

2/2023,
mart-aprel
(№ 00064)



БАНКЛАРДА МАРКЕТИНГ ХИЗМАТИ ВА УНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЗАРУРАТИ

Касимова Мухлиса Анвар қизи

Тошкент давлат иқтисодиёт университети магистранти. Тошкент, Ўзбекистон. kasimova.mukhlisaa@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol11_iss2/i36

Аннотация

Мақолада Ўзбекистонда банкларнинг маркетинг хизматидан фойдаланиш жараёнида рақамли технологиялардан фойдаланишнинг зарурати ёритиб берилган. Бугунги рақамли трансформация жараёнида мижозлар тижорат банкларининг таклиф этаётган банк маҳсулотлари ҳақидаги тўлиқ ва ҳаққоний маълумотларни рақамли каналлардан олиш масалалари оммалашган. Шу жihatдан, мақоланинг мақсади: рақамли трансформация шароитида банк маркетингининг инновацион замонавий усулларини ўрганиш ва уни янада ривожлантириш, ҳамда банк хизматларини оммабоплигини ошириш йўналишларини такомиллаштириш ҳисобланади. Муаллиф мазкур мақола доирасида рақамли трансформация шароитида банк маркетингининг замонавий усулларини ўрганиш ва уни янада ривожлантириш, ҳамда банк хизматларини оммабоплигини ошириш йўналишларини такомиллаштириш масалаларини тадқиқ қилган. Олиб борилган изланишлар натижасида Ўзбекистонда банкларнинг маркетинг хизматидан фойдаланиш жараёнида рақамли технологиялардан фойдаланишнинг зарурати юзасидан амалий таклиф ва илмий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: банк, рақамли трансформация, банк хизматлари, маркетинг, банк маркетинги, маркетинг тадқиқотлари, мобил банкинг, интернет банкинг, маркетинг концепцияси, оммабоплик.

NEED FOR USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN MARKETING SERVICE AND ITS DEVELOPMENT IN BANKS

Kasimova Mukhlisa Anvar qizi

Master of the Tashkent State Economic University. Tashkent, Uzbekistan.

Abstract

The article emphasizes the need to use digital technologies in the process of using marketing services of banks in Uzbekistan. In the course of today's digital transformation, the issue of obtaining complete and reliable information about banking products offered by commercial banks through digital channels has become urgent. In this regard, the purpose of the article is to study innovative modern methods of banking marketing in the context of digital transformation and its further development, as well as improve the directions of increasing the popularity of banking services. In this article, the author investigated the study and further development of modern banking marketing methods in the context of digital transformation, as well as improving the directions of increasing the popularity of banking services. As a result of the study, practical proposals and scientific recommendations were developed regarding the need to use digital technologies in the process of using marketing.

Keywords: banking, digital transformation, banking services, marketing, bank marketing, marketing research, mobile banking, internet banking, marketing concept and popularity.

Кириш

Бугунги кунда, республикамизда банк муассасалари ўртасида рақобат, мижоз учун кураш, мижозларнинг банк хизматларидан фойдаланишларини ўзвийлигини таъминлаш масалалари тобора кучайиб бормоқда, бу эса ўз навбатида банк маркетингида рақамли каналлар орқали банк маҳсулотлари ва хизматларини тарғиб қилиш, банк маҳсулотлари ҳақидаги маълумотларни тезкорликда мижозларга етказиш каби масалаларни биринчи асосий вазифага айлантирди.

Ҳозирги кундаги, жисмоний ва юридик шахслар томонидан молия-кредит институтларига нисбатан қисман ишончсизлик сакланиб қолган бир даврда мижозлар банк хизматларига нисбатан талабчан бўлиб, улар банк сегментида холис молиявий маслаҳат олишда турли рақамли каналлардан унимли фойдаланишмоқда.

Бироқ, республикамизда фаолият юритаётган тижорат банклари банк маркетингидан, маркетинг тадқиқотларида рақамли технологиялардан тўлақонли, фаол маркетинг тадқиқотларидан етарлича тўлиқ фойдаланишяпти деб айта олмаймиз. Кўпинча ягона сўровлар мавжуд бўлиб, улар банкнинг самарали ишлаши учун тўлиқ маълумотни тақдим этиш учун етарли ҳисобланмайди. Шу муносабат билан банк маркетингида мижозларнинг хулқ-атвори, ҳозирги кундаги яна бир муҳим масала, мижозларнинг молиявий хавфсизлиги каби омилларни аниқлаш учун уларни доимий равишда ўрганишнинг замонавий усулларида фойдаланиш муҳим ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Банкларда маркетинг хизмати ва уни ривожлантиришда рақамли технологиялардан фойдаланишга оид бир қанча хорижий ва маҳаллий иътисодчи олимларнинг илмий изланишлари мавжуд. Банк маркетингига оид иқтисодий изланишлар хорижлик бир катор иқтисодчиларнинг, Ф. Котлер, П.Роуз, И.Т.Балабанов, О.Лаврушин ҳамда Э.А.Уткин каби иқтисодчи олимларнинг илмий адабиётларида ўз аксини топган [7,8].

Республикамизнинг иқтисодчи олимлари Ш.З.Абдуллаева, Ш.Ж.Эргашходжава, И.Р.Тоймухамедов, А.А.Азларова, М.М.Абдурахмонова, Г.А..Ш.Бекмуродова, О.И.Ортиқов, И.Я.Куллиев ва бошқа олимларнинг илмий тадқиқот ишларида ҳам маркетинг ва банк маркетингининг долазарб вазифалари ўрганилган [9,10,11, 12, 13, 14].

Дунёга машҳур америкалик маркетинг мутахассис Ф.Котлернинг фикрича: “Маркетинг - бу айирбошлаш орқали одамларнинг эҳтиёжлари ва эҳтиёжларини қондиришга қаратилган инсон фаолиятининг бир туридир” [7]. Шунинддек, Ф. Котлер, банк маркетингининг ривожланишини қуйидаги босқичларга ажратган:

- банк хизматларини бозорда жойлаштиришнинг бошқа чоралари ва жамоатчилик билан алоқаларни ўрнатиш; мижозлар учун дўстона муҳит яратиш, рекламадан унимли фойдаланиш,;

-банк хизматлари бозорида бошқа рақобатбардош банклардан фарқли ўстунликка эга бўлиш мақсадида янги банк маҳсулотларини (хилма-хил пластик карточкалар, янги турдаги кредитлар ва депозитлар ва хизматлар) таклиф қилиш; банкнинг рақобатбардош ўстунликларини ва унинг рақобатчилар билан солиштирганда бозордаги мавқеини кенг тарғиб қилиш;

- банк хизматлари истеъмолчиларини мақсадли бозорларни ва банкнинг рақобатдош ўстунликларини аниқлаш, шу билан бирга аъъанавий банк хизматларининг нисбий бир хиллиги ва рақобатнинг кучайиши комбинацияси туфайли банк маҳсулотларининг дифференциациясини таҳлил қилиш;

-мақсадли банк бозори сегментларига хизмат кўрсатиш; банкда маркетинг режаларининг бажарилишини таҳлил қилиш, режалаштириш ва назорат қилиш учун банкнинг маркетинг хизматлари тизимини ишлаб чиқиш

Россиялик таниқли иқтисодчи олим О.И.Лаврушин[8]нинг фикрича, банк маркетинги инсон фаолиятининг бир тури сифатида бошқарув тизими ва тушунчаси нуқтаи назаридан, шу билан бирга тафаккур фалсафаси ва фан сифатида ҳам талқин қилинади. У, банк маркетинги инсон фаолиятининг бир тури сифатида банклар фаолиятида мижозларнинг эҳтиёжларини инобатга олган холда тўлиқ қондиришга қаратилган бўлиши керак деб ҳисоблайди.

Фикримизча, мазкур таъриф банк хизматлари бозори талабларини ҳар томонлама маркетинг тадқиқотлари асосида ўрганишга, таклиф этилаётган банк маҳсулотлари турларини ва уларнинг нархларини аниқлашга, рақобатчилардан банк таклиф этаётган хизматларни фарқли жихатларига эътибор қаратишга, хизматларни сотиш сифати ва тезлигини ошириш банк маркетингининг асосий вазифаси эканлигини асослаб беради.

Махаллий иқтисодчи олимларимиз, О.А.Ортиқов ва И.Я.Куллиев[10]нинг фикрича “банк маркетинги – бу банкларнинг ўз хизматлари ва маҳсулотларини реализация қилиш, хизматлар ва маҳсулотлар бозоридаги стратегия ва сиёсатини амалга ошириш борасидаги фаолиятidir. Тижорат банкларида маркетинг фаолиятини алоҳида ташкил қилинадиган бўлимлар шуғулланади”.

Бекмуродова Г.А. “Рақамли банк маркетинг маҳсулотларининг банклар даромадига таъсирини баҳолаш орқали уларнинг банк фаолиятига таъсири қилиш даражасига баҳо бериш мумкин деб ҳисоблайди” [11].

Яна бир махаллий иқтисодчи олимамиз, А.А. Азларова[12]нинг фикрича Банк маркетинги банкнинг бутун фаолиятида бозорда ривожланаётган жараёнларга мослигини сақлаб турадиган механизм сифатида юритилиши зарур. Банк маркетинги маркетингнинг алоҳида соҳаси бўлиб, унда аниқ ижтимоий-сиёсий ва иқтисодий вазият билан белгиланадиган банк фаолиятининг ташқи ва ички ғояси, стратегияси, тактикаси ва сиёсати мужассам бўлиши керак.

Биз юқорида келтирилган таърифлар асосида, банк маркетинги- мижоз ва банк ўртасидаги узвий мулоқотни таъминловчи кўприк сифатида қаралиши керак деб ҳисоблаймиз. Фикримизча, ҳозирги глобаллашув шароитидаги ахборотларнинг кўплигини инобатга олиб банк маркетинги хизматидан рақамли маркетинг усулларидадан фойдаланиш зарур.

Тадқиқот методологияси.

Тадқиқотни олиб бориш жараёнида тизимли ёндашув, комплекс баҳолаш, таъйиоли таҳлил каби усуллардан фойдаланилди. Тадқиқот жараёнида олинган натижаларнинг қисқача тавсифи:

- банк маркетинги борасида олиб борилган изланишлар ўрганилди, айрим иқтисодчи олимларнинг илмий қарашлари тақдим этилди;

- банк маркетингида рақамли технологияларни қўллаш орқали уларнинг самарадорлигини баҳоланди;

- банк маркетингида рақамли технологиялардан фойдаланишни такомиллаштиришда мобил ва онлайн-платформалар орқали хизматлар тўғрисида маълумотларни узатишда вақт ва харажатларни тежаш, шахсий маълумотларнинг хавфсизлигини таъминлаш, хизмат кўрсатиш тезлиги ва сифатини оширишга хизмат қилади.

Ўзбекистон банк тизимидаги соғлом рақобат ҳолатида банклараро таҳлилни амалга ошириш, банк маркетинги ва уни ривожлантиришда рақамли технологиялардан фойдаланишни заруратини асослаб беради. Ҳар бир банкда кўп сонли турли жиҳатларнинг маркетинги билан шўғулланувчи бўлинмалар мавжуд. Аксарият ҳолатларда ушбу жиҳатлар қуйидагилардан иборат бўлади:

1) кредитлаш, омонатга пул қабул қилиш ва бошқа хизматларни кўрсатиш бозорида етакчилик қилишга эришаётган рақобатчиларни ўрганиш;

2) рақобатчиларни ўз банки билан таққослаш.

Ўтмишга назар ташлайдиган бўлсак, сўнгги 20-30 йил ичида тўлов тизимлари ва рақамли молиявий хизматлар жадал ривожланаётганини гувоҳи бўламиз. Яъни, банклар томонидан банкоматлар (банкоматлар), банк карталари фаол жорий этилишидан тортиб, узокдан ва исталган вақтда катта хажмдаги хизматларни тақдим этишгача, 24/7 хизматига ўтиш билан боғлиқ катта ўзгаришлар ўз самарасини берибгина қолмай ривожланишда давом этмоқда шундай экан, рақамли трансформация банк хизматлари бозорида самарали ишлашнинг асосий шarti бўлиши лозим. Бундай шароитда принципал жиҳатдан янги бизнес модел яратилиб, унда мижозлар базасини кенгайтириш муаммоларини хал қилишда анъанавий тарзда шакллантирилган ёндашувларни қайта куриб чиқилмоқда, хизмат кўрсатиш сифати ва тезлиги ошмоқда.

Молиявий банклар ривожланиши ва оммабоплигини ошириш йуналишларини такомиллаштиришининг янги босқичи муқаррар равишда рақамли трансформацияга олиб келади, банк маҳсулотлари, хизматлари, маркетинг ва сотиш, мижозларга хизмат кўрсатиш ва операциялар жараёнлари рақамли муҳитга ўтказилмоқда.

Рақамлаштириш тобора кучайиб бормоқда ва мавжуд анъанавий бизнес моделлари учун рақобатни юзага келтирмоқда. Мобил ва контактсиз туловлар, P2P (Peer-to-peer) хизматлари, рақамли валюталар ва бошқалар бозори хажми жадаллик билан ўсиб бормоқда. Мобиллик, мижозларга эътибор қаратиш, таклифни шахсийлаштириш рақамли банк концепсиясининг асосий таркибий қисмлари ҳисобланади.

Ҳозирда, Ўзбекистон банк хизматлари бозорида банк маҳсулотлари ва хизматларни яхшилашга, жамият манфаатларини тўлиқ қамраб оладиган янги инновацион банк хизматларини жорий қилиш оммалашган. Аммо кредит муносабатларининг ривожланиши билан, банкларнинг зиммасидаги мажбуриятлар ҳам кўпайиб боради, мижозларнинг талаб ва истаклари, банк хизматларига эҳтиёжлари ҳам ортиб боради. Банк маркетинги ёрдамида мижозларни талаб ва истакларини амалга банк хизматлари ҳажмини оширади, пировардида банк даромадини ўсишига сабаб бўлади. Шундай қилиб, хорижий тажрибани ўрганган ҳолда, Ўзбекистон бозорига талаб юқори бўлган ва аҳолининг турли қатламлари эҳтиёжларини қондирадиган сифатли банк маҳсулотларни жорий қилиш ва уларни такомиллаштириш зарур.

Маълумки, бугунги кунда дунё миқёсида интернет имкониятларидан хабардор бўлиш ва улардан фойдалана билиш зарурати ўсиб бормоқда. Дастлаб интернет бу турли-туман маълумотлар, билимлар омбори ҳисобланган бўлса, эндиликда интернет ёрдамида биргаликда унумли ишлаш имкониятлари ҳам ривожланиб бормоқда. Интернет айнан шу имкониятлари билан фойдаланувчиларни ўзига жалб этмоқда, мазкур имкониятлар, айниқса, тадбиркорликда, иқтисодий ривожланишида, шу жумладан банк маркетингида ҳам жуда кенг фойдаланилмоқда. Банклар ушбу имкониятлардан унумли фойдаланиш ҳисобига, мижозларга банк хизматлари

тўғрисидаги зарур бўлган ахборотларни, янгиликларни етказишда, улар билан сунъий интеллект ёрдамида мулоқот қилиш, зарур анжомлар ва технологияларни сотиб олиш ва тўловларни амалга оширишда воситачи вазифасини бажармоқда.

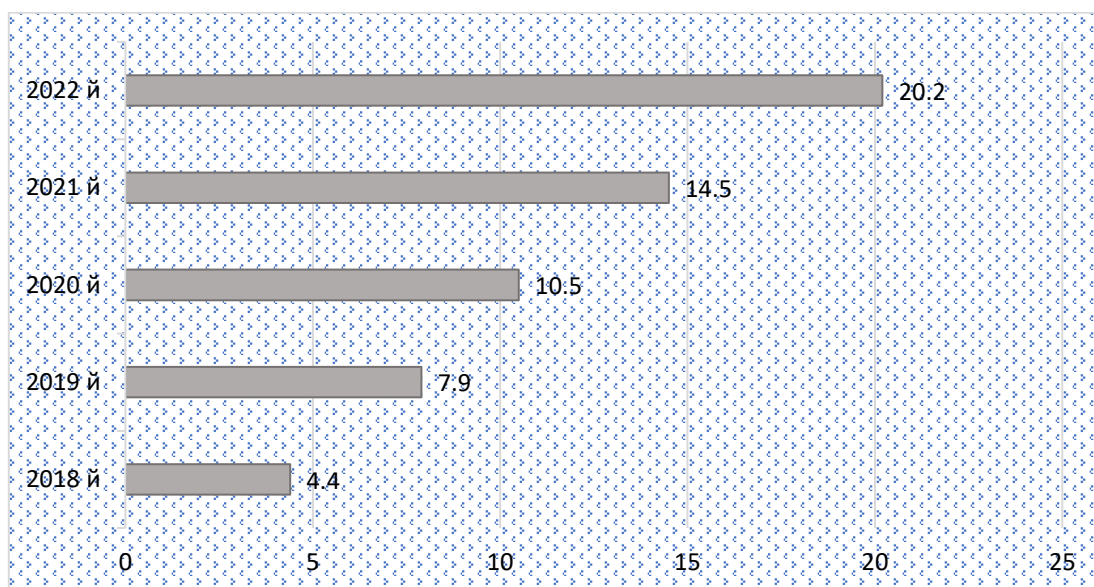
Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ–5992-сонли “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида”ги Фармони[3]нинг қабул қилиниши банк тизими олдида тўртта устивор йўналишни белгилаб берди:

1. Банк тизимининг самарадорлигини ошириш;
2. Банкларнинг молиявий барқарорлигини ошириш;
3. Банк хизматлари оммабоплигини ошириш;
4. Банк тизимида давлат улушини қисқартириш.

Юқорида келтирилган вазифаларни амалга ошириш учун банклар фаолиятида рақамли технологияларни кенг жорий этиш ҳамда тижорат банкларини хусусийлаштириш борасида бир қатор чора тадбирлар амалга оширилмоқда.

Банк тизимида трансформациялаш, тижорат банкларини босқичма-босқич хусусийлаштириш, рақамли технологияларни кенг жорий этиш, банк ва мижоз ўртасидаги муносабатларни замонавий ахборот-коммуникация технологиялари асосида янада яхшилаш мақсадида давлат иштирокидаги банкларнинг мижозга йўналтирилганлик даражаси оширилмоқда.

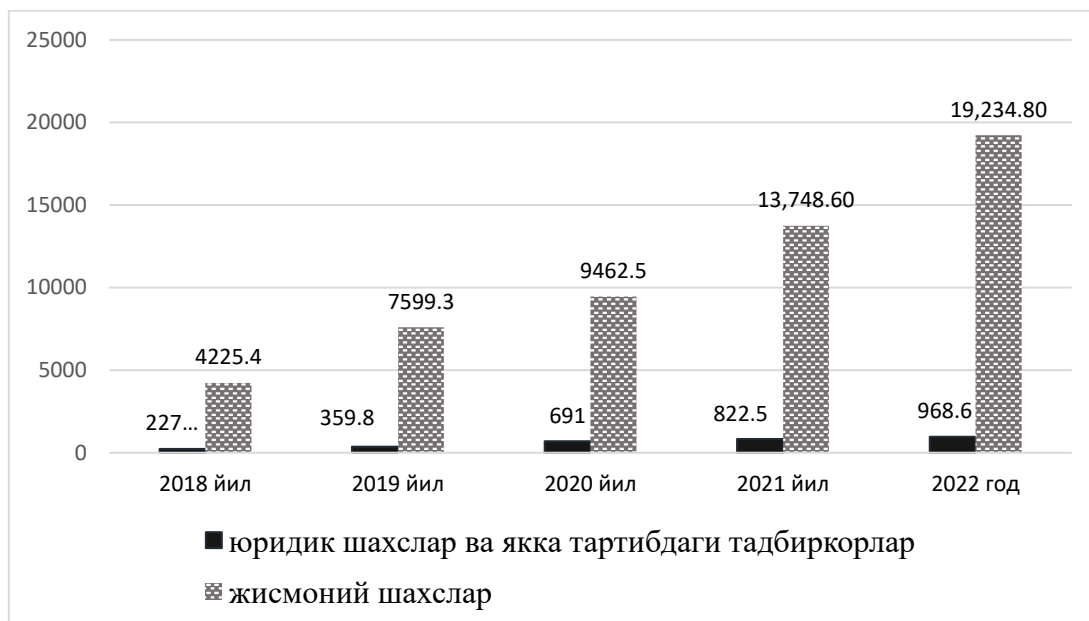
Тижорат банклари фаолиятида илғор рақамли технологияларни кенг татбиқ этган ҳолда аҳоли ва мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш, банкматлар ва инфокиоскларда амалга ошириладиган молиявий операциялар турларини кенгайтириш орқали нақд пулсиз ҳисоб-китоблар ҳажми ошган (1-расм).



1-расм. Масофадан хизмат кўрсатиш тизимларидан фойдаланувчилар сони ҳақида маълумот (2022 йил 1 январь ҳолатига, млн.сўмда) [17]

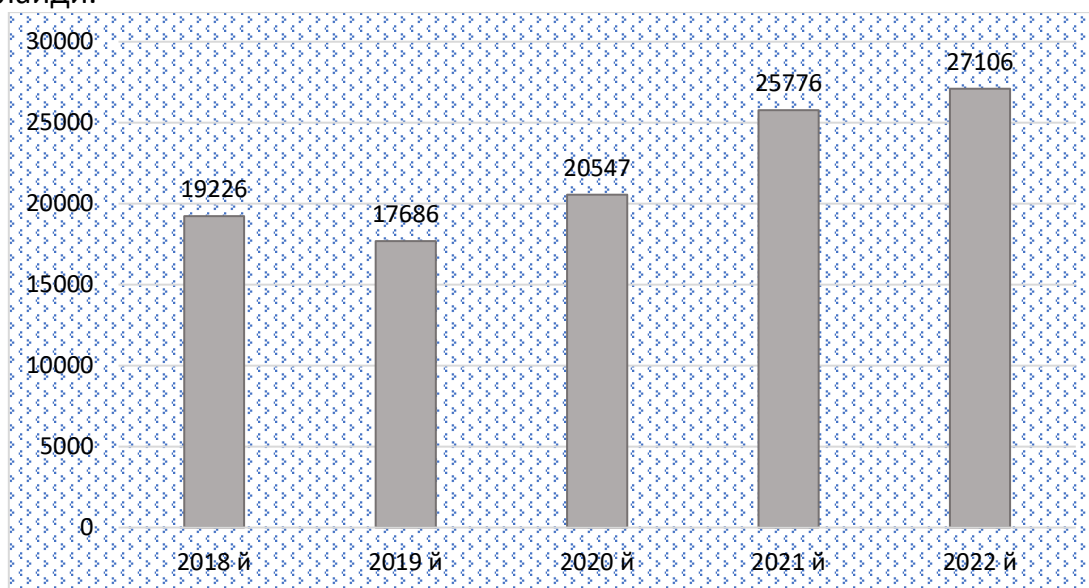
1-расм маълумотларига кўра, Ўзбекистонда масофадан хизмат кўрсатиш тизимларидан фойдаланувчилар сони 2018-2022 йиллар оралиғида ўсиш тенденциясига эга бўлган.

Марказий банк маълумотларига кўра тижорат банкларининг 20,2 миллиондан ортиқ мижозлари масофадан банк хизматларини кўрсатувчи тизимлардан фойдаланади. Улардан 19,3 миллион нафари (ёки 95 фоизи) жисмоний шахслар, 974 мингтаси юридик шахслар ва яқка тартибдаги тадбиркорлар саналади (2-расм).



2-расм. Масофадан хизмат кўрсатиш тизимларидан фойдаланувчилар (турлари бўйича) сони ҳақида маълумот (2022 йил 1 январь ҳолатига, млн.сўмда) [17]

3-расм маълумотларига кўра муомаладаги банк карталари сони ортиб бориш тенденцияси кузатилган, бу эса иқтисодиётда банк карталари орқали ҳисоб-китоблар ҳажмининг ўсиб бораётганлигини банк тизимига жорий этилаётган рақамли ва инновацион технологияларнинг самара бераётганлигини асослаб, банк карталарига асосланган тўлов хизматларининг республикада тобора оммалашиб бораётганлиги исботлайди.



3-расм. Муомаладаги банк карталари сони (2022 йил 1 январь ҳолатига, млн.дона) [17]

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаш жоизки, сўнги йилларда банк карталари орқали амалга оширилган тўловлар ҳажми 1,7 баробарга ошиб, унинг таркибида товарлар ва хизматлар учун ҳисоб-китоблар, шунингдек ўтказмалар ҳажмининг юқори суръатларда ўсиши ҳисобига нақдлаштириш ҳажмининг улуши 34,7 фоиздан 32 фоизга камайган.

2022 йил 1 январь ҳолатига тижорат банклари томонидан 7 та банк филиали ҳамда 220 та банкнинг барча базавий хизматларини кўрсатувчи банк хизматлари

офислари (БХО) фаолияти йўлга қўйилиб, жами банк муассасалари сони 2 104 тага етган ва ҳар юз мингга катта ёшли аҳолига тўғри келадиган банк муассасалари сони 9,2 тани ташкил этган. Шу билан бир қаторда, 2021 йилда истеъмолчиларнинг банк хизматларидан туну-кун фойдаланиш имкониятини янада ошишига хизмат қилувчи 835 та 24/7 режимида ишловчи ўзига-ўзи банк хизматларини кўрсатиш марказлари ташкил этилган [16].

Юқоридаги тахлилларимизга таяниб, банк хизматлари истеъмолчилари мобил банкинг ва интернет-банкнинг анъанавий банк хизматларидан кўпроқ афзал кўришади деб ҳисоблашимизга асос бор.

Хулоса ва таклифлар

Банкларда маркетинг хизмати ва уни ривожлантиришда рақамли технологиялардан фойдаланиш зарурияти сўнгги йилларда ортган. Хулоса қилиб айтганда, бугунги кунда банкларда маркетинг хизмати ва уни ривожлантиришда рақамли технологиялардан қуйидаги устивор вазифалар амалга оширишни талаб этади:.

- барча тижорат банкларида маркетинг фаолиятини «home banking», «интернет – банк», «мобил телефон банк» каби янги замонавий банк хизматларини жорий этилиши ва мавжуд банкларда уларни ривожлантиришга асосланиб маркетинг стратегиясини яратиш;

- мижозлар базасини кенгайтириш ва уларнинг миқдорий ҳамда сифат кўрсаткичларини яхшилаш бўйича доимий маркетинг тадқиқотларини олиб бориш;

- маркетинг бўйича юқори малакали мутахассисларни банкка кенг жалб қилиш ва улар иштирокида турли ўқув семинарларини, коучингларни ташкил этиш;

- масофавий банк хизматлари сони ва қамровини кўпайтириш, шу жумладан контаксиз тўловлар, автоматлаштирилган тизимнинг кенг қўллаш, рақамли идентификация ва кредит конвейери, банк соҳасида янги концепциялар ва технологияларни жорий этиш (маркетплейс, овозли технологиялар)дан унумли фойдаланиш;

- банк маркетинги стратегиясини ишлаб чиқишда нобанк муассасалар томонидан кўрсатиладиган рақобатни ҳам ҳисобга олишлари, кредит уюшмалари томонидан мижозларга берилаётган кредитларни тартиб - қоидаси, фоиз ставкалари ва мижозларнинг талабларини доимий мониторинг қилиш;

- тижорат банклари банк хизматларини рекламасини олиб боришда марказий газета ва журналлар билан биргаликда, катта ададли, мамлакатнинг барча ҳудудларидаги ўқувчиларга етиб борадиган оммабоп газеталар хизматидан фойдаланиш масаласини чуқур тахлил қилиб чиқиш;

- тижорат банклари ва уларнинг мижозлари ўртасида шерикчилик муносабатларини фаоллаштириш;

-- янги юқори технологияли банк маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш орқали тақдим этилаётган хизматлар сифатини, оператив самарадорлиги ва бошқарув тизимини такомиллаштириш мақсадида банкнинг мавжуд бизнес-жараёнларини автоматлаштириш;

- банк ходимлари ва таркибий бўлинмалари учун (KPI) асосий кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш ва жорий этиш.

- банкнинг ижобий имиджини яратиш ва жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантириш, шунингдек банкнинг умумий стратегик мақсадларига мувофиқ маркетинг стратегиясини амалга ошириш учун замонавий маркетинг ва PR

ушулларидадан фаол фойдаланиш зарур.

Фикримизча, юқорида келтирилган таклифлар банкларда маркетинг хизмати ва уни ривожлантиришда рақамли технологиялардан фойдаланишнинг заруриятини асослаб беради ҳамда банк ва мижозлар ўртасидаги узвий ҳамкорликни таъминлайди деб ҳисоблаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг «Банклар ва банк фаолияти тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси қонунига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш ҳақида Қонуни, 05.11.2019 йил даги <https://lex.uz/docs/4581969>

2. Ўзбекистон Республикасининг тўловлар ва тўлов тизимлари тўғрисида Қонуни. ЎРҚ-578-сон. 2019 йил 1 ноябрь. <https://lex.uz/docs/4575786>

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2020 — 2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида” ги Фармони. ПФ-5992-сон. 12.05.2020 й. <https://lex.uz/docs/4811025>

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2022 — 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси” ПФ-60-сон Фармони, 28.01.2022 йил. <https://lex.uz/docs/5841063>

5. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки Бошқарувининг “Банк хизматлари истеъмолчилари билан ўзаро муносабатларни амалга оширишда тижорат банкларининг фаолиятига қўйиладиган минимал талаблар тўғрисидаги низом”ни тасдиқлаш тўғрисидаги №3030 Қарори, 02.07.2018. <https://lex.uz/docs/3804290>

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Рақамли иқтисодиёт ва электрон ҳукуматни кенг жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Қарори. ПҚ-4699-сон 28.04.2020. <https://lex.uz/docs/4800657>

7. Котлер Филип, Келлер Кевин Лэйн Переводчик: Жильцов С., Жильцов М., Раевская Д. Редактор: Толстиков А Издательство: Питер, 2012 г. Подробнее: <https://www.labirint.ru/books/297656/>

8. Лаврушин О. И. Издательство: Кнорус, 2016 г. Жанр: Менеджмент. Управление предприятием. Подробнее: <https://www.labirint.ru/books/520520/>

9. Абдуллаева Ш., Файзуллаева М., Галак О. Банковский менеджмент и маркетинг. Учебное пособие. / - Т.: "IQTISOD-MOLIYA", 2007. - 182 с.

10. О.А Ортиқов, И.Я Қуллиев "Банк менежменти ва маркетинги" фанидан ўқув қўлланма. , Тошкент Тошкент молия институти, 2013 йил 153 бет.

11. Бекмуродова Г. А. Тижорат банкларида рақамли банк технологиялари самарадорлигини баҳолаш таҳлили. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali. №6 2022 йил.

12. Азларова А.А. Банк менежменти ва маркетинги. ТДИУ Дарслик 2021 й.

13. Рахимова Х.У. (2016). Нақд пулсиз ҳисоб-китоблар ва тўловлар тизими. Ўқув қўлланма. – Т.: Молия. 243 б.

14. Абдуллаева Ш.З. Банк иши. Дарслик. Т: «IQTISOD-MOLIYA», 2017 й. 535-540 б.

15. А.А Азларова. Ўзбекистон банк тизимини рақамлаштириш масалалари Иқтисодиёт ва таълим 2022 23 (2), 70-75

16. Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг 2021 йил учун ҳисоботи маълумотлари.

https://cbu.uz/upload/medialibrary/ca1/Markaziy_bankning_2021_yil_uchun_hisoboti.pdf

17. <https://cbu.uz/> Ўзбекистон Республикаси Марказий банки расмий сайти маълумотлари.