

## O‘ZBEKISTONDA BANK PLASTIK KARTALARI VA XALQARO TO‘LOVLAR TIZIMLARDAN FOYDALANISHNING ASOSIY TAMOYILLARI

**O‘rinov Komiljon Tolibjon o‘g‘li**

Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti “Bank ishi va auditi” yo‘nalishi 2-bosqich talabasi

### ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasida bank plastik kartalarining qo‘llanilishi, kamchiliklari, yutuqlari tahlili yoritib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** Mastercard, Visa, UZCARD, Humo, Mir, UPI, xalqaro to‘lov tizimlari, to‘lov summasi, AQSH dollari, so‘m, kobeydjing, komission to‘lovlar.

**Kirish.** Rivojlangan mamlakatlar tajribalarida ma‘lumki, mamlakatlar aro VISA hamda MASTERCARD kartalaridan foydalanishga cheklov qo‘yilmagan. Mijozlar kundalik turmush tarzida faqatgina bitta bank kartasini ochadi va barcha hisob-kitoblarni shu bank kartasi orqali amalga oshiriladi. Ammo O‘zbekistonda so‘m va valyuta kartalari alohida-alohida ochiladi.

O‘zbekistonda mahalliy to‘lovlar alohida HUMO yoki UZCARD kartalaridan foydalanish amaliyotining ommalashuvi ortidan aholining ma‘lum bir qatlamida xalqaro kartalardan foydalanish muammosini kuchaytirdi. Xorijiy davlatga boradigan mamlakatimiz aholisi esa alohida, AQSH dollarida ifodalangan MASTERCARD, VISA, UPI, MIR kartalari tijorat banklari tomonidan taklif qilindi. Sababi mamlakatimizda valyutani konvertatsiya qilish muammosi ko‘p yillar davomida anchagina muammo holatida qolgan edi, shu bois kartalar orqali xorijda, xorijiy valyutada to‘lanadigan to‘lovlarni bizning so‘mda ifodalangan hisob varaqlardan yechishni imkoni mavjud bo‘lmadi. Xorijiy valyutadagi turli xil to‘lovlar uchun alohida, UPI, MIR, MASTERCARD, VISA kartalarida ifodalangan AQSH dollaridagi kartalarni muomilaga kiritilishi natijasida mijozlar ehtiyojlari qisman qondirildi.

Rossiya yoki Qozog‘iston kabi davlatlar tajribasiga nazar soladigan bo‘lsak, ko‘p yillar davomida ularning aholisiga ish haqi to‘lovlarini amalga oshirishlarida va kundalik hayotlarida foydalaniladigan to‘lovlari uchun MASTERCARD yoki VISA kartalari foydalanishga imkon berilgan. Bunday kartalarga xalqaro deb atalgan maqomni o‘z yurtlarida, balki o‘zlari xohlagan davlatlarida o‘sha davlatning valyutasida amalga oshirish imkoniyatini beradi, yordamchi karta ochishlariga ehtiyoji qolmaydi. Hisob-kitoblar mijoz tashrif buyurgan davlat valyutasidaning (m.n rubl, dollar, turk lirasi, yoki yevro) barchasi birdek amalga oshiriladi. To‘lov qiymati bo‘lsa xalqaro to‘lov tizimlari va kartani muomalaga kiritgan tijorat banki tomonidan konvertatsiya qilinadi va mijozning hisob varag‘idan yechib olinadi.

Aytish joizki, O‘zsanoatqurilishbank XXI asr boshida faqat O‘zbekiston hududi foydalanish imkoni bo‘lgan 700 000 ga yaqin VISA kartasini xorijda foydalanishga imkoniyati yo‘qligi sababli foydalanishdan chiqargan edi.

Hozirgi kunga kelib, mamlakatimizda valyuta konvertatsiya qilish siyosati o‘zgargani insonni quvontiradi. Endi Rossiya yoki Qozog‘istondagidek mahalliy valyutada qo‘llanilgan MASTERCARD

va VISA xalqaro kartalari aholi foydalanishi uchun muomilaga chiqarildi. Respublikamizda, chet elda birdek foydalanish, xorijda amalga oshirilgan to‘lovlarni ayirboshlab, mijozlarning so‘mdagi hisob varag‘idan to‘g‘ridan-to‘g‘ri yechib olish imkoniyatini yaratib berdi. Natijada to‘lov tashkilotlari tomonidan ”kobeydjing” kartalarini taklif qilishni boshladi. Kobeydjing kard — universal karta bo‘lib, O‘zbekistonda va dunyoning 170 ta mamlakatida UnionPay infratuzilmasida to‘lov uchun qabul qilinadi. Shu bilan birga, chet elda xaridlar va internetdagi onlayn to‘lovlar vaqtida milliy valyutani bir zumda xorijiy valyutaga konversiya qilish orqali xorijiy valyutada amalga oshiriladi.<sup>1</sup> Kobeydjing kartalarining mana bu qulayliklari aynan xorijdan tashrif buyuradigan mijozlar uchun qulay hisoblanadi. Mijozlar valyutada yana karta ochib o‘tirmaydi, so‘mda yangi karta ochgan mijoz kartasidan xorijda bemalol foydalanishlari mumkin. Demak, barchaga mana shu turdagi yangicha kartalarni taqdim qilishni iloji yo‘q. Sababi xalqaro to‘lov tizimining logotipi mavjud bo‘lgan karta mijozga mahalliy kartaga qaraganda qimmatga tushadi. Xalqaro to‘lov tizimlari orqali tijorat banklaridan qoplatilgan turli tuman komission to‘lovlar, bunga misol keltirsak, xalqaro to‘lov tizimlarida bitta karta muomalaga kiritish uchun talab qilinadigan to‘lov, ishtirokchi tijorat banklardan oladigan to‘lov, xalqaro to‘lov tizimlariga qo‘shilish badallari, yana alohida kvartalda doimiy to‘lov amalga oshiradigan, hamda server, aloqa kanallari, sertifikatsiya, boshqa turdagi xarajatlar bilan bir qatorda bank xizmatlarining tannarxiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta’sir qiladi, demak, kobeydjing kartalar xizmatlarni qimmat qiladi. Biroq ushbu kartaga talab mavjud bo‘lgan aholi qatlami ehtiyojidan kelib chiqib foydalanish imkonini yaratish kerak buladi.

Savdo, xizmat ko‘rsatish sohalarida ham to‘lovlar tizimining komissiyalari yaxshigina farqlanadi. Masalan, hozirgi kundagi mahalliy tadbirkorlik subyekti HUMO yoki UZCARD tizimlaridagi terminallar tomonidan qabul qilinayotgan to‘lovlar uchun hisob-kitoblar 0,2% komissiya to‘laydi. Agar MASTERCARD yoki VISA tizimlariga nazar tashlasak, unda interchange fee 0,75% dan 1,75% gacha bo‘ladi. Xo‘sh tijorat banki bu to‘lovni qoplashi uchun savdo korxonalaridan 1,75% dan yuqori komissiya olishi kerak bo‘ladi. O‘zbekiston uchun mo‘ljallangan maxsus tartibiga ko‘ra, hozirda VISA xalqaro to‘lov tizimi komissiyaning 1% qismini savdo korxonalari, qolgani esa chet el banklar kartasining egasigina to‘lay oladi. Qanday bo‘lmasin xalqaro to‘lov tizimlari belgilagan komissiyalarni o‘zlariga olishadi. O‘zbekistonda bundan milliy to‘lov tizimlarida bu kabi komission to‘lovlar yo‘q. Odatdagi HUMO yoki UZCARD kartalariga belgilangan xizmatlar kobeydjing kartalariga qaraganda arzon bo‘ladi.

**Xulosa.** Mijozlarning xohishidan kelib chiqib, xorijiy davlatlarga tashrif buyurganda, bir qator qulayliklardan foydalanishlarini xohlagan bank mijozlari qo‘shimcha xarajatlar qilib kobeydjing kartalarni tanlashi mumkin. Ammo chet elga tashrif buyurishni xohlamagan, mijozlar esa HUMO yoki UZCARD kartalarini tanlab foydalanishlari mumkin. Yana bir jihati, mijozlar AQSH dollarida qo‘llanilgan mahalliy tizimlar bilan ulanmagan xalqaro kartalarni buyurtma berib foydalanish imkoniyati ham mamlakatimizda mavjud. Turizmni rivojlantirish uchun mamlakatimizda eng birinchi amalga oshirilgan islohotlardan biri ham MASTERCARD, VISA, MIR va UPI to‘lov tizimlari kartalaridan erkin foydalanishdir.

#### **Foydanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

<sup>1</sup> <https://aab.uz/uz/private/plastic-cards/list/national/kobeyjing-kartasi/>

1. Yakubova, Sh. Sh., Rashidov, R. I., Umarova, M. X., & Urinov, K. T. (2022). Ways of effective implementation of monetary policy in our country. ISJ Theoretical & Applied Science, 03 (107), 859-864. Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-03-107-64> Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2022.03.107.64>
2. Alikulov, A. T. (2022). In Uzbekistan, the use of the Stock Market in Attracting Financial Resources by Corporate Entities is One of the Tools. Journal of Marketing and Emerging Economics, 2(5), 66-69.
3. Аликулов, А. Т. (2020). СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ ТОРГОВЛИ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ УЗБЕКИСТАНА. In Актуальные вопросы экономики (pp. 63-66).
4. TUYGUNOVICH, A. A., OGLI, S. O. A., & QIZI, K. Z. K. Problems of Improving Stock Market Trading Mechanisms in Uzbekistan. JournalNX, 6(07), 330-334.
5. Alikulov, A. T., Iskandarovich, R. R., & Komiljon, O. (2022). O‘ZBEKISTONDA TIJORAT BANKLARINING BARQAROR FAOLIYATINI AMALGA OSHIRISHDA RAQAMLI BANK HIZMATLARINI JORIY ETISH. Results of National Scientific Research, 1(2), 62-67.
6. <https://cbu.uz/uz/>
7. <https://aab.uz/uz/private/plastic-cards/list/national/kobeyjing-kartasi/>
8. Рашидов, Р. И., & Муртазаев, Н. П. (2020). DIRECTIONS OF INNOVATIVE AGRICULTURAL DEVELOPMENT. ЖУРНАЛ АГРО ПРОЦЕССИНГ, 2(7).
9. Rashidov, R., Turobov, S., Dustova, M., & Azamatova, G. (2020). The crisis conditions and the ways of solving them. International Journal of Advanced Science and Technology, 29(7), 2104-2011.
10. Alikulov, A. T. (2022). In Uzbekistan, the use of the Stock Market in Attracting Financial Resources by Corporate Entities is One of the Tools. Journal of Marketing and Emerging Economics, 2(5), 66-69.