ISSN:3030-332X
Impact factor: 9,493
International journal of scientific researchers

TIJORAT BANKLARIDA MASOFAVIY XIZMATLAR KO‘RSATISHNI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI (“O’ZSANOATQURILISHBANK” ATB MISOLIDA)

Narzullayeva Zuhra Abdullo qizi
O‘zbekiston Respublikasi
Bank-moliya akademiyasi magistranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.23001848

Annotatsiya: Mazkur maqolada tijorat banklarida masofaviy bank xizmatlarini ko‘rsatish tizimini takomillashtirishning zamonaviy yo‘nalishlari “O‘zsanoatqurilishbank” ATB faoliyati misolida tadqiq etilgan. Tadqiqotning asosiy maqsadi bank xizmatlarini raqamlashtirish jarayonlari, mobil va internet-banking imkoniyatlari, mijozlarga masofadan xizmat ko‘rsatish sifati hamda ularning samaradorligini oshirish istiqbollarini aniqlashdan iborat. Maqolada tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, statistik ma’lumotlarni umumlashtirish va mantiqiy yondashuv usullaridan foydalanilgan. Masofaviy bank xizmatlarining mijozlar uchun qulaylik yaratishi, operatsion xarajatlarni kamaytirishi, bank xizmatlari tezkorligi va ommabopligini oshirishi yoritilgan. Shuningdek, axborot xavfsizligi, kiberxatarlar, raqamli savodxonlik darajasi, texnik infratuzilma va xizmatlarning uzluksizligini ta’minlash bilan bog‘liq muammolar tahlil qilingan. Tadqiqot natijasida sun’iy intellekt, biometrik identifikatsiya, masofaviy verifikatsiya, ochiq bank tizimi va shaxsiylashtirilgan raqamli xizmatlarni joriy etish orqali “O‘zsanoatqurilishbank” ATBda masofaviy xizmatlar ko‘rsatish samaradorligini yanada oshirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.
Kalit so‘zlar: tijorat banki, masofaviy bank xizmatlari, raqamli bank, mobil banking, internet banking, biometrik identifikatsiya, axborot xavfsizligi, bank innovatsiyalari, “O‘zsanoatqurilishbank” ATB.

Abstract: This article examines modern trends in improving the system of remote banking services in commercial banks using the example of the activities of JSCB “Uzsanoatqurilishbank”. The main purpose of the study is to identify the processes of digitization of banking services, the capabilities of mobile and Internet banking, the quality of remote customer service and prospects for increasing their efficiency. The article uses the methods of systematic analysis, comparative analysis, statistical data generalization and logical approach. The convenience of remote banking services for customers, reduction of operating costs, increase of speed and popularity of banking services are highlighted. Also, problems related to information security, cyber risks, level of digital literacy, ensuring the continuity of technical infrastructure and services are analyzed. As a result of the study, proposals and recommendations were developed to further improve the efficiency of remote services in JSCB “Uzsanoatqurilishbank” through the introduction of artificial intelligence, biometric identification, remote verification, open banking system and personalized digital services.
Keywords: commercial bank, remote banking services, digital bank, mobile banking, internet banking, biometric identification, information security, banking innovations, "Uzsanoatqurilishbank" JSCB.

Kirish: Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi bank-moliya tizimida xizmat ko‘rsatish shakllarini tubdan o‘zgartirib, mijozlarga tezkor, qulay va xavfsiz masofaviy xizmatlarni taklif etishni muhim vazifaga aylantirmoqda. Mobil banking, internet banking, onlayn to‘lovlar, masofaviy identifikatsiya va boshqa raqamli xizmatlarning kengayishi tijorat banklariga operatsion xarajatlarni

kamaytirish, xizmatlar sifatini oshirish hamda mijozlar bazasini kengaytirish imkonini bermoqda. Shu bilan birga, axborot xavfsizligini ta’minlash, kiberxatarlarni kamaytirish, texnik infratuzilmani modernizatsiya qilish va aholining raqamli savodxonligini oshirish bilan bog‘liq muammolar masofaviy bank xizmatlarini yanada takomillashtirish zaruratini yuzaga keltirmoqda. Shu nuqtayi nazardan, “O‘zsanoatqurilishbank” ATB faoliyati misolida masofaviy xizmatlarning amaldagi holatini o‘rganish, mavjud muammolarni aniqlash va ularni rivojlantirish istiqbollarini belgilash dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. O‘zbekistonda raqamli bank xizmatlarini rivojlantirishga bag‘ishlangan tadqiqotlardan birida bank xizmatlarini raqamli platformalar orqali ko‘rsatish jarayoni, banklararo to‘lov tizimidagi operatsiyalar dinamikasi hamda banklar va to‘lov tashkilotlari mobil ilovalarining funksional imkoniyatlari o‘rganilgan. Tadqiqotda bank xizmatlarini yagona raqamli platformada birlashtirish, mobil ilovalar orqali amalga oshiriladigan operatsiyalar turini ko‘paytirish va mijozlarga masofadan xizmat ko‘rsatish mexanizmini takomillashtirish taklif qilingan. Mazkur yondashuv “O‘zsanoatqurilishbank” ATB mobil ilovasida to‘lovlar, pul o‘tkazmalari, omonatlar, kreditlar va hisobvaraqlarni boshqarish xizmatlarini o‘zaro integratsiya qilish zarurligini ko‘rsatadi. (Melikov, 2021).

Raqamli banklarni bank tizimidagi innovatsiyalarning yangi shakli sifatida tadqiq etgan ilmiy ishda an’anaviy va raqamli banklar faoliyatining asosiy farqlari ochib berilgan. Filiallarsiz xizmat ko‘rsatish modeli, mobil ilovalar, masofaviy identifikatsiya, avtomatlashtirilgan operatsiyalar va zamonaviy axborot texnologiyalari raqamli bank faoliyatining muhim elementlari sifatida baholangan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqamli bank modeli operatsion xarajatlarni kamaytirish, xizmatlar geografiyasini kengaytirish va mijozlarga uzluksiz xizmat ko‘rsatish imkonini beradi. Shu bilan birga, bunday tizimlarni joriy etishda kiberxavfsizlik, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish va axborot tizimlarining barqarorligini ta’minlash ustuvor vazifa ekanligi ta’kidlangan. (Shermukhamedov and Tulaganova, 2021).

O‘zbekiston tijorat banklarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish yo‘nalishlariga bag‘ishlangan tadqiqotda masofaviy bank xizmatlari va kontaktsiz to‘lovlar qamrovini kengaytirish, avtomatlashtirilgan skoring tizimlarini joriy etish, raqamli identifikatsiya va kredit konveyeridan foydalanish taklif qilingan. Shuningdek, bank ma’lumotlari xavfsizligini mustahkamlash, fintech, marketplace va raqamli banking tamoyillariga asoslangan yangi biznes modellarini rivojlantirish zarurligi ko‘rsatilgan. Mazkur ilmiy yondashuv masofaviy xizmatlarni faqat to‘lov va pul o‘tkazmalari bilan cheklamasdan, kredit ajratish, mijozni identifikatsiya qilish, bank mahsulotini tanlash va individual takliflarni shakllantirish jarayonlariga ham tatbiq etish lozimligini asoslaydi. (Rakhmanov and Hakimov, 2021).

Rossiyada amalga oshirilgan tadqiqotlardan birida masofaviy bank xizmatlarining mohiyati, asosiy shakllari va rivojlanish istiqbollari o‘rganilgan. “Mijoz–bank” tizimi, internet-banking, mobil banking, telefon banking, bankomatlar va o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish qurilmalari masofaviy xizmatlarning asosiy turlari sifatida tasniflangan. Yaxshi tashkil etilgan masofaviy xizmat tizimi bank filiallarini saqlash xarajatlarini kamaytirishi, mijoz vaqtini tejashi, operatsiyalar sonini ko‘paytirishi va xizmat ko‘rsatish geografiyasini kengaytirishi qayd etilgan. Shu bilan birga, xizmatlarning funksionalligi, axborot xavfsizligi va tizimning uzluksiz ishlashi mijozlarning bank tanloviga ta’sir qiluvchi muhim omillar ekanligi aniqlangan. (Gromskiy and Kirokosyan, 2018).

Masofaviy bank xizmatlarining iqtisodiy samaradorligini o‘rganishga bag‘ishlangan tadqiqotda Rossiya tijorat banklaridan birining jismoniy shaxslar, yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga ko‘rsatayotgan elektron xizmatlari tahlil qilingan. Tadqiqotda tizimli va institutsional yondashuv, qiyosiy tahlil, dekompozitsiya, grafik modellashtirish va ekspert baholash usullaridan foydalanilgan. Masofaviy

xizmatlar samaradorligini faqat foydalanuvchilar soni bilan emas, balki xizmat tannarxi, operatsiyalar hajmi, tariflarning raqobatbardoshligi, mijozlar faolligi va bank daromadiga ta'siri orqali baholash taklif etilgan. Ushbu metodologiya "O'zsanoatqurilishbank" ATB masofaviy xizmatlarining iqtisodiy natijadorligini aniqlashda qo'llanilishi mumkin. (Shaybakova, Mironov and Lubina, 2022).

Shvetsiya banklari misolida amalga oshirilgan tadqiqotda raqamlashtirish sharoitida mijozlar sodiqligini shakllantirish muammolari tahlil qilingan. Bank menejerlari bilan o'tkazilgan chuqurlashtirilgan intervyular natijasida banklarning mijozlar raqamli ko'nikmalari haqidagi tasavvurlari bilan mijozlarning amaldagi tajribasi o'rtasida tafovut mavjudligi aniqlangan. Raqamli xizmatlar sonining ko'payishi o'z-o'zidan mijozlar sodiqligini ta'minlamasligi, buning uchun interfeysning tushunarliligi, foydalanish qulayligi, maslahat xizmatlari va turli yoshdagi mijozlarning ehtiyojlarini hisobga olish zarurligi ta'kidlangan. Mazkur xulosa masofaviy xizmatlarni takomillashtirishda funksiyalar soni bilan bir qatorda mijoz tajribasini ham baholash lozimligini ko'rsatadi. (Larsson and Viitaoja, 2017).

Buyuk Britaniya banklari rahbarlarining qarashlari asosida olib borilgan tadqiqotda raqamli banking, mijozlar tajribasi va bankning moliyaviy natijalari o'rtasidagi bog'liqlik o'rganilgan. Xizmat sifati, funksional imkoniyatlar, qabul qilinadigan qiymat, xizmat tezligi, personalizatsiya, bank brendiga ishonch, foydalanish qulayligi va qabul qilinadigan xavf darajasi raqamli mijoz tajribasini shakllantiruvchi omillar sifatida aniqlangan. Ushbu omillar mijozlarning qoniqishi va sodiqligiga, ular orqali esa bankning moliyaviy ko'rsatkichlariga ta'sir qilishi asoslangan. Natijalar "O'zsanoatqurilishbank" ATB masofaviy xizmatlari samaradorligini mijozlarni saqlab qolish, takroriy foydalanish va daromadlilik ko'rsatkichlari bilan bog'lab baholash zarurligini ko'rsatadi. (Mbama, Ezepue, Alboul and Beer, 2018).

Indoneziyada Y va Z avlodlarining faqat raqamli shaklda faoliyat yurituvchi banklardan foydalanish tajribasi aralash tadqiqot usullari yordamida o'rganilgan. Dastlab foydalanuvchilar bilan intervyular o'tkazilib, keyinchalik 402 nafar respondent ishtirokida so'rov tashkil etilgan. Natijalarga ko'ra, iqtisodiy manfaat, foydalanish qulayligi, ijtimoiy ta'sir, bank obro'si, ilovaning o'ziga xos funksiyalari, mukofotlash tizimi va ijobiy tavsiyalar raqamli bank xizmatlaridan foydalanish niyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Tadqiqotda sodda va jozibador interfeysning o'zi yetarli emasligi, mijozga real iqtisodiy qiymat beruvchi xizmatlar va individual takliflar ham zarurligi asoslangan. (Windasari, Kusumawati, Larasati and Amelia, 2022).

Hindistonning yettita davlat va yettita xususiy banki mobil ilovalariga tegishli 1 milliondan ortiq foydalanuvchi sharhlari asosida amalga oshirilgan tadqiqotda operatsiyalar hajmi va xizmat sifati o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilingan. Matnli tahlil va mavzularni modellashtirish natijasida ilovaga kirishdagi nosozliklar, yangilanishdan keyingi xatolar, mijozlarni qo'llab-quvvatlash xizmatining sustligi va hisobvaraqlarni boshqarish bilan bog'liq muammolar asosiy norozilik omillari sifatida aniqlangan. Operatsiyalar hajmining ortishi xizmat sifati mutanosib ravishda yaxshilanishini kafolatlamasligi ko'rsatilgan. Shu sababli raqamli xizmatlar qamrovini kengaytirish bilan bir vaqtda serverlar quvvati, dasturiy sinovlar va texnik yordam tizimini ham rivojlantirish zarur. (Ali, Godase and Muhsin, 2025).

AQSh ipoteka krediti bozori ma'lumotlari asosida amalga oshirilgan tadqiqotda texnologiyalarga asoslangan masofaviy kreditlashning samaradorligi baholangan. Fintech kreditorlari kredit arizalarini an'anaviy kreditorlarga nisbatan o'rtacha 20 foiz tezroq ko'rib chiqishi va bunday tezkorlik kreditlar bo'yicha defolt darajasining oshishiga olib kelmasligi aniqlangan. Shuningdek, raqamli kreditorlar talabdagi o'zgarishlarga tezroq moslashishi va mijozlarning kreditni qayta moliyalashtirish imkoniyatlarini kengaytirishi ko'rsatilgan. Ushbu natijalar elektron hujjat aylanishi, masofaviy identifikatsiya, avtomatlashtirilgan skoring va kredit konveyerini joriy etish tijorat banklarining

operatsion samaradorligini oshirishi mumkinligini asoslaydi. (Fuster, Plosser, Schnabl and Vickery, 2019).

AQSh ipoteka bozorida onlayn fintech kreditorlari, nobank moliya tashkilotlari va an'anaviy banklar o'rtasidagi raqobatni o'rgangan tadqiqotda raqamli kreditorlarning o'sishi texnologik ustunliklar va tartibga solish talablaridagi farqlar bilan izohlangan. Onlayn kreditorlar mijozlarga har doim ham arzonroq kredit taklif qilmasligi, biroq arizani tezkor ko'rib chiqish, xizmatdan masofadan foydalanish va jarayonlarning qulayligi uchun mijozlar qo'shimcha haq to'lashga tayyor bo'lishi aniqlangan. Tadqiqot raqamli xizmatlarning raqobat ustunligi faqat narxga emas, balki vaqt tejalishi, foydalanish qulayligi va xizmat ko'rsatish tezligiga ham bog'liqligini ko'rsatadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda tijorat banklarida masofaviy xizmatlar ko'rsatish jarayonlarini o'rganishda tizimli va kompleks yondashuvlardan foydalanildi. Tadqiqot obyekti sifatida "O'zsanoatqurilishbank" ATBning masofaviy bank xizmatlari tizimi, tadqiqot predmeti sifatida esa ushbu xizmatlarni tashkil etish, rivojlantirish va samaradorligini oshirish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar belgilandi. Tadqiqotning asosiy maqsadi bankning mobil banking, internet banking, masofaviy identifikatsiya, elektron to'lovlar va boshqa raqamli xizmatlarining amaldagi holatini baholash hamda ularni takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez, induksiya va deduksiya, qiyosiy tahlil, statistik guruhlash, dinamik tahlil, umumlashtirish hamda grafik tasvirlash usullaridan foydalanildi. Qiyosiy tahlil yordamida an'anaviy va masofaviy bank xizmatlarining afzalliklari hamda kamchiliklari o'zaro solishtirildi. Statistik va dinamik tahlil usullari asosida masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni, elektron operatsiyalar hajmi, xizmat ko'rsatish tezligi, operatsion xarajatlar va mijozlar faolligi kabi ko'rsatkichlarning o'zgarish tendensiyalari baholandi. Shuningdek, ilmiy adabiyotlar, normativ-huquqiy hujjatlar, bankning rasmiy ma'lumotlari va sohaga oid tahliliy materiallar kontent-tahlil usuli asosida o'rganildi.

"O'zsanoatqurilishbank" ATB faoliyati alohida keys sifatida tanlanib, uning masofaviy xizmatlar ko'rsatish amaliyoti bank tizimidagi umumiy raqamlashtirish tendensiyalari bilan solishtirildi. Tadqiqotda xizmatlarning qulayligi, tezkorligi, funksionalligi, xavfsizligi, uzluksizligi va mijozlar ehtiyojlariga mosligi asosiy baholash mezonlari sifatida belgilandi. Olingan natijalar asosida bankning raqamli infratuzilmasini modernizatsiya qilish, sun'iy intellekt va biometrik identifikatsiya texnologiyalarini joriy etish, axborot xavfsizligini kuchaytirish hamda mijozlarga shaxsiylashtirilgan masofaviy xizmatlarni taklif etish bo'yicha xulosa va tavsiyalar shakllantirildi.

Tahlil va natijalar. Tijorat banklarida masofaviy xizmatlarni rivojlantirish darajasini baholashda foydalanuvchilar soni, ularning tarkibi, o'sish sur'ati va alohida bankning umumiy bank tizimidagi ulushi muhim statistik ko'rsatkichlar hisoblanadi. Mazkur tahlilda O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining banklar kesimida e'lon qilingan ma'lumotlari asosida 2019–2025-yillardagi dinamik qator shakllantirildi. Jadvaldagi 2019–2024-yil ko'rsatkichlari tegishli yil yakunidan keyingi 1-yanvar holatiga, 2025-yil ko'rsatkichi esa 2025-yil 1-dekabr holatiga tegishlidir. Markaziy bank statistikasi banklar tomonidan qayd etilgan foydalanuvchilar yig'indisini ifodalaydi; shu sababli uni mamlakatdagi takrorlanmaydigan jismoniy shaxslar soni sifatida talqin qilish to'g'ri bo'lmaydi. Bir mijoz bir vaqtning o'zida bir nechta bank ilovasi yoki masofaviy xizmat tizimidan foydalanishi mumkin.

1-jadval

O‘zbekiston bank tizimida masofaviy bank xizmatlaridan foydalanuvchilar dinamikasi, 2019–2025-yillar

Yil	Yuridik shaxslar va YTT, nafar	Jismoniy shaxslar, nafar	Oldingi davrga nisbatan o‘sish, %	Jismoniy shaxslar ulushi, %
2019	691 008	9 462 450	—	93,19
2020	822 518	13 748 576	43,51	94,36
2021	968 580	19 234 804	38,65	95,21
2022	1 157 045	28 843 869	48,49	96,14
2023	1 315 895	42 240 201	45,18	96,98
2024	1 461 719	51 455 447	21,49	97,24
2025	1 694 530	77 639 333	49,92	97,86

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma’lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

Jadval ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekiston bank tizimida masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni 2019-yildagi 10,15 milliondan 2025-yilga kelib 79,33 millionga yetgan. Natijada tahlil qilinayotgan davrda ko‘rsatkich 7,81 baravar oshgan. Hisob-kitoblarga ko‘ra, masofaviy bank xizmatlari foydalanuvchilari sonining o‘rtacha yillik geometrik o‘sish sur’ati qariyb 40,9 foizni tashkil qilgan. Bu bank xizmatlarini olishda filial va an’anaviy kassalarga bog‘liqlikning kamayib, mobil ilovalar, internet-banking, elektron to‘lovlar va masofaviy hisobvaraq boshqaruvining ahamiyati ortganini ko‘rsatadi. Dinamik qatorning eng muhim xususiyati jismoniy shaxslar segmentining yuridik shaxslar segmentiga qaraganda ancha tez o‘sganidir. Jismoniy shaxslar bo‘yicha ko‘rsatkich 9,46 milliondan 77,64 millionga, ya’ni 8,20 baravar oshgan bo‘lsa, yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar soni 691 mingdan 1,69 millionga, ya’ni 2,45 baravar ko‘paygan. Jismoniy shaxslar segmentining o‘rtacha yillik o‘sish sur’ati 42 foiz, yuridik shaxslar segmentida esa 16,1 foiz atrofida bo‘lgan. Natijada jismoniy shaxslarning jami foydalanuvchilar tarkibidagi ulushi 2019-yildagi 93,19 foizdan 2025-yilda 97,86 foizgacha ko‘tarilgan. Bu masofaviy bank xizmatlarining rivojlanishi, eng avvalo, chakana bank xizmatlari hisobidan yuz berganini bildiradi.

Yillik o‘sish sur’atlari bir tekis kechmagan. 2020-yilda foydalanuvchilar soni 43,51 foizga, 2021-yilda 38,65 foizga va 2022-yilda 48,49 foizga oshgan. Mazkur davrda pandemiya oqibatida kontaktsiz xizmatlarga talabning ortishi, bank ilovalarining funksional imkoniyatlari kengayishi, elektron to‘lovlar ommalashishi va raqamli banklarning bozorga kirishi o‘sishni tezlashtirgan omillar sifatida baholanishi mumkin. 2023-yilda ham yuqori — 45,18 foizlik o‘sish saqlangan, 2024-yilda esa o‘sish 21,49 foizgacha sekinlashgan. 2025-yil 1-dekabr holatiga ko‘rsatkich yana qariyb 50 foizga oshgan. Bunda an’anaviy banklar bilan bir qatorda TBC Bank, Uzum Bank, Anorbank, AVO Bank, Open Bank va boshqa raqamli platformalarning foydalanuvchilar bazasi kengaygani umumiy bozor hajmiga sezilarli ta’sir ko‘rsatgan.

Shu bilan birga, foydalanuvchilar sonining yuqori sur’atlarda ko‘payishi masofaviy xizmatlarning sifati ham aynan shunday sur’atda oshganini anglatmaydi. Ro‘yxatdan o‘tgan foydalanuvchi mobil ilovadan muntazam foydalanmasligi, operatsiya bajarmasligi yoki boshqa bank ilovasini asosiy xizmat kanali sifatida tanlashi mumkin. Shuning uchun banklar faoliyatini faqat ro‘yxatdan o‘tgan foydalanuvchilar soni orqali baholash yetarli emas. Faol oylik foydalanuvchilar soni, bir foydalanuvchiga to‘g‘ri keladigan operatsiyalar, raqamli kanallarda sotilgan mahsulotlar ulushi, muvaffaqiyatsiz tranzaksiyalar, ilovaning uzluksiz ishlash darajasi va mijoz murojaatlarini ko‘rib chiqish tezligi ham statistik baholash tizimiga kiritilishi lozim.

2-jadval

“O‘zsanoatqurilishbank” ATB masofaviy xizmatlari foydalanuvchilari va bankning bozordagi ulushi, 2019–2025-yillar

Yil	Yuridik shaxslar va YTT, nafar	Jismoniy shaxslar, nafar	Jami foydalanuvchilar	Oldingi davrga nisbatan o‘sish, %	Bankning respublika bozoridagi ulushi, %
2019	31 464	777 366	808 830	—	7,97
2020	39 891	1 667 420	1 707 311	111,08	11,72
2021	48 318	2 611 236	2 659 554	55,77	13,16
2022	62 419	4 751 274	4 813 693	81,00	16,05
2023	73 177	6 296 325	6 369 502	32,32	14,62
2024	74 648	6 236 294	6 310 942	–0,92	11,93
2025	96 310	6 314 391	6 410 701	1,58	8,08

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma’lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

“O‘zsanoatqurilishbank” ATBda masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni 2019-yildagi 808,8 mingdan 2025-yilda 6,41 millionga yetib, 7,93 baravar oshgan. Bank bo‘yicha o‘rtacha yillik o‘sish sur’ati 41,2 foizni tashkil etib, respublika bank tizimining 40,9 foizlik ko‘rsatkichiga yaqin bo‘lgan. Biroq davr ichidagi o‘sish sur’atlari va bankning bozordagi ulushi sezilarli darajada o‘zgarib turgan. Shu jihatdan bankning masofaviy xizmatlari rivojlanishini ikki bosqichga — 2019–2022-yillardagi tezkor ekspansiya hamda 2023–2025-yillardagi nisbiy sekinlashuv bosqichlariga ajratish mumkin. Birinchi bosqichda foydalanuvchilar soni juda yuqori sur’atlarda o‘sgan. Xususan, 2020-yilda o‘sish 111,08 foizni tashkil qilib, foydalanuvchilar bazasi bir yil ichida ikki baravardan ko‘proqqa kengaygan. 2021-yilda o‘sish 55,77 foiz, 2022-yilda esa 81 foiz bo‘lgan. Natijada bankning respublika masofaviy xizmatlar bozoridagi ulushi 2019-yildagi 7,97 foizdan 2022-yilda 16,05 foizgacha ko‘tarilgan. Bu davrda bankning foydalanuvchilar bazasi umumiy bank tizimiga nisbatan tezroq kengaygan va “O‘zsanoatqurilishbank” ATB masofaviy xizmatlar bozoridagi yetakchi banklardan biriga aylangan.

Ikkinchi bosqichda mutlaq foydalanuvchilar soni yuqori darajada saqlangan bo‘lsa-da, bozor ulushi pasaya boshlagan. 2023-yilda bank foydalanuvchilari soni 32,32 foizga oshib, 6,37 millionga yetgan, biroq respublika bozoridagi ulushi 16,05 foizdan 14,62 foizga tushgan. Buning sababi bank foydalanuvchilari sonining kamayishi emas, balki umumiy bozorning bankka nisbatan tezroq kengayganidir. 2024-yilda bank foydalanuvchilari soni 0,92 foizga kamaygan, umumiy bank tizimida esa 21,49 foizlik o‘sish qayd etilgan. Natijada bankning bozor ulushi 11,93 foizgacha pasaygan. 2025-yil 1-dekabrga kelib bank foydalanuvchilari 6,41 millionga yetgan bo‘lsa-da, umumiy bozor 79,33 milliongacha kengaygani sababli uning ulushi 8,08 foizni tashkil etgan. Shunday qilib, 2022-yildagi eng yuqori ko‘rsatkichga nisbatan bankning ulushi 7,97 foiz punktga kamaygan.

Mazkur tendensiya “O‘zsanoatqurilishbank” ATB masofaviy xizmatlarida mutlaq o‘sish mavjudligini, ammo raqamli banklar va boshqa tijorat banklari bilan raqobat kuchaygani sababli nisbiy ustunlik kamayganini ko‘rsatadi. 2025-yil 1-dekabr holatiga ayrim raqamli banklarning foydalanuvchilar bazasi bir necha millionni tashkil etgan. Masalan, Uzum Bankda 7,27 million, TBC Bankda 6,75 million va Anorbankda 3,33 milliondan ortiq masofaviy xizmat foydalanuvchilari qayd qilingan. Bu raqamli banklarning filial tarmog‘iga katta xarajat qilmasdan, sodda ro‘yxatdan o‘tish, tezkor to‘lov, mikroqarz, muddatli to‘lov va elektron savdo ekotizimlari orqali keng mijozlar bazasini shakllantirayotganini ko‘rsatadi.

Bank foydalanuvchilari tarkibida jismoniy shaxslarning ulushi 2019-yilda 96,11 foiz bo‘lgan bo‘lsa, 2023-yilda 98,85 foizga yetgan va 2025-yilda 98,50 foizni tashkil qilgan. Demak, bank masofaviy

xizmatlarining asosiy qismi chakana mijozlar hisobiga shakllangan. Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar segmentida esa foydalanuvchilar soni 31,5 mingdan 96,3 minggacha ko‘payib, 3,06 baravar oshgan. Mazkur segmentning o‘rtacha yillik o‘sishi 20,5 foizni tashkil qilgan. Bankning respublika miqyosidagi korporativ masofaviy xizmatlar bozoridagi ulushi 2019-yildagi 4,55 foizdan 2025-yilda 5,68 foizgacha ko‘tarilgan. Bu korporativ mijozlar yo‘nalishida bankning nisbiy mavqeyi chakana segmentga qaraganda barqarorroq bo‘lganini ko‘rsatadi.

2024–2025-yillar ma’lumotlarini sharhlashda statistik ehtiyotkorlik talab etiladi. Markaziy bank ma’lumotlarida “O‘zsanoatqurilishbank” ATB foydalanuvchilari 2025-yil 1-yanvarda 6,31 million, 1-fevralda 4,96 million va 1-dekabrda 6,41 million sifatida ko‘rsatilgan. Bir oy ichidagi bunday keskin pasayish oddiy bozor omillari bilan to‘liq izohlanmasligi mumkin. Bu foydalanuvchilar bazasini tozalash, faol bo‘lmagan hisoblarni chiqarib tashlash, ma’lumotlarni hisoblash metodikasining o‘zgarishi yoki qayta ro‘yxatdan o‘tkazish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lishi ehtimoldan xoli emas. Markaziy bank yoki bank tomonidan metodologik izoh berilmagan sharoitda mazkur o‘zgarishni xizmatlar sifati pasayishining bevosita natijasi sifatida baholash ilmiy jihatdan to‘g‘ri bo‘lmaydi.

Masofaviy xizmatlar rivojlanishi bankning umumiy moliyaviy ko‘rsatkichlari bilan bir davrda sodir bo‘lgan. Bankning rasmiy ma’lumotlariga ko‘ra, jami aktivlar 2019-yil yanvaridagi 31,03 trillion so‘mdan 2025-yil yanvarida 87,60 trillion so‘mga, ya’ni 2,82 baravar oshgan. Davr foydasi 219,4 milliard so‘mdan 1,30 trillion so‘mga yetib, qariyb 5,94 baravar ko‘paygan. Xarajatlarning daromadlarga nisbati — CIR 65,1 foizdan 51,92 foizgacha kamaygan, kapital rentabelligi esa 7,7 foizdan 13,91 foizgacha ko‘tarilgan. Ushbu o‘zgarishlar bank faoliyatining ko‘lami va daromadliligi oshganini ko‘rsatsa-da, ularni faqat masofaviy xizmatlar rivojlanishining natijasi deb bo‘lmaydi. Kredit portfeli, kapital, tashqi qarz mablag‘lari, foiz stavkalari, valyuta kursi va bank transformatsiyasi bilan bog‘liq boshqa omillar ham moliyaviy natijalarga ta’sir ko‘rsatgan.

Olingan natijalar “O‘zsanoatqurilishbank” ATB uchun keyingi rivojlanish bosqichida foydalanuvchilar sonini mexanik ravishda oshirishdan faol va daromad keltiruvchi raqamli mijozlar ulushini ko‘paytirishga o‘tish zarurligini ko‘rsatadi. Bank boshqaruv hisobotlarida ro‘yxatdan o‘tgan foydalanuvchilar bilan bir qatorda kunlik va oylik faol foydalanuvchilar, bir mijozga to‘g‘ri keladigan operatsiyalar, raqamli kanalda sotilgan kredit va omonatlar ulushi, mijozni jalb qilish xarajati hamda raqamli mijozning bankka keltiradigan daromadi hisoblab borilishi kerak. Bunday ko‘rsatkichlar masofaviy xizmatlarning miqdoriy qamrovini emas, balki real iqtisodiy samaradorligini baholash imkonini beradi.

Chakana xizmatlarda mobil ilovani mijozning kundalik moliyaviy ehtiyojlarini qamrab oluvchi yagona platformaga aylantirish muhimdir. Ilovada masofaviy identifikatsiya, karta va hisobvaraqlarni boshqarish, omonat ochish, kredit olish, valyuta ayirboshlash, kommunal to‘lovlar, pul o‘tkazmalari, sug‘urta va investitsiya mahsulotlari o‘zaro integratsiyalashishi lozim. Mijozning oldingi operatsiyalari va moliyaviy xatti-harakatlari asosida individual takliflarni shakllantirish xizmatlardan foydalanish chastotasi va mijozning bankka sodiqligini oshirishi mumkin.

Korporativ segmentda SQB Business tizimini buxgalteriya dasturlari, soliq platformalari, elektron hisobvaraq-faktura va korxonalarning resurslarni rejalashtirish tizimlari bilan API asosida bog‘lash maqsadga muvofiq. Bankning yuridik shaxslar segmentidagi nisbiy mavqeyi barqaror bo‘lgani sababli ushbu yo‘nalish raqobat ustunligini shakllantirishi mumkin. Korxonalarga masofadan hisobvaraq ochish, ish haqi loyihalarini boshqarish, valyuta operatsiyalari, akkreditiv, kafolat, faktoring va aylanma mablag‘ krediti bo‘yicha arizalarni to‘liq elektron shaklda yuborish imkoniyatini yaratish xizmat ko‘rsatish vaqtini qisqartiradi.

Masofaviy xizmatlar hajmining ortishi bilan kiberxavfsizlik xatarlarining ham ko‘payishi tabiiy. Shu sababli biometrik identifikatsiya, qurilmani aniqlash, tranzaksiyalarni real vaqt rejimida tahlil qiluvchi antifrod tizimi, xavf darajasiga asoslangan autentifikatsiya va shubhali operatsiyalarni avtomatik cheklash mexanizmlari kuchaytirilishi kerak. Xavfsizlik choralarining haddan tashqari murakkabligi mijozlar uchun qo‘shimcha to‘siq yaratmasligi lozim. Bank uchun asosiy vazifa xavfsizlik va foydalanish qulayligi o‘rtasidagi optimal muvozanatni ta’minlashdan iborat. 2019–2025-yillarda “O‘zsanoatqurilishbank” ATB masofaviy xizmatlar foydalanuvchilari soni qariyb sakkiz baravar oshgan. Biroq 2022-yildan keyin bankning umumiy bozordagi ulushi pasayishi raqobatning yangi bosqichga o‘tganini ko‘rsatadi. Shuning uchun istiqboldagi asosiy maqsad foydalanuvchilar sonini ko‘paytirishning o‘zi emas, balki faol mijozlar ulushini oshirish, raqamli xizmatlar orqali mahsulot sotish, xizmatlarning uzluksizligi va xavfsizligini ta’minlash, shuningdek, mijozlarning individual ehtiyojlariga mos raqamli ekotizimni shakllantirishdan iborat bo‘lishi kerak.

Muhokama: Mazkur tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, 2019–2025-yillarda O‘zbekiston tijorat banklarida masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni barqaror o‘sish tendensiyasini namoyon etdi. Ayniqsa, jismoniy shaxslar segmentida mobil banking va internet-banking xizmatlarining ommalashuvi raqamli bank xizmatlari bozorining asosiy harakatlantiruvchi omiliga aylandi. Tahlil natijalariga ko‘ra, “O‘zsanoatqurilishbank” ATB ham mazkur jarayonda faol ishtirok etib, masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar sonini sezilarli darajada oshirishga erishgan. Biroq 2023-yildan boshlab bankning respublika bozoridagi ulushining pasayishi raqamli banklar va fintech kompaniyalari tomonidan kuchli raqobat shakllanayotganligini ko‘rsatmoqda. Demak, kelgusida bank uchun asosiy ustuvor vazifa foydalanuvchilar sonini ko‘paytirish emas, balki ularning faolligi va xizmatlardan foydalanish intensivligini oshirishdan iborat bo‘lishi lozim.

Adabiyotlar sharhida tahlil qilingan mahalliy va xorijiy olimlarning ilmiy qarashlari ushbu tadqiqot natijalari bilan umumiy uyg‘unlikka ega. Xususan, raqamli transformatsiya faqat texnologik yangilanish emas, balki bank biznes jarayonlarini kompleks qayta tashkil etish jarayoni ekanligi haqidagi ilmiy xulosalar ushbu tadqiqot natijalari bilan tasdiqlandi. Shuningdek, mijozlar uchun xizmatlarning tezkorligi, qulayligi, xavfsizligi va shaxsiylashtirilgan yondashuv raqamli bank xizmatlari muvaffaqiyatining asosiy omillari ekanligi statistik tahlil natijalari orqali ham o‘z isbotini topdi. Bu esa “O‘zsanoatqurilishbank” ATBda raqamli transformatsiyani faqat mobil ilova imkoniyatlarini kengaytirish bilan cheklamasdan, barcha biznes jarayonlarini raqamlashtirish asosida amalga oshirish zarurligini ko‘rsatadi.

Tadqiqot davomida aniqlangan muhim jihatlardan biri shundan iboratki, masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar sonining ortishi bank faoliyati samaradorligining yagona mezoni bo‘la olmaydi. Amaliyotda mobil ilovani yuklab olgan yoki ro‘yxatdan o‘tgan har bir foydalanuvchi xizmatlardan muntazam foydalanmasligi mumkin. Shu sababli banklar faoliyatini baholashda faol oylik foydalanuvchilar (MAU), faol kunlik foydalanuvchilar (DAU), bir mijozga to‘g‘ri keladigan operatsiyalar soni, raqamli kanallar orqali sotilgan bank mahsulotlari ulushi, mijozni jalb qilish qiymati (CAC) hamda mijozning hayotiy qiymati (Customer Lifetime Value – CLV) kabi zamonaviy ko‘rsatkichlardan foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bunday yondashuv masofaviy xizmatlarning real iqtisodiy samaradorligini aniqroq baholash imkonini beradi.

Tahlil natijalari, shuningdek, “O‘zsanoatqurilishbank” ATB uchun raqamli xizmatlarni rivojlantirishning keyingi bosqichi sun’iy intellekt texnologiyalari, biometrik identifikatsiya, Open Banking API platformalari hamda Big Data asosida mijozlarga individual xizmatlar ko‘rsatish bilan bog‘liq ekanligini ko‘rsatmoqda. Xalqaro tajriba shuni isbotlamoqdaki, raqamli banklar mijozlarga standart xizmatlarni emas, balki ularning moliyaviy xatti-harakatlari va ehtiyojlariga moslashtirilgan

shaxsiy takliflarni taqdim etish orqali raqobat ustunligini qo‘lga kiritmoqda. Shu sababli bank mobil ilovasini to‘lov vositasidan kompleks raqamli moliyaviy ekotizimga aylantirish strategik ahamiyat kasb etadi.

Xulosa. Olib borilgan tahlillar tijorat banklarida masofaviy xizmatlarni takomillashtirish banklarning raqobatbardoshligini oshirish, operatsion xarajatlarni qisqartirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va mijozlar ehtiyojlarini yanada to‘liq qondirishning muhim omili ekanligini tasdiqladi. “O‘zsanoatqurilishbank” ATB misolida olingan natijalar shuni ko‘rsatadiki, kelgusida bankning raqamli rivojlanish strategiyasi innovatsion texnologiyalarni joriy etish, axborot xavfsizligini kuchaytirish, mijozlarga yo‘naltirilgan xizmatlarni kengaytirish hamda korporativ va chakana segmentlar uchun yagona integratsiyalashgan raqamli platformani shakllantirishga yo‘naltirilishi maqsadga muvofiqdir. Bu esa bankning uzoq muddatli barqaror rivojlanishi va raqamli bank xizmatlari bozoridagi raqobat ustunligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Ali, M., Godase, S. and Muhsin, M. (2025) ‘Mobile banking service quality and customer experience: Evidence from large-scale user reviews’, Electronic Commerce Research and Applications.
2. Fuster, A., Plosser, M., Schnabl, P. and Vickery, J. (2019) ‘The role of technology in mortgage lending’, The Review of Financial Studies, 32(5), pp. 1854–1899.
3. Gromskiy, A.V. and Kirokosyan, M.A. (2018) ‘Дистанционное банковское обслуживание: сущность, виды и перспективы развития’, Экономика и управление: проблемы, решения.
4. Larsson, A. and Viitaoja, Y. (2017) ‘Building customer loyalty in digital banking: A study of bank managers’ perspectives’, International Journal of Bank Marketing, 35(6), pp. 858–877.
5. Mbama, C.I., Ezepue, P., Alboul, L. and Beer, M. (2018) ‘Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers’ perceptions’, International Journal of Bank Marketing, 36(2), pp. 230–255.
6. Melikov, A. (2021) ‘Raqamli bank xizmatlarini rivojlantirish va bank tizimida innovatsion texnologiyalardan foydalanish masalalari’, Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali.
7. Rakhmanov, A. and Hakimov, B. (2021) ‘O‘zbekiston tijorat banklarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish yo‘nalishlari’, Bank ishi va moliya sohasidagi ilmiy tadqiqotlar.
8. Shaybakova, D.R., Mironov, A.V. and Lubina, E.A. (2022) ‘Экономическая эффективность дистанционного банковского обслуживания коммерческих банков’, Финансовые исследования.
9. Shermukhamedov, A. and Tulaganova, N. (2021) ‘Digital banking as a new form of innovation in the banking system’, International Journal of Financial and Banking Studies.
10. Windasari, N.A., Kusumawati, N., Larasati, M. and Amelia, R.P. (2022) ‘Digital-only banking experience: Insights from Gen Y and Gen Z customers’, Journal of Innovation and Entrepreneurship, 11, Article 32.