорий этишни кун тартибига олиб чиқиб улгурди, деб ўйлаймиз.

Молиявий хизматлар бозори ҳажмининг ривожланиши сезиларли даражада катта бўлаётганлигини қайд этиш лозим. Ҳозирги кунда глобал ялпи ички маҳсулотнинг 24 фоизи (<https://statisticstimes.com>) атрофида молиявий хизматлар эканлигини таъкидлаш мумкин. Ушбу рақам молиявий хизматларнинг қанчалик аҳамиятли бўлиб бораётганлигини ўзида акс эттириб беради.

Қайд этиш лозим, банк ва нобанк ташкилотлар томонидан тақдим этилаётган молиявий хизматлар истеъмолчиларнинг “дангаса”лик тамойили асосида янада такомиллаштириш зарурати билан ривожланмоқда. Бунда истеъмолчиларнинг масофадан туриб кунинг исталган вақтида молиявий транзакцияларни амалга ошира олиши муҳим аҳамиятга эга бўлмоқда. Биз тадқиқотимизнинг мазкур босқичида банклар томонидан кўрсатиладиган молиявий хизматлар бўйича хори-

жий мамлакатларнинг тажрибаларини ўрганишимиз ва улардан келиб чиқадиган айрим жиҳатларни жорий этиш юзасидан тавсиялар ишлаб чиқишга ҳаракат киламиз.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқотни амалга оширишда назарий қарашлар тизимлаштирилади. Улар эмпирик тадқиқотларнинг назарий хулосаларини қиёсий баҳолашга имкон берувчи методлар асосида шакллантирилади. Тадқиқотлар асосида назарий-илмий хулосалар шакллантирилади.

Адабиётлар шарҳи. Олиб борилган тадқиқотларимизда қайд этганимиздек, аҳолининг даромадлари истеъмол босқичидан жамғаришга ўтгани сари молиявий хизматларга нисбатан босим ошиб бориши маълум бўлмоқда. Шу ўринда Хитой Халқ Республикаси (ХХР)нинг молиявий хизматлар бозоридаги тажрибасини ўрганиш ва уни мамлакатимиз банк хизматлари бозорида жорий этишга ҳаракат қилиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. С.Ган ва бошқалар (2016) томонидан олиб борилган тадқиқот натижасига кўра, иқтисодий ўсишининг жадаллашуви, уй хўжаликлари даромадларининг ортиши, халқаро истеъмол маданиятининг кириб келиши Хитой аҳолиси жамғариши истеъмолининг кучайишига шарт-шароит яратиш бераётганлигини кўрсатади.

К.Чан ва Л.Тсанг ва Ж.Чен (2017) ўзларининг тадқиқотларида ёшлар томонидан банкларни танлаш борасидаги тенденциялар таҳлил этилади. Тадқиқот сўровномасида иштирок этганларнинг тажрибалари асосида илмий хулосалар шакллантирилади. Банк хизматлари яхши ва ёмон тоифаларига тизимлаштирилади. Уларнинг фикрича, хизматларнинг қандай сифатга эга бўлиши тўртта кўрсаткичга асосланиб шакллантирилади. Жумладан, банк ходимлари муомаласи, хизматни тақдим этиш жараёни, банк ички инфратузилмаси ва молиявий хизмат ҳақи олиш кабилардир. Банк хизматларининг яхши мақомига эга бўлиши ходимларнинг хушмуомала ва ишга лаёқатли бўлиши, хизматлар учун кутиш жараёнининг қисқалиги, кутиш залининг қулайлиги, молиявий ҳақнинг пастлиги ёки камлиги кабилар изоҳланса, ёмон тоифага кирувчи банк хизматлари ходимларнинг қўполлиги, навбатнинг узунлиги, тушунарсиз жараёнлар, ходимнинг бошқалар билан суҳбатлашиши, ички инфратузилманинг қулай эмаслиги, тушунарсиз молиявий ҳақ ундириш каби жиҳатларнинг мавжудлиги банк хизматларини тизимлаштиришга хизмат қилишини таъминлашини таъкидлаш лозим.

Г.Барбара ва бошқалар (2022) кредит карта ва инсонларнинг харид кайфияти ўртасидаги боғлиқликни таҳлил этади. Унинг фикрича, инсонларнинг режалаштирилмаган харидларни амалга оширишда кредит карталарининг роли сезиларли аҳамиятга эга эканлиги асосланган. Шу нуқтаи назардан банклар томонидан кредит карталарининг жорий этилиши инсонларнинг дўконларни айланиб юришлари пайтида ижобий таъсирга эга бўлади. Ўз навбатида, улар харидларни амалга оширишга мойиллигидан банк карталаридан қониқиш ҳосил қилишларига шарт-шароит вужудга келади.

З.Ондер ва С.Ўзйилдирим (2011) Туркия банкларининг кредит сиёсати иқтисодий ўсишига таъсирини баҳолашга ҳаракат қилади. Уларнинг фикрича, давлат улуши бўлган банклар юқори даромадли ҳудудларда иқтисодий ўсишга ижобий таъсир қилса, кам ривожланган ҳудудларда сезиларли аҳамиятга эга эмаслигини қайд этиб ўтишади. Хусусий банклар томонидан ажратилган кредитлар эса ҳудуднинг қандай иқтисодий салоҳиятга эга бўлишидан қатъий назар ривожланишга йетарли имконият яратиши таъкидлаб ўтилади.

О.Чепни ва бошқалар (2020) томонидан амалга оширилган тадқиқотларда ҳам банк кредити ва иқтисодий ўсиш ўртасидаги ўзаро боғлиқлик таҳлил этилади. Уларнинг фикрича, Туркияда 2004-2019 йилларда банк кредитлари бошқа молиявий қарз/инвестиция йўналишларига нисбатан иқтисодий ўсишга ижобий таъсир кўрсатган. Шунингдек, кредитларнинг миллий валютада берилиши хорижий валютада берилганларга нисбатан ҳам сезиларли аҳамиятга эга бўлган.

О.Байрам, И.Талай ва М.Феридун (2022) ўзларининг мақолаларида Туркияда молиявий технологияларнинг ривожланиши ва унга таъсир этувчи омилларни тизимлаштиришга ҳаракат қилади. Туркия молиявий технологиялар экотизимининг тўлақонли ишлаши учун тўртта омил мавжуд бўлиши лозимлигини таъкидлаб ўтишади. Жумладан, улар қаторига молиявий истеъмолчилар, тартибга солувчи институтлар, маблағларни таъминловчилар ва инсон капитали каби омилларни келтиришади.

Фикримизча, банкларнинг кредит бозоридаги хизматларни тақдим этиши иқтисодий ўсишнинг таъминланишида муҳим хусусиятга эга бўлмоқда. Ўз навбатида, хусусий банкларнинг роли сезиларли иқтисодий ўсишнинг вужудга келишига шарт-шароит

яратиб бермоқда. Бу эса банк хизматларининг нафақат истеъмолчилар учун, балки макро-иқтисодий барқарорлик учун ҳам муҳим роль ўйнаётганлигини кўриш мумкин.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси. ХХР жаҳоннинг иккинчи иқтисодиёти бўлиб, жаҳон ЯИМдаги улуши 20 фоиз атрофида ташкил қилади. Бу эса иқтисодиётнинг йирик ўзгаришларга юз тутаётганлигини англатади. Ҳозирги кунда ХХРда дебит карталари сони 8,68 млрд. донани ташкил этаётганлиги ҳар бир хитойликда ўртача 5 тадан дебит карталари мавжудлигини кўрсатади. Ушбу рақам 2010 йилда 2,19 млрд. донага тенг бўлган (<https://www.statista.com>). Ўз навбатида, кредит карталарининг сони ҳам ошиб бораётганлигини кузатиш мумкин. Жумладан, 2021 йилда кредит карталари сони 800 млн. дан ортиқни ташкил этган (<https://www.statista.com>).

Фикримизча, жаҳонда банк карталаридан фойдаланиш тенденциялари ошиб бермоқда. Бу эса банклар томонидан қулай ва сифатли молиявий хизматларни тақдим этишига нисбатан заруратни вужудга келтирмоқда. Бу борада, ёш авлоднинг меҳнат бозорига кириб келиши билан иш ҳақи олиш, истиқболдаги даромадларига таяниб, турли шаклдаги кредитларга эҳтиёжнинг ортиши каби жиҳатлар банкларнинг молиявий хизматни тақдим этиш асосини ривожлантиришга талабни оширмоқда. Ўз навбатида, банклар олдида жорий ва истиқболдаги потенциал мижозлар истакларини таҳлил қилиш зарурати кўзга ташланмоқда. Мазкур масалани ХХР тажрибасида ҳам кўришимиз мумкин.

Эътибор бериш керак, ХХРда банклар тижорат, давлат ва ривожланиш банклари нуқтаи назаридан ўзаро фарқланади. Ушбу банклар хусусияти бўйича молиявий хизматларни амалга оширади. Тижорат банклари аҳолига молиявий хизматларни таъминлаши жиҳатидан етакчи ҳисобланади. Ушбу банклар томонидан дебит ва кредит карталарининг эмиссия қилиниши хитойликларга мамлакатдан ташқарида ҳам тўловларни амалга оширишга имкон беради. Дебит ва кредит карталарининг алоҳида ажратилиши банкларга кредит сиёсатини ишлаб чиқиш ва бошқа молиявий хизматларни табақалаштириш юзасидан етарли шарт-шароитни яратиб беради.

Бунда ҳар бир банк картаси юзасидан алоҳида молиявий сиёсат амалга оширилиши белгиланган бўлиб, фуқаролардан ҳам лозим даражада молиявий саводхонликни талаб эта-

ди. Бу эса банк томонидан карталар бўйича хизматларни кўрсатишда осонлик ва қулайлик яратишда муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади. Шунингдек, банклар ўз мижозларига молиявий қарорларни қабул қилишда молиявий маслаҳатчи вазифасини ўташга ҳаракат қилади. Молиявий маслаҳатчи ўрнида маблағларни бошқариш ва уларни инвестиция сифатида жойлаштириш бўйича кўрсатмалар берилиши назарда тутилади. Ҳозирги кунда ХХР банк хизматлари бозорига қуйидаги тенденциялар алоҳида хусусият билан ривожланаётганлигини таъкидлаш лозим:

Контактсиз тўлов. Ушбу тенденциянинг Ўзбекистон шароитида ҳам ривожланаётганлигини кузатиш мумкин. Шундай бўлса-да, контактсиз тўлов учун дебит ёки кредит карталарига нисбатан мезонларнинг ишлаб чиқилмаганлиги уни ишлаб чиқишга бўлган заруратни ўзида акс эттириб беради. Ҳозирги кунда ХХРда нафақат банк ўз иловалари орқали, балки бошқа халқаро даражадаги тўловларни амалга ошириш учун молиявий иловалардан ҳам фойдаланишни ривожлантирмоқда. 2021 йилда Apple Pay Google Pay иловаларидан мос равишда 44 ва 25 млн. киши (<https://www.regions.com>) фойдаланганлиги тўловларни глобал миқёсда таъминлаш зарурати вужудга келганлигини ўзида акс эттиради. Бу эса контактсиз тўловнинг халқаро миқёсдаги шакли ҳам ривожланиш босқичига кирганлигини кўрсатиб беради.

Alipay ва WeChat каби мобил тўловларни амалга оширувчи иловалар ҳозирги кунда ХХРнинг энг йирик молиявий хизматларни таъминловчи платформага айланиб улгурган. 2020 йилда ушбу иловалардан мос равишда 1,21 ва 1,01 млрд. киши фойдаланган бўлса, 2025 йилга бориб, ушбу рақамлар 1,275 ва 1,07 млрд. кишига етиши прогноз қилинмоқда (<https://www.statista.com>). Мазкур технологияларнинг ривожланиши мобил ҳамён билан интеграцияни таъминлашга хизмат қилади. Бу эса халқаро даражада тўловларни ҳам амалга оширишга имкон яратади.

Кешбек тизимининг дебит карталари тизимига жорий этилганлиги. Ушбу тизимнинг мавжудлиги мижозларга молиявий маблағларини қайси банк орқали бошқариш ва уни молиявий қийматини барқарорлаштиришда ёрдам берса, бошқа жиҳатдан банкларга ўз мижозларининг содиқлигини таъминлашда хизмат қилади.

Мобил иловалар орқали молиявий маслаҳатларнинг амалга оширилиши. Ушбу функция орқали молиявий саводхонлик юза-

сидан мижозларга профессионал хизматлар кўрсатиш ва улар учун жозибатор бўлган хизматларни тақдим этишда фойдаланиш мумкинлиги. Бу эса мижозларга молиявий мураккаблик касб этувчи қарорларни қабул қилишда ёрдам беради. Шу боисдан банк хизматларининг жозибаторлиги барқарор ривожланиб боради.

Хулоса қилиб айтганда, ХХР молиявий хизматлар бозорида нобанк шаклдаги молиявий хизматларни тақдим этувчи субъектларнинг мавжудлиги молиявий транзакцияларни амалга оширишда рақобат муҳитининг кескинлигини ўзида акс эттириб беради. Шу боисдан банкларга ҳам маҳаллий, ҳам халқаро даражада молиявий хизматларни тақдим этиш имкониятини жорий этиш заруратини талаб этади, деб ўйлаймиз.

Банк хизматлари бозорида АҚШ тажрибаси алоҳида аҳамиятга эга. Ушбу мамлакатда инсонлар даромадининг барқарор эканлиги фуқароларнинг қарз олиш ва истеъмолни молиялаштириш амалиёти сезиларли ривожланиб улгурган. АҚШ жаҳон иқтисодиётининг молиявий марказларидан бири ҳисобланади. Шу боисдан банк хизматлари бозори ҳам юқори тенденцияларни ўзида акс эттириб беради.

М.Сурекха ва бошқалар (2022) томонидан амалга оширилган тадқиқотларда кредит карталари дастлаб АҚШда 1940 йилларда пайдо бўлганлиги қайд этиб ўтилади. Ушбу турдаги карталарни масофадан бошқариш мумкинлиги, масофавий харидларни амалга оширишдаги каби қулайликлари билан мижозлар ўртасида тезда машҳурликка эришгани ўрганилади.

2020 йил ҳолатига кредит карталари сони 1,069 млрд. дона бўлган бўлса, дебит карталари сони 331 млн. донани ташкил этган. Ҳозирги кунда ўртача кредит картаси бўйича қарзлар ҳажми энг юқори Аляска штати 7000 АҚШ доллари бўлса, Висконсин штатида ушбу рақам 4600 АҚШ долларини ташкил этади. Америкаликларнинг 40 фоизи чакана харидларни кредит карталари орқали амалга ошираётганлиги бу каби хизматларга бўлган эҳтиёжнинг сезиларли улушга эга эканлигини ўзида акс эттиради (тадқиқотчи томонидан тўпланган).

АҚШ микроқарз амалиёти ҳам мавжуд бўлиб, унинг миқдори 50000 АҚШ долларигача бўлиши мумкин. Унинг кичик бизнес субъектлари фаолиятига мос келиши билан хусусиятга эга бўлиши унинг муддати қисқа муддатли йиллар билан изоҳланади десак, муболаға бўлмайди. Шу ўринда кредит карталари

орқали айрим фарқларнинг қуйидаги жиҳатлар билан ифодаланишини таъкидлаш мумкин:

Тузилмаси бўйича. Микроқарз олдиндан белгиланган шарт ва муддатларда тўловларни амалга ошириш лозим бўлади. Қарз олувчилар маълум қийматдаги маблағни олиб, ушбу қарзни фоизи билан бирга қайтариши лозим бўлади. Кредит картасида қарзлар янгилашиш хусусиятига эга бўлади. Қарз олувчиларга қарз лимитлари асосида қарз олиш имконияти тақдим этилади.

Қарз ҳажми бўйича. Микроқарз маълум бир амалиётни бажаришга асосланган ҳолда бўлиши мумкин. Кредит картаси микроқарз ҳажмидан мос даврда катта бўлиши мумкин. Бунда қарз олувчининг кредит қайтариш лаёқати кредит картасидаги қарз ҳажмини белгилашга асос бўлади.

Мақсади бўйича. Микроқарз маълум мақсадни молиялаштириш учун кўзда тутилади. Микроқарзда қарз олувчи ўзининг бизнес режасини тақдим этиши талаб этилади. Кредит картасида тўловларни амалга оширишда олдиндан мақсад белгилаш талаб этилмайди. Қарз олувчи ўз харидлари доирасида фойдаланиши мумкин бўлади.

Фоиз тўлови бўйича. Микроқарз фоизлари олдиндан белгиланган ва кредит картаси бўйича қарздан юқорироқ бўлади. Кредит картасида фоизлар бирмунча юқорироқ бўлиши билан хусусиятланади.

Қайтариш муддати бўйича. Микроқарз белгиланган муддатлар бўйича ойма-ой тўлаб борилиши лозим бўлади. Кредит карталарида қарзни қайтариш минимал қийматини қайтариш лозим бўлади. Қатъий белгиланган қайтариш суммасига амал қилиш шарт бўлмайди.

Банк хизматлари бозорида Туркия тажрибасини ўрганиш билан тадқиқотимизнинг мазкур қисмини давом эттираемиз. Маълумки, Туркия иқтисодиёти жаҳон иқтисодиётида аҳамиятли улушга эга бўлиш билан бирга, молиявий хизматлар бозорида ривожланиш тенденциялари жадаллик касб этади. Туркияда банклар таснифланган бўлиб, улар депозит жалб этувчи ва кредит тақдим этувчи, инвестицион ва тараққиёт лойиҳаларини молиялаштирувчи давлат ва нодавлат банклари билан ифодаланади.

Туркияда тўловларнинг рақамли технологиялардан фойдаланиб амалга ошириш тенденциялари жадал ривожланишни акс эттирмоқда. Жумладан, электрон тижоратнинг кенгайиши онлайн тўловларга бўлган заруратнинг янада чуқурлашишига олиб кел-

моқда. Масалан, рақамли технологик тўловларнинг ҳажми 2022 йилда 63,5 млрд. АҚШ долларига тенг бўлган, 2027 йилга келиб, ушбу рақам 137 млрд. АҚШ долларига етиши башорат қилинмоқда. Ўз навбатида, савдо нуқталаридаги нақд тўловларнинг улуши 38 фоизни ташкил этмоқда (<https://www.statista.com>).

Бизнингча, тўловларни амалга оширишда рақамли технологияларнинг кириб келиши банк хизматларининг трансформациясига сезиларли таъсир кўрсатаётганлигини кўплаб давлатларнинг тажрибасида кузатиш

мумкин. Бу, ўз навбатида, электрон ҳужжатлаштириш жараёнларини тартибга солишга бўлган заруратни тақозо қилади, деб ўйлаймиз. Туркияда 2008 йил 5 ноябрда 5809-сонли “Электрон коммуникациялар тўғрисида” қонун қабул қилинган. Мазкур қонун билан молиявий хизмат кўрсатувчилар ўз мижозлари билан электрон тарзда масофадан шартнома тузишни тартибга солишни назарда тутди. Бу эса икки томоннинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари янада мустақкам таъминланишига хизмат қилади.

1-жадвал

2016-2022 йилларда Туркияда электрон тижоратда тўловларни амалга ошириш турлари ва уларнинг улуши

Тўлов тури	2016 й.	2017 й.	2019 й.	2020 й.	2021 й.	2022 й.
Кредит картаси	80 %	81 %	56 %	52 %	57 %	53 %
Банк трансфери	3 %	9 %	12 %	13 %	12 %	14 %
Дебит картаси	6 %	3 %	6 %	9 %	10 %	12 %
Е-ҳамён, рақамли ҳамён	7 %	4 %	6 %	9 %	6 %	9 %
Нақд тўлов	3 %	3 %	7 %	6 %	7 %	6 %
Олдиндан тўлов	1 %	-	4 %	4 %	4 %	3 %
Припей	-	-	-	2 %	2 %	1 %
Бошқа	-	-	1 %	1 %	-	1 %
Тўғридан-тўғри дебит	-	-	-	1 %	2 %	-
Фоизли карта	-	-	8 %	4 %	-	-

Манба: <https://www.statista.com>

Электрон тижоратда савдо қилиш ва тўловларни масофадан амалга ошириш жараёнларида кредит карталаридан фойдаланиш йирик улушга эга бўлаётганлигини кузатиш мумкин. Бунда банк транзакциялари ва электрон ҳамён орқали тўловларни таъминлаш амалиёти ривожланаётган бўлса-да, кредит карталарининг улуши доминантлигича қолаётганлигини кўриш мумкин (1-жадвал).

Фикримизча, электрон ҳамён категориясининг ривожланиши кўплаб тажрибадан маълум бўлмоқда. Бунинг афзаллиги сифатида мобил қурилма орқали банк картаси иштирокисиз тўловларни ҳам жойида, ҳам масофадан туриб амалга ошириш имконини бериши билан изоҳланади. Ушбу амалиётнинг ривожланаётганлиги рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда молиявий хизматларни тартибга солиш билан боғлиқ заруратни ўзида акс эттириб беради.

Хулоса ва таклифлар. Банк хизматлари бозорида ХХР тажрибасининг айрим жиҳатларини жорий этишда қуйидаги тавсияларни инобатга олиш мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз:

Банк хизматларини таснифлашда молиявий, техник ва ижтимоий кўрсаткичларга асосланиб, амалга ошириш. Бунда молиявий кўрсаткич тизимига молиявий ҳақ олиш, молиявий жараёнларнинг тушунарли бўлиши кабилар кирса, техник жиҳатларга онлайн ва оффлайн хизматларни кўрсатишда жараённинг қулайлиги ва соддалиги, шунингдек, ижтимоий кўрсаткичлар тизими онлайн хизматларда мобил илованинг “дўстоналиги бўлса”, оффлайн хизматларда ходимларнинг хушмуомалалигини назарда тутиш лозим.

Банклар томонидан дебит ва кредит карталарига бўлган молиявий сиёсатни тизимлаштириш. Бунда кешбек тизимининг ишлашига доир бўлган меъёрий қоидаларни жорий этиш. Мижозларнинг маблағларини бўш турган пайтида фойдаланиши юзасидан мезонларни янада оптималлаштириш муҳим ҳисобланади.

Бизнингча, Ўзбекистон амалиётида банк хизматларини такомиллаштиришда банк карталарини дебит ва кредит мақоми билан ажратиш орқали аҳолининг қисқа ва узоқ муддатли истеъмолини молиялаштириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Биринчидан, ипотека ва автокредит асосида амалга ошириладиган истеъмолни молиялаштиришдан бошқа турдаги харидларни амалга оширишда кредит картаси асосида қарз бериш амалиётини ривожлантириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Иккинчидан, иш ҳақи учун тақдим этилган банк (дебит) карталарига микроқарз бериш амалиётидан кўра, кредит карталари асосида қарз бериш амалиётини жорий этиш. Бунда мижоз кредит картани олганда, қарзни ундириш билан боғлиқ бўлган олдиндан келишувларни шахсан имзолашига имкон туғилади. Бу эса иш ҳақи карталарига онлайн микроқарз бериш амалиётидан кўра rischi камроқ бўлади, деб ўйлаймиз.

Учинчидан, мижозлар учун қарзни янгилаб бориш амалиёти имконияти туғилади. Уларнинг кредит тарихи билан боғлиқ жараёнлар молиявий ҳолатга эмас, балки уларнинг молиявий характерига боғлиқ тарзда шаклланишига шарт-шароит яратилади.

Умуман олганда, Туркия тажрибасида банк хизматларини ривожлантиришда фойдаланиш ўзига хос хусусият касб этади. Бунда молиявий хизматлар кўрсатишда мезонларнинг ҳуқуқий асослари ишлаб чиқилганлиги муҳим аҳамият касб этади. Бизнингча, қуйи-

даги жиҳатларга эътибор бериш мақсадга мувофиқ ҳисобланади:

Молиявий хизматларни тақдим этишда масофадан хизмат кўрсатувчи ва мижоз ўртасида шартномалар тузишнинг асосий шартларини белгилаш. Мазкур шартнома асосида вужудга келадиган ҳуқуқий оқибатларга икки томон бошқа талқинларсиз ижросини таъминлаши муҳим ҳисобланади. Масофавий молиявий хизматлар учун шартномалар тузилганда, мижознинг молиявий қарз мажбуриятлари тўлақонли шартномага электрон имзо қўйган шахсга тегишли бўлишини белгилаш лозим. Мазкур қонданинг киритилиши банкларнинг муддати ўтган қарздорликларининг олдини олишга ёрдам беради, деб ўйлаймиз.

Хулоса қилиб айтганда, мамлакатимиз банк хизматлари бозорида молиявий хизматларни таснифлаштириш, уларни тақдим этиш воситаларининг хусусиятлари асосида гуруҳларга ажратиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бунда, биринчидан, банк карталарини тизимлаштириш, иккинчидан, кредитларни қайтариш жадвалини табақалаштириш имконини бериш ва учинчидан, хизмат кўрсатувчи ва мижоз ўртасидаги онлайн молиявий муносабатларни тартибга солишга қаратилган ҳуқуқий асосларни ишлаб чиқиш муҳим ҳисобланади.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Jack Ma wants Alibaba to surpass Walmart in 10 years. <https://www.financialexpress.com/business/industry-jack-ma-wants-alibaba-to-surpass-walmart-in-10-years-34477/>
2. Statistics Times. Projected World GDP Ranking. <https://statisticstimes.com/economy/projected-world-gdp-ranking.php>
3. Gan C.E.C., Cohen K.A., Hu B., Tran M.C., Dong W. and Wang A. (2016) The relationship between credit card attributes and the demographic characteristics of card users in China// *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 № 7, pp. 966-984.
4. Number of debit cards in China from 2010 to 2022. <https://www.statista.com/statistics/1172209/china-number-of-debit-cards/#:~:text=In%202022%2C%20the%20number%20of,than%20five%20cards%20on%20average.>
5. Total number of credit cards in China from 2006 to 2021. <https://www.statista.com/statistics/450048/total-number-of-credit-cards-in-china/>
6. EMV vs. NFC Terminals: What's the Difference? <https://www.regions.com/insights/small-business/operations/emv-vs-nfc-contactless-payments-for-businesses#:~:text=More%20commonly%20known%20as%20contactless,payments%20from%20their%20digital%20wallet.>
7. Number of users of Alipay and WeChat Pay in China in 2020, with forecasts from 2021 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/1271130/mobile-wallet-user-forecast-in-china/>
8. Chan K., Tsang L., & Chen J. (2017). Marketing bank services to youth in China. *Young Consumers*, 18(3), 278-289. doi:10.1108/yc-03-2017-00672
9. Surekha M., Umesh U., Paul D. Dhinakaran. // *Journal of Positive School Psychology*, 2022, Vol. 6, No. 4, 5635-5645.
10. Тадқиқотчи томонидан <https://www.statista.com/ веб-саҳти маълумотлари асосида тўпланди.>
11. Gawior B., Polasik M., del Olmo J.L. Credit Card Use, Hedonic Motivations, and Impulse Buying Behavior in Fast Fashion Physical Stores during COVID-19: The Sustainability Paradox. *Sustainability* 2022, 14, 4133. <https://doi.org/10.3390/su14074133>.
12. Onder Z. & Ozyildirim S. (2011). Political Connection, Bank Credits and Growth: Evidence from Turkey. *The World Economy*, 34(6), 1042-1065. doi:10.1111/j.1467-9701.2011.01342.x
13. Çepni O., Hacıhasanoğlu Y.S. & Yılmaz M.H. (2020). Credit decomposition and economic activity in Turkey: A wavelet-based approach. *Central Bank Review*, 20(3), 109-131.
14. Bayram O., Talay I., Feridun M. Can Fintech Promote Sustainable Finance? Policy Lessons from the Case of Turkey. *Sustainability* 2022, 14, 12414. <https://doi.org/10.3390/su141912414>
15. Digital payments in Turkey. Statistics & facts. <https://www.statista.com/topics/10877/digital-payments-in-turkey/#topicOverview>
16. Market share of credit cards, wallets, cash, and other payment methods in e-commerce in Turkey from 2016 to 2022. <https://www.statista.com/statistics/817339/e-commerce-payment-methods-turkey/>