

TIJORAT BANKLARINING RAQAMLI RAQOBATBARDOSHLIGI: NAZARIY-METODOLOGIK YONDASHUVLAR VA MUALLIFLIK KONSEPSIYASI

Z.O.Odilova

Axborot texnologiyalari va menejment universiteti stajor-o‘qituvchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada globallashtirish va raqamli transformatsiya sharoitida tijorat banklarining raqamli xizmatlar bozoridagi raqobatbardoshligini shakllantirishning fundamental nazariy hamda metodologik asoslari tadqiq etilgan. Bugungi kunda an’anaviy bank raqobati tamoyillari tubdan o‘zgarib, texnologik ustunlik birinchi planga chiqayotganligi sababli, subyektlarning bozordagi barqarorligini ta’minlash mexanizmlarini konseptual qayta ko‘rib chiqish zarurati yuzaga keldi. Tadqiqot doirasida raqamli bank xizmati, raqamli bank, mobil banking, internet banking, fintech, bank raqobati va raqamli raqobatbardoshlik tushunchalarining iqtisodiy va funksional mazmuni qiyosiy-tahliliy o‘rganildi. M. Porterning raqobat ustunligi nazariyasi, J. Barneyning resurslarga asoslangan yondashuvi, mijozga yo‘naltirilganlik paradigmasi va platforma iqtisodiyoti konsepsiyalari sintezi asosida banklarning raqamli raqobatbardoshligini shakllantiruvchi strategik omillar tizimlashtirildi. Amalga oshirilgan tizimli va abstrakt-mantiqiy tahlillar natijasida “tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi” tushunchasiga mukammallashtirilgan mualliflik ta’rifi ishlab chiqildi. Ushbu ta’rif asosida raqamli raqobatbardoshlikning etti ta tayanch tarkibiy elementi: raqamli infratuzilma, raqamli mahsulotlar, mijoz tajribasi, xizmat sifati, innovatsionlik, ma’lumotlardan foydalanish salohiyati hamda operatsion-iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlari tizimli ravishda asoslab berildi. Bundan tashqari, moliya muassasalarining raqamli muhitdagi mavqeyini kompleks va ko‘p faktorli baholash hamda O‘zbekiston moliya bozoridagi banklarni o‘zaro benchmarking qilish imkonini beruvchi yangi DBCI (Digital Banking Competitiveness Index — Raqamli bank raqobatbardoshligi indeksi) integral indeksining konseptual-matematik modeli taklif etildi. Ishlab chiqilgan mualliflik konsepsiyasi va baholash modeli tijorat banklarining uzoq muddatli raqamli strategiyalarini shakllantirishda, investitsion jozibadorlikni rejalashtirishda hamda fintech ekotizimlari bilan integratsiyalashuv samaradorligini tahlil qilishda amaliy dasturilamal bo‘lib xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: tijorat banklari, raqamli bank, raqobatbardoshlik, raqamli raqobatbardoshlik, fintech, Open Banking, mobil banking, mijoz tajribasi, DBCI indeksi, platforma iqtisodiyoti.

KIRISH

Zamonaviy global iqtisodiyotda raqamlashtirish jarayonlari barcha tarmoqlar qatorida moliya-bank sektorining arxitekturasini va rivojlanish traektoriyasini belgilovchi eng fundamental drayverga aylandi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining shiddatli evolyutsiyasi, bulutli hisoblashlar, sun’iy intellekt va Big Data algoritmlarining an’anaviy moliya institutlari faoliyatiga kirib kelishi natijasida bank xizmatlarini ko‘rsatish shakli, mijozlarning moliyaviy xulq-atvori hamda banklar o‘rtasidagi raqobatchilik mexanizmlari tub transformatsiyaga uchramoqda.

Klassik iqtisodiy sharoitda tijorat banklari o‘rtasidagi raqobat muhiti asosan an’anaviy omillar — bank kapitalining hajmi, jismoniy filiallar va shaxobchalar tarmog‘ining kengligi, xizmatlar tarifi, kredit va depozit stavkalarining jozibadorligi

hamda kassalarda mijozlarga xizmat ko'rsatish tezligi kabi ko'rsatkichlar bilan cheklanib kelgan edi. Biroq, raqamli iqtisodiyot va virtualizatsiya sharoitiga kelib, moliya muassasalarining bozordagi barqarorligi va raqobatbardoshligini ta'minlashda yuqoridagi ekstrasensor omillarga qo'shimcha ravishda mutlaqo yangi texnologik salohiyat mezonlari qo'shildi. Endilikda bank mobil ilovalarining funksionalligi, API platformalarining ochiqqligi (Open Banking), raqamli mahsulotlar portfelining diversifikatsiyasi, kiberxavfsizlik darajasi hamda ekotizimli fintech kompaniyalari bilan moslashuvchan integratsiyalashuv ko'rsatkichlari strategik ustunlikni belgilamoqda. Xalqaro miqyosdagi yetakchi ilmiy tadqiqotlarda raqamli transformatsiya bank bozoridagi to'siqlarni kamaytirishi, raqobatni misli ko'rilmagan darajada keskinlashtirishi va yangi neo-bank (raqamli biznes) modellarini yuzaga keltirishi yakdillik bilan e'tirof etilmoqda.

O'zbekiston Respublikasida ham bank-moliya tizimini isloh qilish va raqamlashtirish jarayonlari davlat siyosati darajasiga ko'tarilib, izchil jadallashtirilmoqda. Masofaviy bank xizmatlarining ommalashishi, QR-kod to'lovlari, virtual emissiyalar, onlayn mikrokreditlash va raqamli depozitlar segmentining kengayishi milliy banklarimizni o'z biznes modellarini qayta ko'rib chiqishga majbur qilmoqda. Shunga qaramay, mahalliy ilmiy tadqiqotlarda raqamli transformatsiyaning bank raqobatbardoshligiga ta'siri ko'pincha yuzaki yoki parchalangan indikatorlar (masalan, faqat ilova yuklanishi yoki foydalanuvchilar soni) orqali baholanib kelinmoqda.

Tadqiqot maqsadi — tijorat banklarining raqamli muhitdagi raqobatbardoshligini shakllantirishning nazariy-metodologik asoslarini tizimlashtirish, ushbu tushunchaning ko'p komponentli iqtisodiy mohiyatini ochib beruvchi mualliflik konsepsiyasini shakllantirish va uni kompleks baholash uchun integral indeks modelini ishlab chiqishdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi tadqiqot vazifalari belgilandi:

raqamli moliya bozoridagi tayanch tushunchalarning iqtisodiy va funksional mazmunini qiyosiy tahlil qilish;

klassik va zamonaviy iqtisodiy yondashuvlar sintezi asosida bank raqamli raqobatbardoshligining omillarini guruhlash;

"tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi" tushunchasiga tizimli mualliflik ta'rifini berish;

raqamli raqobatbardoshlikning fundamental tarkibiy elementlarini (komponentlarini) ajratish va ularning o'zaro relyatsion zanjirini asoslash;

banklarni baholash va qiyoslash uchun DBCI integral indeksining metodologik modelini taklif etish.

Tadqiqot obyekti sifatida raqamli transformatsiya sharoitida faoliyat yuritayotgan tijorat banklari va ularning raqamli xizmatlar bozori olindi. Tadqiqot predmeti esa tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligini shakllantirish jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy, tashkiliy, texnologik va metodologik munosabatlar majmuasidir.

Tadqiqot gipotezasi: Tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi shunchaki taklif etilayotgan raqamli xizmatlar yoki texnologiyalar sonining mexanik yig'indisi

emas, balki raqamli infratuzilma, mijoz qiymati (Customer Value), innovatsiyalar va operatsion samaradorlikning o'zaro bog'liq tizimli sintezi natijasida shakllanadi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagi konseptual natijalarda namoyon bo'ladi:

1. "Tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi" tushunchasining texnologik moslashuvchanlik va mijoz qiymatini birlashtiruvchi mukammal mualliflik ta'rifi shakllantirildi.

2. Raqamli raqobatbardoshlikni belgilovchi yettita fundamental tarkibiy komponent (DI+DP+CX+SQ+IN+DC+EE) ajratilib, ularning funktsional mazmuni tizimlashtirildi.

3. Texnologik resurslarning bank faoliyatidagi iqtisodiy natijalarga aylanish mexanizmini nazariy jihatdan asoslash maqsadida raqamli infratuzilma, mijozlar tajribasi va daromadlar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ifodalovchi konseptual sabab-oqibat zanjiri (Digital Infrastructure → Customer Experience → Revenue) ishlab chiqildi.

4. Banklarning raqamli salohiyatini ko'p faktorli baholash imkonini beruvchi DBCI (Digital Banking Competitiveness Index) integral indeksining matematik-metodologik modeli taklif etildi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Bank sohasidagi raqobat va korxonalarining barqaror raqobat ustunligini shakllantirish masalalari iqtisodiyot elatida fundamental asosga ega. Strategik menejment asoschisi M. Porter o'zining klassik asarlarida raqobat ustunligini subyektning bozorda o'z raqobatchilariga nisbatan ustun va barqaror iqtisodiy pozitsiyani egallashini ta'minlaydigan strategik tanlovlar majmui sifatida izohlagan. Porterning fikriga ko'ra, har qanday raqobat ustunligi asosan ikki fundamental yo'nalish: xarajatlar bo'yicha yetakchilik (cost leadership) yoki mahsulot/xizmatlarni chuqur differensiallashuv (differentiation) orqali yuzaga keladi [1, 12; 3, 557]. Raqamli bank muhitiga tatbiq etilganda, Porterning ushbu yondashuvi masofaviy kanallar orqali tranzaksion xarajatlarni keskin kamaytirish (xarajatlar yetakchiligi) hamda mobil ilovalarda eksklyuziv, personalizatsiyalashgan xizmatlarni taklif etish (differensiallashuv) shaklida o'zining zamonaviy aksini topmoqda.

Keyinchalik, J. Barney tomonidan mukammallashtirilgan Resurslarga asoslangan yondashuv (Resource-Based View — RBV) doirasida tashkilotning uzoq muddatli va barqaror raqobat ustunligi uning ichki strategik resurslariga bog'liqligi isbotlandi [2, 99–120]. Resurslar barqaror ustunlik berishi uchun ular ma'lum talablarga — noyoblik, qimmatlilik, kamyoblik va eng muhimi, raqobatchilar tomonidan taqlid qilinishi qiyin bo'lish (VRIN framework) mezonlariga javob berishi shart [2, 99–120]. Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu resurslar qatoriga banklarning faqatgina moddiy yoki moliyaviy aktivlari emas, balki ularning IT-infratuzilmasi, Big Data ma'lumotlar ombori, intellektual algoritmlari, xususiy raqamli platformalari hamda jamoaning raqamli kompetensiyalari ham strategik resurs sifatida kiritilishi metodologik jihatdan asoslandi.

So'nggi yillarda moliyaviy texnologiyalarning (Fintech) portlovchi rivojlanishi moliya institutlarining an'anaviy faoliyat tamoyillarini tubdan o'zgartirdi. P. Gomber,

J.-A. Koch va M. Siering o'zlarining tadqiqotlarida fintechni moliyaviy xizmatlarning global texnologik transformatsiyasi sifatida baholab, u an'anaviy moliyaviy vositachilikning klassik institutlarini (filiallar, qog'ozbozlik va h.k.) siqib chiqarayotganini va mijoz bilan munosabatlarni uzluksiz raqamli muloqot tizimiga aylantirayotganini ko'rsatib berdi [5, 537–580].

X. Vives o'z navbatida, raqamli disruptsiya (digital disruption) hodisasini tahlil qilib, raqamli texnologiyalar moliya bozoriga kirish to'siqlarini (barriers to entry) keskin kamaytirganini ta'kidlaydi [4, 243–272]. Bu holat an'anaviy banklar uchun nafaqat o'zaro, balki bozorga shiddat bilan kirib kelayotgan yirik BigTech (Google, Apple va h.k.) hamda moslashuvchan FinTech startaplari bilan ham raqobatlashish zaruratini tug'dirdi [4, 243–272; 7, 761–799]. T. Filippon ham o'z ilmiy ishlarida fintech moliya bozorida inkluzivlikni va iqtisodiy samaradorlikni oshiruvchi, ammo an'anaviy biznes modellarni inqirozga uchratuvchi kuch ekanligini ta'kidlagan. P.K. Ozili esa raqamli moliyaning barqarorlik va moliyaviy ommaboplikka ta'sirini ijobiy baholaydi [8, 329–340].

Biroq, mavjud mahalliy va xalqaro adabiyotlarning tanqidiy tahlili shuni ko'rsatadiki, tadqiqotlarning aksariyatida "raqamli bank" yoki "raqamli raqobatbardoshlik" tushunchalari ko'pincha tor ma'noda, ya'ni faqat ma'lum bir funksiyalar (masalan, tranzaksiyalar hajmi yoki masofaviy xizmatlardan foydalanuvchilar soni) prizmasidan o'rganilgan. Raqamli infratuzilma, ma'lumotlar tahlili, innovatsionlik, mijoz tajribasi (CX) va yakuniy iqtisodiy samaradorlikni yaxlit tizim sifatida birlashtiruvchi kompleks, metodologik ta'rif va uni integral baholash mexanizmlari yetarli darajada shakllanmagan. Mazkur ilmiy maqolada yuqorida aniqlangan nazariy-metodologik bo'shliqni (research gap) to'ldirish va bank raqamli raqobatbardoshligining mukammal mualliflik konsepsiyasini taqdim etish ko'zda tutilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA METODLARI

Tadqiqot jarayonida tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligini har tomonlama o'rganish va nazariy jihatdan asoslash maqsadida bir-birini to'ldiruvchi tizimli va qiyosiy tahlil, abstrakt-mantiqiy tahlil, induksiya, deduksiya, kontent-tahlil hamda konseptual modellash tirish usullaridan foydalanildi.

Tizimli tahlil usuli yordamida raqamli raqobatbardoshlik alohida ko'rsatkichlar yig'indisi sifatida emas, balki bankning ichki texnologik infratuzilmasi, raqamli imkoniyatlari, mijozlar uchun yaratiladigan qiymat va yakuniy moliyaviy natijadorlikni o'zaro bog'lovchi yaxlit, ko'p komponentli murakkab iqtisodiy tizim sifatida tadqiq etildi.

Qiyosiy tahlil usuli orqali raqamli moliyaviy xizmatlar bozoridagi asosiy tushunchalar, jumladan, raqamli bank, moliyaviy texnologiyalar (FinTech), ochiq bank xizmatlari (Open Banking) va boshqa tegishli konsepsiyalarning mazmun-mohiyati o'zaro taqqoslanib, ularning umumiy va farqlovchi xususiyatlari aniqlashtirildi.

Abstrakt-mantiqiy tahlil, induksiya va deduksiya usullari xorijiy hamda mahalliy olimlarning ilmiy qarashlarini tizimlashtirish va umumlashtirish, mavjud nazariy yondashuvlar asosida xususiy ilmiy xulosalarni shakllantirish hamda «tijorat bankining

raqamli raqobatbardoshligi» tushunchasiga konseptual ta’rif berishda qo‘llanildi.

Kontent-tahlil usuli yordamida O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankining statistik ma’lumotlari, Jahon bankining Global Findex ma’lumotlar bazasi hamda Xalqaro hisob-kitoblar bankining (BIS) Sound Practices tavsiyalari o‘rganildi va tahlil qilindi.

Konseptual modellashtirish usuli asosida tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligini belgilovchi yettita asosiy komponent tizimlashtirildi hamda ularni kompleks baholashga mo‘ljallangan DBCI integral indeksining matematik modeli shakllantirildi.

Tadqiqotning metodologik asosini beshta muhim nazariy yondashuvning o‘zaro uyg‘unlashuvi tashkil etdi: M. Porterning raqobat ustunligi nazariyasi (xarajatlar bo‘yicha ustunlik va differensiallashuv mexanizmlari); resurslarga asoslangan yondashuv (axborot texnologiyalari va ma’lumotlar aktivlarini barqaror raqobat ustunligini ta’minlovchi strategik resurslar sifatida baholash); mijozga yo‘naltirilganlik paradigmasi (mijoz tajribasi — Customer Experience va mijoz uchun yaratiladigan qiymat); innovatsion yondashuv (sun‘iy intellekt texnologiyalari va yangi raqamli mahsulotlarni rivojlantirish); platforma iqtisodiyoti konsepsiyasi (ochiq dasturiy interfeyslar — Open API va tarmoq samarasi).

Mazkur nazariy va metodologik yondashuvlarni o‘zaro uyg‘unlashtirish natijasida bankning texnologik resurslari qanday mexanizmlar orqali bozordagi barqaror raqobat ustunligiga aylanishini izohlovchi quyidagi mualliflik konseptual zanjiri (conceptual chain) ishlab chiqildi va ilmiy jihatdan asoslandi:

Resources → Digital Capabilities → Digital Products → Customer Value → Competitive Advantage

Ushbu konseptual model tijorat bankining axborot texnologiyalari va raqamli infratuzilmaga yo‘naltirilgan investitsiyalari dastlab uning raqamli salohiyatini shakllantirishini, mazkur salohiyat asosida yangi raqamli bank mahsulotlari va xizmatlari yaratilishini, ular esa mijozlar uchun qo‘shimcha qiymat hosil qilish orqali bankning bozordagi barqaror raqobat ustunligini ta’minlashini ifodalaydi. Shu tariqa, model texnologik resurslardan samarali foydalanish, mijozlar uchun qiymat yaratish va raqobat ustunligiga erishish o‘rtasidagi sabab-oqibat bog‘liqligini konseptual jihatdan ochib beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot doirasida o‘tkazilgan konseptual tahlillar shuni ko‘rsatadiki, raqamli bank xizmatlari shunchaki an’anaviy xizmatlarning elektron shakli emas, balki bank faoliyatining chuqur texnologik transformatsiyasi natijasida yuzaga keladigan mutlaqo yangi intellektual xizmatlar majmuasidir. O‘tkazilgan tahlillar asosida muallif tomonidan quyidagi aniq ta’rif shakllantirildi:

Raqamli bank xizmati — mijozning moliyaviy ehtiyojlarini zamonaviy raqamli texnologiyalar, intellektual ma’lumotlar va masofaviy aloqa kanallari yordamida real vaqt rejimida (real-time), yuqori darajadagi qulaylik, xavfsizlik hamda minimal iqtisodiy xarajatlar evaziga qondirishga yo‘naltirilgan bank mahsulotidir.

Tadqiqot doirasida raqamli bank xizmatlarining oddiy ko‘rinishlardan murakkab

ekotizimlarga tomon evolyutsion rivojlanish bosqichlari tizimlashtirildi va quyidagi ko'p bosqichli mantiqiy struktura (tizim) ko'rinishida modellashtirildi:

1-bosqich (Masofaviy bank xizmatlarini shakllantirish). Mobil banking → Internet banking.

2-bosqich (Raqamli to'lov vositalarini rivojlantirish). Virtual kartalar → QR-kod asosidagi to'lovlar → P2P pul o'tkazmalari.

3-bosqich (Masofaviy moliyaviy xizmatlarni kengaytirish). Onlayn skoring asosida kreditlash → Raqamli depozit xizmatlari.

4-bosqich (Bank xizmatlarini intellektuallashtirish). Biometrik raqamli identifikatsiya (Digital ID) → Sun'iy intellektga (AI) asoslangan virtual moliyaviy maslahatchilar.

5-bosqich (Raqamli bank ekotizimini integratsiyalash). Ochiq bank xizmatlari (Open Banking, Open API) → Banklar va FinTech kompaniyalarining yagona raqamli ekotizimini shakllantirish.

Raqamli moliyaviy xizmatlar bozorida qo'llaniladigan, mazmunan o'zaro yaqin bo'lsa-da, funksional imkoniyatlari, texnologik xususiyatlari va qo'llanish doirasi jihatidan farqlanuvchi asosiy tushunchalarning mohiyatini aniqlashtirish hamda ularning konseptual chegaralarini belgilash muhim ilmiy-metodologik ahamiyatga ega. Shu maqsadda raqamli bank faoliyatiga oid asosiy tushunchalar qiyosiy tahlil qilinib, ularning umumiy va farqlovchi jihatlari tizimlashtirildi. O'tkazilgan qiyosiy tahlil natijalari 1-jadvalda umumlashtirildi.

1-jadval

Raqamli moliyaviy xizmatlarning asosiy tushunchalari qiyosiy tahlili

Tushuncha	Mazmuni	Asosiy xususiyati
Raqamli bank	Bank faoliyatining to'liq raqamli biznes modeli	Butun bank jarayonlarini kompleks raqamlashtirish
Mobil banking	Mobil qurilmalar (smartfonlar) orqali ko'rsatiladigan xizmatlar	Shaxsiy mobil kanalga bog'liqlik
Internet banking	Veb-brauzerlar va internet tarmog'i orqali bank xizmatlari	Shaxsiy kompyuter orqali masofaviy boshqaruv
Fintech	Moliyaviy texnologiyalar asosidagi innovatsion kompaniyalar	Tezkordlik, moslashuvchanlik va disruption
Open Banking	API (Application Programming Interface) orqali ma'lumot almashish	Ochiqlik va ekotizimli integratsiya

1-jadvalda keltirilgan qiyosiy tahlil natijalaridan ko'rinadiki, mobil banking va internet banking raqamli bank xizmatlarini taqdim etishning asosiy masofaviy kanallari hisoblanadi. Moliyaviy texnologiyalar (FinTech) esa bank xizmatlarini yaratish, takomillashtirish va taqdim etishda qo'llaniladigan innovatsion texnologiyalar hamda ushbu sohada faoliyat yurituvchi, tijorat banklari bilan hamkorlik qiluvchi yoki ularga raqobatchi sifatida maydonga chiquvchi texnologik kompaniyalarni qamrab oladi. Mazkur tushunchalarning funksional chegaralarini aniqlashtirish raqamli bank faoliyatining iqtisodiy mohiyatini chuqurroq anglash va uning raqobatbardoshlik omillarini tizimli baholash imkonini beradi.

Tadqiqotning muhim ilmiy natijalaridan biri tijorat banklari raqobatbardoshligining an'anaviy bank faoliyati modelidan raqamli iqtisodiyot

sharoitiga transformatsiyalanishini konseptual-matematik jihatdan modellashtirishdan iborat. An'anaviy bank faoliyati sharoitida tijorat bankining raqobatbardoshligini (BC) quyidagi ko'p omilli funksiya orqali ifodalash mumkin:

$$BC = f(P, Q, C, B)$$

bunda:

- P — bank xizmatlari narxi va tariflari (Price);
- Q — an'anaviy bank xizmatlari sifati (Quality);
- C — bank kapitalining hajmi va moliyaviy barqarorligi (Capital);
- B — bank filiallari va xizmat ko'rsatish bo'linmalari tarmog'i (Branch

Network).

Raqamli iqtisodiyot sharoitida moliya xizmatlari bozorining tarkibiy va texnologik transformatsiyasi natijasida bank raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar tarkibi kengayadi. Xususan, jismoniy filiallar tarmog'ining raqobat ustunligini shakllantirishdagi nisbiy ahamiyati o'zgarib, texnologik infratuzilma, ma'lumotlarni qayta ishlash salohiyati, mijozlarning raqamli tajribasi va innovatsion faoliyat samaradorligi ustuvor ahamiyat kasb eta boshlaydi. Natijada tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi (DBC) quyidagi kengaytirilgan ko'p omilli funksiya orqali ifodalanadi:

$$DBC = f(P, Q, C, T, D, CX, I, E)$$

bunda an'anaviy omillarga qo'shimcha ravishda quyidagi strategik o'zgaruvchilar kiritiladi:

- T — axborot texnologiyalari infratuzilmasi va bankning texnologik salohiyati (Technology);
- D — katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish va qayta ishlash imkoniyatlari (Data Analytics);
- CX — mijozlarning raqamli bank xizmatlaridan foydalanish jarayonida shakllanadigan tajribasi (Customer Experience);
- I — innovatsion bank mahsulotlari va xizmatlarini ishlab chiqish hamda bozorga joriy etish sur'ati (Innovation);
- E — raqamli texnologiyalarni joriy etish natijasida erishiladigan operatsion va iqtisodiy samaradorlik (Efficiency).

Mazkur modelning konseptual mohiyatini quyidagi soddalashtirilgan ifoda orqali tushuntirish mumkin:

$$DBC = \text{Traditional Competitiveness} + \text{Digital Capabilities}$$

Ushbu ifodada:

- Traditional Competitiveness — bankning an'anaviy raqobatbardoshlik omillari;
- Digital Capabilities — bankning texnologik, ma'lumotlarga asoslangan, innovatsion va mijozga yo'naltirilgan raqamli imkoniyatlari.

Biroq mazkur tenglikdagi qo'shish amali shartli konseptual xususiyatga ega bo'lib, omillarning oddiy arifmetik yig'indisini anglatmaydi. Raqamli imkoniyatlar

an'anaviy raqobatbardoshlik omillariga qo'shimcha ta'sir ko'rsatish bilan cheklanmay, ularning iqtisodiy samaradorligini ham o'zgartiradi. Jumladan, raqamli texnologiyalar operatsion xarajatlarni kamaytirish orqali narx ustunligini kuchaytirishi, xizmat ko'rsatish jarayonlarini avtomatlashtirish orqali sifat ko'rsatkichlarini yaxshilashi hamda ma'lumotlar tahlili asosida mijozlarga individual moliyaviy xizmatlarni taklif etish imkoniyatini kengaytirishi mumkin.

Shu jihatdan raqamli raqobatbardoshlik an'anaviy va raqamli omillarning o'zaro ta'siri natijasida shakllanadigan murakkab iqtisodiy kategoriya sifatida namoyon bo'ladi. Ushbu omillar o'rtasidagi o'zaro ta'sir ma'lum sharoitlarda multiplikativ samara hosil qilishi mumkin, biroq bunday samaraning miqdoriy darajasi alohida empirik baholashni talab etadi.

Tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarni turli iqtisodiy nazariyalar va ilmiy yondashuvlar nuqtayi nazaridan tizimlashtirish, ularning iqtisodiy mazmuni hamda o'zaro bog'liqligini aniqlash maqsadida 2-jadval ishlab chiqildi.

2-jadval

Raqamli raqobatbardoshlikni izohlovchi zamonaviy nazariy yondashuvlar

Yondashuv	Asosiy ilmiy g'oya	Bank faoliyatiga amaliy tatbiqi
M. Porter nazariyasi	Barqaror strategik raqobat ustunligi	Raqamli kanallar orqali xarajatlarni kamaytirish va differensiallashuv
Resurslarga asoslangan yondashuv (RBV)	Ichki noyob resurslar ustunligi	Bankning IT-infratuzilmasi, Big Data bazasi va inson kapitali
Mijozga yo'naltirilgan yondashuv	Mijoz uchun maksimal qiymat yaratish	Raqamli mijoz tajribasi (CX), interfeys qulayligi, personalizatsiya
Innovatsion yondashuv	Yangilik kiritish orqali bozorda yetakchilik	Sun'iy intellekt, onlayn skoring, innovatsion raqamli kreditlar
Platforma iqtisodiyoti konsepsiyasi	Tarmoq va ekotizim samaradorligi	Open API, Open Banking platformalari, FinTech bilan integratsiya

2-jadvalda keltirilgan nazariy yondashuvlar o'zaro bir-birini to'ldiruvchi va boyituvchi xarakterga ega bo'lib, tijorat banklarining raqamli makonda raqobatbardoshligini ta'minlashning yaxlit metodologik poydevorini shakllantiradi.

MUALLIFLIK KONSEPSIYASI

O'tkazilgan nazariy-metodologik tadqiqotlar hamda konseptual modellashtirish natijasida muallif tomonidan "tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi" tushunchasiga tizimli va kompleks mohiyat kasb etuvchi quyidagi mukammal mualliflik ta'rifi ishlab chiqildi:

Tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi — bankning ilg'or raqamli texnologiyalar, intellektual ma'lumotlar va innovatsion biznes modellaridan samarali foydalanish orqali mijozlarga o'z raqobatchilariga nisbatan yuqori iqtisodiy qiymat yaratadigan, maksimal darajada qulay, tezkor, xavfsiz, personalizatsiyalashgan raqamli moliyaviy xizmatlarni barqaror va uzluksiz taqdim etish hamda dynamic raqamli muhitdagi o'zgarishlarga operativ moslashish borasidagi tizimli qobiliyati va imkoniyatlari majmuasidir.

Ushbu konseptual mualliflik ta'rifiga tayanib, raqamli raqobatbardoshlikning

yettita fundamental tarkibiy komponenti ajratildi va ularning funksional modeli (DRC) quyidagicha shakllantirildi: $(DRC=DI+DP+CX+SQ+IN+DC+EE)$

Bu yerda ajratilgan har bir komponent bankning umumiy raqamli raqobatbardoshlik arxitekturasida o'zining aniq sub-ko'rsatkichlariga ega. Ushbu tarkibiy elementlarning batafsil tuzilishi va ularni xarakterlovchi asosiy indikatorlar 3-jadvalda tizimlashtirib berildi.

3-jadval

Tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi komponentlari modeli

Komponent	Asosiy funksional ko'rsatkichlar va tarkibi
Raqamli infratuzilma	IT-tizimlarning quvvati, Open API platformalari, bulutli texnologiyalar, sun'iy intellekt modullari, biometrik Digital ID tizimlari.
Raqamli mahsulotlar	Raqamli kreditlar, onlayn depozitlar, virtual to'lov kartalari, QR-to'lovlar, P2P xizmatlari, ekotizimli mahsulotlar portfeli.
Mijoz tajribasi	Mobil ilovalardan foydalanish qobiliyati (UX/UI), interfeys dizayni, operatsiyalarning soddaligi, mijoz yo'lidagi (Customer Journey) qulayliklar.
Xizmat sifati	Raqamli tizimlarning barqarorligi (uptime), tranzaksiyalarning kiberxavfsizligi, ma'lumotlar maxfiyligi, texnik yordam tezkorligi.
Innovatsiyalar	Yangi raqamli mahsulotlarni bozorga olib chiqish tezligi (Time-to-Market), R&D investitsiyalari, FinTech startaplari bilan hamkorlik ko'lami.
Data capability	Big Data texnologiyalari, mijozlar xulq-atvorini bashorat qiluvchi tahliliy modellar, ma'lumotlar asosida qaror qabul qilish (Data-driven).
Iqtisodiy samaradorlik	Raqamli kanallardan olinadigan sof daromad, tranzaksion xarajatlarning kamayishi, raqamli investitsiyalarning rentabelligi (ROI).

Ishlab chiqilgan ushbu ko'p komponentli model bank raqamli raqobatbardoshligining nafaqat texnologik, balki ijtimoiy-psixologik, huquqiy hamda sof iqtisodiy jihatlarini o'zida mujassam etgan murakkab tizim ekanligini amalda isbotlaydi.

MUHOKAMA

Tadqiqot doirasida ishlab chiqilgan mualliflik modelining an'anaviy nazariy yondashuvlardan farqlanuvchi muhim konseptual xususiyati shundaki, unda raqamli texnologiyalar va texnologik infratuzilma bank raqobatbardoshligini oshirishning yakuniy maqsadi sifatida emas, balki iqtisodiy qiymat yaratishga xizmat qiluvchi strategik resurslar sifatida talqin etiladi. Mazkur yondashuvga ko'ra, texnologik resurslarning bankning real raqobat ustunligiga aylanishi o'zaro bog'liq iqtisodiy va funksional jarayonlarni qamrab oluvchi quyidagi konseptual sabab-oqibat zanjiri (cause-effect chain) orqali izohlanadi:

Digital Infrastructure → Digital Products → Customer Experience → Customer Satisfaction → Customer Loyalty → Transactions → Revenue → Competitiveness

Ushbu konseptual zanjir raqamli infratuzilma (Digital Infrastructure) asosida

raqamli bank mahsulotlari va xizmatlari (Digital Products) yaratilishini, ularning funksional imkoniyatlari hamda foydalanish qulayligi mijozlarning raqamli tajribasini (Customer Experience) shakllantirishini ifodalaydi. Ijobiy mijoz tajribasi mijozlar qoniqligining (Customer Satisfaction) ortishiga, bu esa ularning bankka bo'lgan sodiqligini (Customer Loyalty) mustahkamlashga xizmat qilishi mumkin. Natijada bank xizmatlaridan foydalanish faolligi va tranzaksiyalar (Transactions) hajmining oshishi bank daromadlarining (Revenue) o'sishi hamda uning bozordagi raqobatbardoshligi (Competitiveness) mustahkamlanishi uchun iqtisodiy asos yaratadi.

Mazkur modelning nazariy ahamiyati shundaki, u bankning raqamli texnologiyalarga yo'naltirgan investitsiyalari bilan yakuniy iqtisodiy natijadorligi o'rtasidagi bog'liqlikni bevosita emas, balki mijoz uchun qiymat yaratish jarayonlari orqali tushuntiradi. Xususan, tijorat banki yuqori qiymatli raqamli infratuzilmaga ega bo'lsa-da, uning imkoniyatlaridan foydalanib, mijozlar ehtiyojlariga mos, qulay va raqobatbardosh raqamli mahsulotlarni yarata olmasa, kiritilgan investitsiyalar kutilgan iqtisodiy samarani bermasligi mumkin. Bunday sharoitda texnologik infratuzilmani yaratish va saqlash xarajatlari bankning operatsion xarajatlarini oshirib, uning moliyaviy natijadorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi ehtimoli mavjud.

Shunday qilib, mualliflik modelida raqamli raqobatbardoshlik texnologik resurslarning mavjudligi bilangina emas, balki ulardan samarali foydalanish, mijozlar uchun qo'shimcha qiymat yaratish, mijozlar sodiqligini mustahkamlash va ushbu jarayonlarni barqaror iqtisodiy natijalarga aylantirish qobiliyati bilan belgilanadi. Mazkur konseptual yondashuv texnologik infratuzilma, mijozlarga yo'naltirilganlik va iqtisodiy samaradorlik o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni yagona nazariy tizimda ifodalashi bilan tadqiqotning muhim ilmiy natijalaridan biri hisoblanadi.

Tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligini miqdoriy baholash, ularning raqamli rivojlanish darajasini o'zaro taqqoslash (benchmarking) hamda qiyosiy reytingini shakllantirish uchun yagona metodologik yondashuvni ishlab chiqish maqsadida muallif tomonidan DBCI (Digital Banking Competitiveness Index — Raqamli bank raqobatbardoshligi indeksi) integral ko'rsatkichi konsepsiyasi taklif etildi.

Mazkur indeks bankning raqamli raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi turli ko'rsatkichlarni yagona umumlashirilgan baholash tizimiga birlashtirishga asoslanadi. Matematik jihatdan DBCI integral indeksi quyidagi vaznlangan yig'indi modeli orqali ifodalanadi:

$$DBCI = \sum_{i=1}^n w_i Z_i$$

bunda:

- DBCI — tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligini ifodalovchi integral indeks;
- Z_i — i -ko'rsatkichning standartlashtirilgan (normallashtirilgan) qiymati;
- w_i — i -ko'rsatkichning integral indeks tarkibidagi nisbiy ahamiyatini ifodalovchi vazn koeffitsienti;
- n — integral indeks tarkibiga kiritilgan xususiy indikatorlarning umumiy soni.

Bunda vazn koeffitsientlari manfiy bo'lmazligi ($w_i \geq 0$) va ularning umumiy yig'indisi birga teng bo'lishi ($\sum_{i=1}^n w_i = 1$) nazarda tutiladi.

Taklif etilgan integral indeks tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligini ko'p mezonli baholash, alohida indikatorlarning umumiy natijaga qo'shgan hissasini aniqlash hamda banklar o'rtasidagi raqamli rivojlanish tafovutlarini qiyosiy tahlil qilish uchun metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

DBCI integral indeksini shakllantirishda bank faoliyatining raqamli qirralarini to'liq qamrab olish maqsadida, uning tarkibiga quyidagi 14 ta fundamental xususiy ko'rsatkichni kiritish metodologik jihatdan taklif etiladi:

1. Bank tomonidan taqdim etilayotgan funksional raqamli xizmatlar va mahsulotlar soni;
2. Mobil banking ilovasining ro'yxatdan o'tgan jami foydalanuvchilari soni;
3. Bank tizimidagi faol raqamli mijozlarning (Active Digital Customers) ulushi;
4. Raqamli kanallar (mobil ilova, veb) orqali amalga oshirilgan tranzaksiyalarning umumiy hajmi va soni;
5. Emissiya qilingan faol virtual to'lov kartalari soni;
6. Masofaviy kanallar orqali ajratilgan onlayn mikrokreditlarning umumiy portfeldagi ulushi;
7. Onlayn rasmiylashtirilgan raqamli depozitlarning hajmi;
8. Raqamli tranzaksiyalarning o'rtacha tannarxi va tariflar jozibadorligi;
9. Mobil ilovaning funksionalligi va navigatsiya qulayligi reytingi;
10. Operatsiyalarni amalga oshirish va mijoz so'rovlariga javob berish tezligi;
11. Raqamli tizimlarning kiberxavfsizlik va kiberbardoshlik (cyber resilience) darajasi;
12. Raqamli mijozlarning qoniqish indeksi (CSAT / NPS);
13. Yil davomida joriy etilgan mutlaqo yangi innovatsion mahsulotlar soni;
14. Raqamli xizmatlar va komissiyalardan olinadigan sof daromadning bank jami daromadlaridagi ulushi.

Ushbu taklif etilayotgan DBCI integral indeksi keyingi amaliy tadqiqotlar bosqichida O'zbekiston Respublikasi tijorat banklarining raqamli salohiyatini matematik modellar yordamida baholash va milliy reyting tizimini shakllantirish uchun mukammal metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, zamonaviy bank amaliyotida raqamli raqobatbardoshlikni faqat taqdim etilayotgan raqamli xizmatlar soni yoki mobil ilovani yuklab olgan foydalanuvchilar miqdori kabi alohida miqdoriy ko'rsatkichlar asosida baholash metodologik jihatdan yetarli emas. Chunki mazkur ko'rsatkichlar bankning raqamli xizmatlar ko'rsatish imkoniyatlarini ma'lum darajada tavsiflasa-da, ularning sifati, mijozlar uchun yaratiladigan qiymat, texnologik barqarorlik va yakuniy iqtisodiy samaradorlikni to'liq aks ettirmaydi.

Mazkur holatni ikki tijorat banki misolida shartli ravishda izohlash mumkin. Faraz qilaylik, har ikkala bank tomonidan taklif etilayotgan raqamli xizmatlar soni bir xil, ya'ni 50 tani tashkil etadi (Number of Services = 50). Biroq birinchi bankning mobil ilovasi yuqori ishlash tezligi, sodda va intuitiv interfeys, tranzaksiyalarning yuqori darajadagi kiberxavfsizligi hamda sun'iy intellekt (AI) texnologiyalariga asoslangan shaxsiylashtirilgan xizmatlar bilan ajralib turadi. Ushbu imkoniyatlar mijozlarning ijobiy raqamli tajribasini (Customer Experience — CX) shakllantirish,

ularning bankka bo'lgan ishonchi va sodiqligini mustahkamlash, tranzaksiyalar faolligini oshirish hamda bankning moliyaviy natijadorligini yaxshilashga xizmat qilishi mumkin.

Ikkinchi bankda esa raqamli xizmatlar soni xuddi shunday 50 tani tashkil etishiga qaramay, mobil ilovaning texnik barqarorligi pastligi, navigatsiya tizimining murakkabligi, xizmatlardan foydalanish jarayonidagi texnik uzilishlar va mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvning yetarlicha rivojlanmaganligi sababli foydalanuvchilar faolligi past darajada qolishi mumkin. Natijada xizmatlarning miqdoriy jihatdan bir xil bo'lishi banklarning raqamli raqobatbardoshligi va iqtisodiy samaradorligi ham bir xil ekanini anglatmaydi.

Ushbu shartli misol raqamli bank xizmatlari soni bilan raqamli raqobatbardoshlik darajasini o'zaro tenglashtirishga asoslangan soddalashtirilgan yondashuvning metodologik jihatdan cheklanganligini ko'rsatadi. Shu nuqtayi nazardan, raqamli raqobatbardoshlikni baholashda texnologik imkoniyatlar bilan bir qatorda mijozlar uchun yaratiladigan qiymat, innovatsion salohiyat va iqtisodiy samaradorlikni ham hisobga olish zarur.

Mazkur yondashuv asosida tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omillar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ifodalovchi quyidagi mualliflik konseptual modeli taklif etiladi:

Digital Competitiveness = Technology + Customer Value + Innovation + Efficiency

Bunda:

- Technology — bankning raqamli infratuzilmasi va texnologik salohiyati;
- Customer Value — raqamli bank xizmatlari orqali mijozlar uchun yaratiladigan qiymat;
- Innovation — bankning innovatsion mahsulotlar va raqamli moliyaviy xizmatlarni ishlab chiqish hamda joriy etish salohiyati;
- Efficiency — raqamli texnologiyalarni qo'llash natijasida erishiladigan operatsion va iqtisodiy samaradorlik.

Mazkur konseptual modelda raqamli raqobatbardoshlik alohida texnologik yoki miqdoriy ko'rsatkichlarning oddiy yig'indisi sifatida emas, balki texnologik salohiyat, mijozlar uchun qiymat yaratish, innovatsion faoliyat va iqtisodiy samaradorlikning o'zaro uyg'unlashuvi natijasida shakllanadigan kompleks iqtisodiy kategoriya sifatida talqin etiladi. Formuladagi qo'shish amali ushbu omillarning konseptual birligini ifodalaydi va ularning bevosita arifmetik yig'indisini anglatmaydi.

Tadqiqotning cheklovlari (limitations). Taklif etilgan konseptual model va DBCI (Digital Banking Competitiveness Index) integral indeksi, avvalo, nazariy-metodologik jihatdan asoslangan bo'lib, ularning amaliy qo'llanish imkoniyatlarini keng ko'lamli empirik ma'lumotlar asosida tekshirish va baholash zarur. Xususan, integral indeks tarkibidagi xususiy indikatorlarning nisbiy ahamiyatini belgilovchi vazn koeffitsientlari (w_i) bank sohasi ekspertlarining baholariga asoslanganligi sababli, ularni aniqlash jarayonida subyektiv omillarning ta'siri mavjud bo'lishi mumkin.

Shu munosabat bilan kelgusidagi tadqiqotlarda DBCI integral indeksini O'zbekiston tijorat banklarining real statistik va moliyaviy ko'rsatkichlari asosida

empirik sinovdan o'tkazish, indikatorlar o'rtasidagi bog'liqlikni ekonometrik usullar yordamida baholash hamda vazn koeffitsientlarini statistik jihatdan asoslash maqsadga muvofiqdir. Bu esa taklif etilgan indeksning ishonchliligi, barqarorligi va banklararo qiyosiy tahlilda qo'llanish imkoniyatlarini yanada oshirishga xizmat qiladi.

XULOSA

Amalga oshirilgan ilmiy tadqiqot ishlari natijasida tijorat banklarining raqamli raqobatbardoshligi zamonaviy bank ishi va raqamli iqtisodiyotning alohida tadqiq etilishi lozim bo'lgan murakkab va kompleks iqtisodiy kategoriyasi ekanligi nazariy jihatdan asoslab berildi. Raqamli raqobatbardoshlik o'zining iqtisodiy tabiati va shakllanish mexanizmlariga ko'ra an'anaviy bank raqobatidan tubdan farq qiladi. U faqatgina narx, kapital hajmi va filiallar tarmog'iga emas, balki bankning ilg'or texnologik infratuzilmasi, Big Data ma'lumotlaridan foydalanish salohiyati, innovatsiyalarni joriy etish tezligi hamda raqamli mijoz tajribasini (CX) boshqarish qobiliyatiga tayanadi.

Tadqiqot doirasida erishilgan va amaliyotga taklif etilayotgan asosiy natijalar va tavsiyalar quyidagilardan iborat:

1. "Tijorat bankining raqamli raqobatbardoshligi" tushunchasiga texnologik va mijoz qiymati mezonlarini birlashtiruvchi mukammal mualliflik ta'rifi berildi.

2. Bank raqamli raqobatbardoshligining ettita fundamental tarkibiy komponentidan (DI+DP+CX+SQ+IN+DC+EE) iborat bo'lgan ko'p komponentli funksional-konseptual modeli ishlab chiqildi.

3. Texnologik resurslarning bank moliyaviy natijadorligiga ko'chishini ta'minlovchi mantiqiy sabab-oqibat zanjiri (Digital Infrastructure $\rightarrow$ Customer Experience $\rightarrow$ Revenue) isbotlandi.

4. Banklarning raqamli muhitdagi strategik mavqeyini kompleks baholash va ularni o'zaro qiyoslash imkonini beruvchi DBCI (Digital Banking Competitiveness Index) integral indeksining metodologik arxitekturasini shakllantirildi.

Taklif etilgan mualliflik konsepsiyasi, tarkibiy komponentlar modeli va DBCI integral indeksidan tijorat banklari rahbariyati iletisim yo'nalishlarda amaliy vosita sifatida foydalanishi mumkin: bankning uzoq muddatli raqamli transformatsiya strategiyalarini ishlab chiqishda; raqamli mahsulotlar portfelini optimal diversifikatsiya qilishda; mobil banking tizimlarini mijoz ehtiyojlariga moslab rivojlantirishda; FinTech startaplari bilan hamkorlik samaradorligini tahlil qilishda hamda raqobatbardoshlikni oshirish uchun maqsadli raqamli investitsiyalarni (ROI) rejalashtirishda. DBCI indeksidan foydalanish moliya muassasalariga "Bizning bankimiz raqamli raqobat muhitida qaysi pozitsiyada turibdi va qaysi komponentlarimiz kuchaytirilishi kerak?" degan strategik savolga aniq va kompleks javob olish imkoniyatini taqdim etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. — New York: Free Press, 1980. — 396 p.
2. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of

Management. — 1991. — Vol. 17, No. 1. — P. 99–120.

3. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. — New York: Free Press, 1985. — 557 p.

4. Vives X. Digital Disruption in Banking // Annual Review of Financial Economics. — 2019. — Vol. 11. — P. 243–272.

5. Gomber P., Koch J.-A., Siering M. Digital Finance and FinTech: Current Research and Future Research Directions // Journal of Business Economics. — 2017. — Vol. 87. — P. 537–580.

6. Philippon T. The FinTech Opportunity. NBER Working Paper No. 22476. — Cambridge: National Bureau of Economic Research, 2016.

7. Frost J., Gambacorta L., Huang Y., Shin H.S., Zbinden P. BigTech and the Changing Structure of Financial Intermediation // Economic Policy. — 2019. — Vol. 34, No. 100. — P. 761–799.

8. Ozili P.K. Impact of Digital Finance on Financial Inclusion and Stability // Borsa Istanbul Review. — 2018. — Vol. 18, No. 4. — P. 329–340.

9. World Bank. The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. — Washington, DC: World Bank, 2022.

10. Bank for International Settlements. Sound Practices: Implications of Fintech Developments for Banks and Bank Supervisors. — Basel: BIS, 2018.

11. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Bank tizimi va to‘lov tizimlari bo‘yicha statistik ma’lumotlar. — Toshkent: O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy sayti.