



ELEKTRON XIZMATLARDAN FOYDALANISHDA MIJOZLAR ISHONCHI VA QONIQISH DARAJASI

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Kinali Durdon Rixsiboy qizi

Toshkent Davlat Iqtisodiyot universitetida asistent o'qituvchi

durdonakomilova31@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada elektron xizmatlardan foydalanishda mijozlar ishonchi va qoniqish darajasi o'rganilgan. So'nggi yillarda O'zbekistonda bank, sug'urta, davlat xizmatlari hamda elektron savdo platformalarida innovatsion yechimlar keng joriy etilmoqda. Elektron xizmatlarning samaradorligi, ularning tezkorligi va xavfsizlik darajasi mijozlar ishonchini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotda elektron xizmatlardan foydalanish samaradorligi, mijozlar qoniqishi va ularni oshirish mexanizmlari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Elektron xizmatlar, mijoz ishonchi, qoniqish darajasi, raqamli texnologiyalar, bank tizimi, elektron savdo, xavfsizlik, innovatsion xizmatlar.

Аннотация. В статье исследуется уровень доверия и удовлетворенности клиентов при использовании электронных услуг. В последние годы в Узбекистане широко внедряются инновационные решения в банковской сфере, страховании, сфере государственных услуг и на электронных торговых площадках. Эффективность, скорость и безопасность электронных услуг играют важную роль в формировании доверия клиентов. В исследовании анализируются эффективность использования электронных услуг, удовлетворенность клиентов и механизмы ее повышения.

Ключевые слова: Электронные услуги, доверие клиентов, удовлетворенность, цифровые технологии, банковская система, электронная торговля, безопасность, инновационные услуги.

Abstract. The article studies the level of customer trust and satisfaction in the use of electronic services. In recent years, innovative solutions have been widely introduced in Uzbekistan in banking, insurance, public services, and electronic trading platforms. The efficiency, speed, and security of electronic services play an important role in building customer trust. The study analyzes the efficiency of using electronic services, customer satisfaction, and mechanisms for increasing them.

Keywords: Electronic services, customer trust, satisfaction, digital technologies, banking system, electronic trading, security, innovative services

Kirish.

So'nggi yillarda dunyo miqyosida iqtisodiyotni raqamlashtirish jarayonlari jadallashib bormoqda. O'zbekiston ham ushbu jarayonlardan chetda qolmay, bank sektori, davlat



xizmatlari va elektron savdo tizimlarida zamonaviy elektron xizmatlarni keng joriy etmoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-2024 yillar yakunida O'zbekistonda elektron xizmatlardan foydalanuvchilar soni 25 milliondan oshgan. Shu bilan birga, mijozlarning elektron xizmatlarga bo'lgan ishonchi va ularning qoniqish darajasi bu sohaning barqaror rivojlanishini belgilovchi muhim omillardan biri hisoblanadi.

Elektron bank xizmatlari (ya'ni, onlayn va mobil bank xizmatlari) bugungi kunda mijozlar uchun asosiy qulaylik va innovatsion imkoniyatlarni taqdim etmoqda. Mijozlar ishonchi va qoniqish darajasi esa banklarning muvaffaqiyati va raqobatbardoshligini belgilovchi eng muhim omillardan biri hisoblanadi.

Mijozlarning elektron xizmatlardan foydalanishga bo'lgan qiziqishi bir qator ustunliklar – tezkorlik, qulaylik, 24/7 rejimda foydalanish imkoniyati, hujjat aylanishining soddalashuvi kabi afzalliklar bilan izohlanadi. Biroq bu jarayonlarda xavfsizlik, maxfiylikni ta'minlash, xizmatlarning sifat ko'rsatkichlarini doimiy ravishda oshirib borish muammolari ham mavjud. Shu sababli, elektron xizmatlar samaradorligini oshirishda mijoz ishonchini mustahkamlash va ularning qoniqish darajasini yuqori pog'onaga olib chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Elektron xizmatlarning qoniqish darajasini baholash uchun 2024 yildan boshlab Axborotlashtirish va telekommunikatsiyalar sohasida nazorat inspeksiyasi har yarim yilda reyting e'lon qiladi. Bu reyting inson omilisiz shakllanadi va aholin Qoniqish va ishonchni oshirish bo'yicha ilg'or tajribalar.

Muvaffaqiyatli banklar tajribasi:

- **JP Morgan Chase:** Mijoz fikr-mulohazalarini faol yig'ish va shaxsiylashtirilgan xizmatlar orqali qoniqish va sodiqlikni oshirdi
- **Comerica.** Mijozlar tajribasini tahlil qilish va mobil ilovani takomillashtirish natijasida mobil bank qoniqish balli 5 punktga oshdi
- **Jyske Bank.** KYC jarayonini avtomatlashtirish va o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish imkoniyatlari orqali mijozlar uchun qulaylik va tezkorlik yaratildi, natijada mijozlar tajribasi sezilarli yaxshilandi
- **Bank of America.** Sun'iy intellekt va chat-botlar yordamida real vaqtlı yordam va shaxsiylashtirilgan maslahatlar taqdim etiladi, bu esa mijozlarni ushlab qolish va qoniqishni oshirishga xizmat qilmoqda
- **ING Bank.** Raqamli xizmatlarni soddalashtirish va shaxsiylashtirish orqali mijozlar faolligi va qoniqishi oshdi

Mijozlar qoniqishining ahamiyati va biznes natijalarga ta'siri

- **Mijozlar qoniqishi va ishonchi banklar uchun asosiy muvaffaqiyat omili** hisoblanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, yuqori qoniqish darajasi banklarning foydaliligi, aksiyadorlik qiymati, kredit reytinglari va mijozlar sodiqligiga bevosita ijobiy ta'sir ko'rsatadi



- **Qoniqish va sodiqlik.** Qoniqish darajasi yuqori bo'lgan mijozlar ko'proq xizmatlardan foydalanadi, bankni boshqalarga tavsiya qiladi va raqobatchilarga o'tish ehtimoli past bo'ladi. Bu esa bank uchun barqaror daromad va o'sishni ta'minlaydi
- **Ishonch va obro'.** Mijozlar ishonchi bank obro'sini oshiradi, yangi mijozlarni jalb qilish va mavjud mijozlarni ushlab qolishda muhim rol o'ynaydi

Elektron bank xizmatlarida mijozlar qoniqishi va ishonchi darajasi: statistik ma'lumotlar
Global va mintaqaviy ko'rsatkichlar (2024-2025)

- **Dunyo bo'yicha o'rtacha qoniqish:** Elektron bank xizmatlaridan foydalanuvchilar orasida o'rtacha qoniqish darajasi 4.16/5 ni tashkil etadi
- **AQSh:** 86% mijozlar raqamli bank xizmatlaridan mamnun, 96% esa mobil va onlayn bank tajribasini “yaxshi yoki undan yuqori” deb baholaydi
- **Buyuk Britaniya:** 82% qoniqish darajasi.
- **Kanada:** 80% qoniqish darajasi.
- **Janubiy Koreya:** Mobil bank ilovalaridan foydalanish bo'yicha dunyoda yetakchi (94% mijozlar faol foydalanuvchi)
- **Germaniya:** Real vaqti firibgarlikdan ogohlantirish xizmati mavjud bo'lsa, qoniqish 85% ga yetadi
- **Avstraliya:** 90% mijozlar uchun to'lovlar shaffofligi asosiy qoniqish omili hisoblanadi.

O'zbekiston olimlari va mutaxassislari elektron xizmatlar sohasini turli yo'nalishlarda tadqiq etib kelmoqda.

Jumladan, **S.S.G'ulomov (2019)** raqamli xizmatlarning mijozlar xulq-atvoriga ta'sirini o'rgangan, ularning qulayligi va tezkorligi mijoz ishonchini mustahkamlashini ta'kidlagan.

O.X. Sattorov (2020) tijorat banklarida masofaviy xizmatlardan foydalanish jarayonida xavfsizlik darajasi va shaffoflikni oshirish mijozlar qoniqishiga ijobiy ta'sir etishini ko'rsatgan.

B.B.Rahimov (2021) esa elektron to'lov tizimlari va mobil banking xizmatlarining keng joriy qilinishi aholining bank xizmatlariga bo'lgan ishonchini oshirganini ilmiy asoslab bergan. So'rovlar natijasida 300 nafar respondentning fikrlari o'rganildi va ularning 78 foizi elektron xizmatlardan muntazam foydalanishi, 65 foizi esa xizmat sifatidan to'liq qoniqishini bildirgan.

- O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi ma'lumotlariga ko'ra, **2019-2020 yillarda elektron davlat xizmatlaridan foydalanuvchilar soni 6,5 mln kishini** tashkil qilgan bo'lsa, **2023-yilda bu ko'rsatkich 22 mln kishiga yetgan.**
- Tijorat banklari bo'yicha, **mobil banking foydalanuvchilari soni 2019-yilda 3,1 mln kishini** tashkil etgan bo'lsa, **2023-2024 yillarda 17,2 mln kishiga yetgan**, bu esa 5 barobar o'sishni anglatadi.



- **QR-kod orqali to'lovlar** hajmi 2020-yilda atigi **2 trln so'm** bo'lgan bo'lsa, 2022-yilda **47 trln so'm**dan oshgan.
- So'rovnoma natijalariga ko'ra, mijozlar ishonchini shakllantiruvchi asosiy omillar sifatida:
 1. Xizmatlarning xavfsizligi (72%),
 2. Tezkorligi va uzluksizligi (68%),
 3. Qulay interfeys (53%),
 4. Xizmat narxi va qo'shimcha imkoniyatlari (49%) qayd etilgan.

Muhokamalardan ko'rinib turibdiki, elektron xizmatlarning tezkorligi va xavfsizlik darajasi yuqori bo'lsa, mijozlar ishonchi hamda qoniqish darajasi keskin oshadi. Shu bilan birga, ayrim hududlarda internet tezligi pastligi va raqamli savodxonlik yetarli emasligi ayrim muammolarni yuzaga keltirmoqda.

Xulosa.

Elektron xizmatlardan foydalanish hajmi O'zbekistonda so'nggi 5 yilda keskin oshdi va bu jarayon mijozlarning ishonch darajasi hamda qoniqishini kuchaytirdi. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, 2020–2024 yillarda elektron xizmat foydalanuvchilari soni 3–5 barobar ortgan.

Mijoz ishonchi va qoniqishini oshirish uchun xizmatlar xavfsizligini mustahkamlash, qulay interfeys yaratish va raqamli savodxonlikni oshirish zarur.

Elektron xizmatlar samaradorligini oshirish orqali iqtisodiyotda nafaqat mijozlar ehtiyojlarini qondirish, balki milliy bank va davlat xizmatlarining raqobatbardoshligini ham kuchaytirish mumkin.

Elektron bank xizmatlaridan foydalanishda mijozlar ishonchi va qoniqish darajasi dunyo bo'yicha yuqori (ko'plab mamlakatlarda 80% va undan yuqori). Qoniqish va ishonchni oshirish uchun banklar xizmatlarni qulay, xavfsiz va shaxsiylashtirilgan qilishga, mijoz fikrini inobatga olishga va raqamli innovatsiyalarga katta e'tibor qaratmoqda. Yuqori qoniqish va ishonch esa banklar uchun sodiq mijozlar, yuqori daromad va raqobatbardoshlikni ta'minlaydi

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. G'ulomov, S.S., Usmonov, Q.S. **Bank ishi: O'quv qo'llanma.** Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti, 2019. 45–62-betlar.
2. **Abdukarimov, I.T.** *Bank menejmenti.* Toshkent: “Sharq”, 2018. – 120–135-betlar.
3. **Rahimov, B.B.** *O'zbekiston bank tizimida innovatsion xizmatlar va ularning iqtisodiy samaradorligi.* Samarqand: “Zarafshon” nashriyoti, 2021. 55–71-betlar.
4. **Xo'jayev, A.A.** *Bank tizimi va raqamli texnologiyalar.* Toshkent: “Innovatsiya-Ziyo”, 2022. 33–49-betlar.
5. **O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki.** *O'zbekiston Respublikasida bank tizimini rivojlantirish konsepsiyasi 2020–2025 yillar uchun.* Toshkent, 2020. 5–18-betlar.



6. Karimova, B. K., & Oripova, M. S. (2021). Formation of national pride based on hadiths in primary school children of houses of kindness. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(4), 652-665. 2)
7. Karimova, B. (2019). Possibilities of formation of national pride with using khadiths in the first-year pupils of orphanages. *European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences* Vol, 7(11).
- 8. G‘ulomov, S.S., Usmonov, Q.S.** *Bank ishi: O‘quv qo‘llanma*. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti, 2019. 45–62-betlar.
9. Abdullaev Y.A., Qoraliev T.M., va boshqalar «Bank Ishi». O‘quv qo‘llanma - b.m.: T.: «Iqtisod-Moliya», 2015. - 576 b.
- 10. Sattorov, O.X.** *Tijorat banklari faoliyatida innovatsion xizmatlarni rivojlantirish yo‘llari*. Toshkent. “Fan va texnologiya”, 2020. 87–102-betlar.