

ЎЗБЕКИСТОНДА МИЖОЗГА ЙЎНАЛТИРИЛГАН БАНК ХИЗМАТЛАРИ МАРКЕТИНГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Ф.Қ.Бобохўжаева

ТДИУ мустақил тадқиқотчиси

Аннотация: Ушбу мақолада банк амалиётида миждозга йўналтирилганлик тўғрисида фикр юритилди. Таърифга кўра, миждозга йўналтирилганлик банк тизимидаги барча бошқарув даражаларида миждоз билан банк ўртасидаги ўзаро ҳаракатнинг махсус алгоритми доирасида қўллаб қувватланишини ва ўзининг талаблари бажарилишини таъминлаш имконини беради. Шу билан бирга, мақолада банкларда миждозларни жалб қилишнинг асосий йўналишлари таҳлил қилинди. Бундан ташқари банк хизматлари хусусиятларининг банк маркетинги хусусиятига таъсири ўрганиб чиқилган. Миллий иқтисодиётнинг тараққиётида банк тизими хўжалик юритувчи субъектлар ва тадбиркорларни молиявий қўллаб-қувватлашда муҳим роль ўйнайди.

Калит сўзлар: банкларда маркетинг тизими, миждозга йўналтирилган тизим, маркетинг стратегияси, миждозларни жалб қилиш, банк маҳсулотлари маркетинги, миллий иқтисодиёт, маркетинг самарадорлиги.

Аннотация: В этой статье обсуждалась ориентация клиента на банковскую практику. Согласно определению, ориентированность на клиента позволяет обеспечить поддержку и выполнение своих требований в рамках специального алгоритма взаимодействия между клиентом и банком на всех уровнях управления в банковской системе. Вместе с тем в статье проанализированы основные направления привлечения клиентов в банках. Кроме того, изучено влияние особенностей банковских услуг на характер банковского маркетинга. В развитии национальной экономики банковская система играет важную роль в финансовой поддержке хозяйствующих субъектов и предпринимателей.

Ключевые слова: маркетинговая система банков, клиентоориентированная система, маркетинговая стратегия, привлечение клиентов, маркетинг банковских продуктов, национальная экономика, маркетинговая эффективность.

Abstract: This article discussed the client's focus on banking practice. According to the definition, customer orientation allows you to support and fulfill your requirements within the framework of a special algorithm of interaction between the client and the bank at all levels of management in the banking system. At the same time, the article analyzed the main directions of attracting customers in banks. In addition, we studied the impact of banking services on the nature of banking marketing. In the development of the national economy, the banking system plays an important role in the financial support of economic entities and entrepreneurs.

Keywords: banking marketing system, customer-oriented system, marketing strategy, customer acquisition, banking product marketing, national economy, marketing efficiency.

Кириш

Ўзбекистонда банк фаолияти самарадорлигини оширишнинг муҳим омили бўлиб аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларнинг бўш маблағларини банк секторига жалб этиш ҳисобланади ва бу борада маркетинг тамойилларидан фойдаланишда бир қатор муаммолар мавжуд. Жумладан, мамлакатимизда маркетингнинг ривожланиши билан боғлиқ кенг тарқалган муаммо бу банкларда маркетинг хизматидан фойдаланишнинг аҳамиятини етарлича баҳоламаслик ҳамда маркетинг етакчи навигатор вазифасини бажариб самарали рақобат қилиш имконини берувчи асосий восита эканлигини тушунмасликдир. Шу муносабат билан маркетинг кўпинча иккинчи даражали ролга эга бўлиб қолади, гарчи маркетинг бўлими ҳақли равишда молиявий, тижорат бўлимлари билан бир хил даражада бўлиши талаб керак. Фикримизча, бу муаммо яна бир бошқа муаммодан келиб чиқади, яъни, банк хизматлари бозорини реал ўрганишга ва таҳлил қилишга қодир малакали мутахассис кадрларнинг етишмаслиги ҳисобланади. Банк бизнесини истиқболини белгиловчи стратегияни яратишда креатив фикрлайдиган янгича ёндашувга эга тажрибали маркетинг мутахассисларига талаб ортиб бормоқда.

Бугунги кунда кўрсатилаётган банк хизматлари турларини кўпайтириш ва сифатини янада яхшилаш, хусусан, банк инфратузилмасини ривожлантириш, айниқса, қишлоқ жойларда ахборот-коммуникация технологияларини кенг қўллаган ҳолда масофадан туриб банк хизматларини кўрсатиш кўламларини янада кенгайтириш масаласи банкмолия тизимининг устивор вазифаларидан биридир. Янги банк маҳсулотлари ва хизматлари барқарор иқтисодий ўсишни ва рақобатбардошликни таъминлашда муҳим воситадир. Бинобарин, дунёнинг етакчи давлатларида жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозининг салбий оқибатларини бартараф этиш ва таъсир доираларини юмшатиш борасида банклар олдига ўта муҳим вазифалар қўйилмоқда. Айниқса, аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларнинг бўш пул маблағларини тижорат банклари депозитларига жалб этишнинг самарали йўллари излаб топишда самарали маркетинг тадқиқотларини қўллаш, мақсадли маркетинг дастурларини ишлаб чиқиш, банк фаолияти самарадорлигини оширишда маркетинг тамойилларидан кенг миқёсда фойдаланиш, уларнинг назарий-услубий асосларини илмий тадқиқ этиш, бу борадаги вазифаларни ҳал этишда муҳим омил бўлиб хизмат қилади. Хўжалик юритувчи субъектларнинг ҳамда аҳолининг банк тизимига ишончини янада мустаҳкамлаш, мавжуд бўш пул маблағлари ва инвестиция ресурсларидан

оқилона фойдаланиш, нақд пул маблағларининг банкдан ташқари айланмасини қисқартириш бугунги кундаги долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Банклар фаолиятида маркетингни самарали тадбиқ этиш, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш, банк хизматлари жорий қилиниши ва уни амалиётга самарали татбиқ қилиш, банк хизматларини такомиллаштиришнинг устувор йўналишлари хорижлик олимлардан Ф. Котлер, П.Роуз, Д.Полфреман, П.С.Роуз, И.Т.Балабанов, О.Лаврушин Э.А.Уткин, Ф.Модильяни, Е.П.Жарковская, В.М.Усоскин, .Ф.Жуковларнинг илмий ишларида тадқиқ қилинган. Республикамизнинг иқтисодчи олимлардан А.Ш.Бекмурадов, М.Р.Балтабаев, Ш.Ж.Эргашходжаева, О.И.Ортиқов, И.Я.Куллиев, М.С. Қосимова, М.А.Юсупов ва бошқаларнинг илмий-тадқиқот ишларида ўз ифодасини топган.

Машҳур америкалик маркетинг мутахассис Ф.Котлер 1980-йилда шундай деб ёзган эди: “Маркетинг - бу айирбошлаш орқали одамларнинг эҳтиёжлари ва эҳтиёжларини қондиришга қаратилган инсон фаолиятининг бир туридир”. Шу билан бирга, Ф. Котлер, банк маркетингининг ривожланишини қуйидаги босқичларга ажратади:

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

-инновациялар: бозордаги рақобатчилардан устун туриш мақсадида янги банк маҳсулотларини (хилма-хил пластик карточкалар, янги турдаги кредитлар ва депозитлар ва хизматлар) ишлаб чиқиш; банкнинг рақобатбардош устунликларини ва унинг рақобатчилар билан солиштирганда бозордаги мавқеини ёритиб бериш;

-банк хизматларининг нисбий бир хиллиги ва рақобатнинг кучайиши комбинацияси туфайли банк маҳсулотларининг дифференциацияси, мақсадли бозорларни ва банкнинг рақобатдош устунликларини аниқлаш;

-мақсадли бозор сегментларига хизмат кўрсатиш; маркетинг режаларининг бажарилишини таҳлил қилиш, режалаштириш ва назорат қилиш учун банк тизимини ишлаб чиқиш.

А.А. Азларованинг 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.

Банк хизматлари самарадорлигини оширишда маркетинг жиҳатдан мижоз хатти-ҳаракатини ўрганиш муаммолари юқорида зикр этилган илмий-тадқиқот

ишларида етарли даражада тадқиқ этилмаган. Шунингдек, банк маркетинги муаммоларини ўрганишга бағишланган ушбу илмий ишларда банк фаолияти самарадорлигини оширишнинг муҳим омили ҳисобланган аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларнинг бўш маблағларини банк секторига жалб этишнинг истиқболли йўллари излаб топишда маркетинг тамойилларидан фойдаланишнинг аҳамиятли томонлари етарлича ўрганилмаган. Шундай қилиб, истеъмолчи хатти-ҳаракатини ўрганиш – мураккаб ва кўп меҳнат талаб этадиган жараён дир. Уни муваффақиятли амалга ошириш эса кўзланган мақсадга эришиш гарови саналади. Мазкур мақолада маркетинг хусусиятлари ва банк хизматлари ўртасидаги боғлиқлик тадқиқ этилган.

Тадқиқот методологияси

Мазкур мақоланинг методологиясида тизимли таҳлил, комплекс ёндашув, жадвалларни таҳлилий таққослаш, таҳлил маълумотларини гуруҳлаш, уларни бир-бири билан солиштириш йўли билан статистик қайта ишлаш усули, анализ ва синтез, илмий абстракция, дедукция, таснифлаш, умумлаштириш, қиёсий, назарий талқин ва таҳлилий услублардан фойдаланилган, библиографик ўрганиш натижасида “Тижорат банкларида мижозга йўналтирилган маркетинг стратегияси” муаммолари, уларга таъсир этувчи омиллари ва келгуси ривожланиш истиқболлари аниқланган.

Таҳлил ва натижалар

Ўзбекистонда банк хизматлари маркетингини маркетинг тадқиқотлари асосида тузилган стратегик режа асосида амалга оширилади. Тижорат банкларида маркетингнинг бош мақсади мижозларни доимий жалб қилиш ҳисобланади. Чунки, банкнинг мижозлари қанча кўп бўлса, унинг даромад олиши, барқарор фаолият юритиши мумкин. Банк маркетинги аниқ турдаги банк операцияларининг таъсирини оширишга йўналтирилган профессионал фаолият дир. Бугунги кунда у тўлиқ талаб қилиб олинмаган ва банклар томонидан етарлича ўзлаштирилмаган соҳа ҳисобланади. Маркетинг тизимини яратиш масаласи, доимий изланишни ва юқори малакали иш юритишни ҳамда молия соҳаси маркетингини таҳлил қилишни тақозо этади. Банк хизматлари бозорида кредит муассасалари олдидаги мақсадни аниқ ифодалашга қодирлик ва унга эришиш усулларида фойдаланиш банклар учун ўта муҳим вазифа дир. Банк маркетингини амалга оширишнинг мақсади қуйидаги жадвалда келтирилган:

1-жадвал

Банк маркетингининг мақсадлари

Банк маркетинги мақсади	Мақсаднинг мазмуни
Фойдани ошириш	1. Банк фаолиятини кенгайтириш
	2. Мижоз базасини ошириш
	3. Хизматлар бозоридаги улушини орттириш

	4. Хизматлар турларини кўпайтириш
	5. Бир-бирига алоқадор хизматларни жорий қилиш
Рақобатбардошликни ошириш	1. Барча банк хизматларини кўрсатувчи “банк супермаркет” ларини ташкил этиш.
	2. Янги хизматларни таклиф этиш.
	3. Банк хизматлари бозоридаги ўрнини мустаҳкамлаш
	4. Банк маҳсулотлари ва хизматларини сотишни рағбатлантириш
Капитал бозоридаги ўзгаришларга мослашув	1. Капитал бозорини ўрганиш, депозит ва омонатларни жалб қилишни кенгайтириш
	2. Рақобатчиларни ўрганиш
	3. Истеъмолчиларни ўрганиш ва баҳолаш.
	4. Банк миждозлари тоифалари бўйича хизматларни гуруҳлаш

Банк хизматлари самарадорлигини оширишда миждоз хатти-ҳаракатини ўрганиш муҳим ўрин тутди, аммо бу муаммо юқорида зикр этилган илмий тадқиқот ишларида етарлича ўрганилмаган. Миждозни жалб этиш қуйидагиларни ўз ичига олади: – маълумот таъминоти бўйича тайёргарлик; – ташкилий жиҳатдан тайёргарлик; – миждозни қидириш ва жалб этиш бўйича менежернинг психологик тайёргарлиги. Биринчи икки ҳолатда гап менежернинг тайёргарлиги ҳақида, шунингдек, банкда янги миждозларни излаб топиш ва жалб этиш билан шуғулланувчи ташкилий бўлинмалар ишини ташкил этиш ҳақида боради. Ходимлар тўғрисида гап борганда эса (яъни, миждозларни жалб этиш бўйича юқори малакали банк ходимлари гуруҳидан ташкил топган менежерлар ҳақида), менежер тайёргарлиги даражаси уларнинг малакаси билан аниқланади. Юқори малакали менежер тайёрлаш учун қуйидаги таклиф ва тавсияни берамиз: бунда мутахассисни ушбу соҳада ишлаш хоҳишини билдирганлар орасидан танлаш йўли билан аниқлаш ва тайёрлаш лозим. Бошқа жойдан жалб этиш мақсадга мувофиқ бўлмайди. Танланган менежер малакаси махсус курсларни ўқитиш бўйича босқичма-босқич тарзда амалга оширилади. Шунингдек, миждозларни жалб этиш бўйича юқори малакали менежернинг ахлоқий томонларига, ҳалол ва виждонлигига ҳам эътибор бериш лозим. Банкнинг асосий маҳсулоти хизмат саналади. Банк хизмати миждозга кўрсатилмагунча мавжуд бўлмайди, шунинг учун ноаниқлик даражаси билан тавсифланади.

Маркетинг самарадорлиги нафақат банкнинг йириклигига, балки унинг мақсадлари, режалари ва мавқеига ҳам боғлиқ бўлади.

2-жадвалда банк хизматлари хусусиятларининг банк маркетинги хусусиятига таъсири кўрсатилган.

Банклар хизматларининг маркетинг хусусиятига боғлиқлиги

Хизматлар белгиларининг гуруҳлари	Банк маркетинг хусусияти
Ажралиб турадиган белгилар: 1. Иқтисодий тўлов маблағ-лари билан таъминлаш. 2. Муомаладаги пул миқдорини назорат қилиш. 3. Пул институти фаолият кўрсатишини қўллаб-қувватлаш.	Инсонларнинг пулга нисбатан ижтимоий-психологик муносабатини ҳисобга олиш, ушбу хусусиятдан тижорат банки нуфузини яратишда банк маҳсулотларини ҳаракатлантиришда фойдаланиш
Бошқа турдаги хизматларга хос бўлган банк хизмати белгилари: 1. Қарзга олинадиган маблағлардан фойдаланиш	Банк мижозлари базасини муқобиллаштириш зарурлиги
2. Индивидуал тавсиф	Банк мижозлари базасини тизимли таҳлил қилиш
3. Учинчи шахсга ёпиқлик	Маркетинг маълумотларини олиш ва уни сақлашнинг қийинчилиги
4. Қатъий давлат назорати	Банк тизими, мамлакат, ҳудуд, бозорлар иқтисодийига нисбатан ҳукумат таркибий тузилмалари қарорлари, ҳаракатлари, мўлжалларини таҳлил қилиш
5. Мижозларга боғлиқлик	а) мижозлар базасини муқобиллаштириш зарурлиги; б) турли таркибий тузилмаларининг банк тизимига нисбатан қарори, мўлжалларини таҳлил қилиш; в) мижозлар билан мустаҳкам алоқа ўрнатиш; г) мижозлар базасини комплекс таҳлил қилиш
6. Мижозларга хизмат кўрсатишни муқобиллаштириш	а) банк хизматига нисбатан табақалаштирилган ёндашув; б) банк фаолиятини универсаллаштириш; в) мижозлар базасини муқобиллаштириш; г) ушбу хусусиятдан банк маҳсулотини яратиш босқичида фойдаланиш
7. Мижозлар ишончини қозонишга банк муқим фаолият юритишининг боғлиқлиги	а) мижозлар базасини муқобиллаштириш; б) мижозлар билан мустаҳкам алоқа ўрнатиш; в) мижозлар базасини комплекс таҳлил қилиш
8. Фойда – доимий, узлуксиз фаолият натижаси	Ушбу хусусиятдан банкнинг маркетинг стратегиясини шакллантириш босқичларида фойдаланиш
9. Банк таваккалчилигининг мижозлар таваккалчилиги билан боғлиқлиги	а) мижозлар базасини муқобиллаштириш; б) ушбу хусусиятдан банкнинг маркетинг стратегиясини шакллантириш босқичларида фойдаланиш
10. Хизмат кўрсатиш давомийлигининг нисбатан юқорилиги	Мижозлар билан муқим ҳамкорлик ўрнатиш
11. Хабарлар сиғими	Банкнинг маркетинг маълумотларини тўплашда юқори технологияларни қўллаш

Ўзбекистон Республикасининг 2020-2025 йилларга мўлжалланган банк тизимини ислоҳ қилиш стратегиясида давлат улуши мавжуд тижорат банклари комплекс трансформация қилиш, банк ишининг замонавий стандартлари, ахборот технологиялари ва дастурий маҳсулотларни жорий этиш, банкдаги давлат акциялари пакетини зарур тажриба ва билимга эга бўлган инвесторларга

танлов асосида сотиш, шунингдек, давлат улуши мавжуд тижорат банклари ва корхоналарни бир вақтнинг ўзида ислоҳ қилиш орқали банк секторига давлатнинг улушини камайтириш белгиланган. 2021-2023 йилларга мўлжалланган Молиявий хизматлар оммабоплигини ошириш Миллий стратегияси тасдиқланди. Миллий стратегия 2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикаси банк тизимини ислоҳ қилиш стратегиясининг мантқиқий давоми ҳисобланади. Миллий стратегияда, 2023 йилгача тижорат банкларининг айрим хизматлари агентлик шартномаси асосида учинчи шахс томонидан кўрсатилиши, синов тариқасида Алоқабанк пластик карталарини Ўзбекистон почтаси орқали мижозга етказиб бериш, кредит ҳужжатларини расмийлаштириш кабилар амалга ошириш вазифаси йўлга қўйилиши белгиланган. Ўтган 2021 йилда 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 етди ва ҳар юз мингта катта ёшли аҳолигаб тўғри келадиган банк муассасалари сони 9,2 тани ташкил этган. Шу билан бир қаторда, ҳисобот йилида 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. Ўзбекистонда банклар томонидан истеъмол товарларини кредит ҳисобига масофадан сотиб олиш имконини берувчи яна битта электрон савдо майдончаси – маркетплейс (Chakana.uz) ишга тушурилиб, уларнинг сони 2 тага етди. Ушбу маркетплейслар аҳоли учун қулайлик яратиши билан бирга тадбиркорлар учун ўз маҳсулотини сотиш учун янги (онлайн) бозор яратмоқда. Ҳозирги вақтда мазкур платформаларда 400 дан ортиқ тадбиркорларнинг 12 мингдан зиёд товарлари аҳолига кредит эвазига таклиф этилмоқда. Ҳозирга қадар, ушбу платформалардан 100 мингдан ортиқ аҳоли рўйхатдан ўтган бўлиб, ҳисобот йилида маркетплейслар орқали аҳолига 130 млрд. сўмга яқин кредит маблағлари ажратилган. Бундан ташқари, банклар ва тўлов ташкилотларининг мобил иловалари ҳам такомиллашиб, улар орқали амалга ошириш мумкин бўлган операциялар турлари кўпайиб бормоқда. Ҳозирда банклар томонидан ажратиладиган микроқарзнинг 49 фоизи, жалб қилинаётган омонатларнинг 64 фоизи, аҳолига сотилаётган хорижий валютанинг 15 фоизи ва коммунал тўловларнинг 48 фоизи айнан мобил иловалар орқали амалга оширилмоқда. Ўз навбатида, бундай сифат ўзгаришлари, хусусан банк ва нобанк кредит ташкилотлари инфратузилмасининг кенгайиши ҳамда рақамли молиявий хизматларнинг ривожланиши ва оммалашуви республика ҳудудларида аҳоли ва тадбиркорларни банк хизматлари билан самарали қамраб олиш имконини яратди.

Хулосалар

Хулоса қилиб айтишимиз мумкунки, бугунги кунда Республикамиз банк тизимида банк ва мижоз ўртасидаги муносабатларда ўз ечимини кутаётган қатор саволлар мавжуд.

Хусусан, банк соҳасида давлат улушининг юқорилиги (банк активларининг 80% давлат улуши мавжуд банкларга тегишли), инфратузилмаларнинг етарли даражада ривожланмаганлиги сабабли тўлов карталаридан фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги ва банкоматлар сонининг Шарқий Европа ва Марказий Осиё давлатларидаги ўртача кўрсаткичдан пастлиги (ҳар 100 000 кишига 48 та банкомат), кредитлашда жисмоний шахсларни қамраб олиш даражасининг пастлиги (кредитларнинг фақат 19 % и жисмоний шахсларнинг улушига тўғри келади, дунё мамлакатларида эса ўртача 40 %), банк хизмати транзакция вақти ва нархини камайтириш ҳамда мижозлар учун фирибгарлик хавфини камайтириш.

Таклифлар

Замонавий мижозга йўналтирилганлик концепцияси қўлланадиган Юқорида қайд этиб ўтилган омиллар банк учун самарали мижозлар базасини яратиш жараёнидаги барча бошқичларда ўз мижозлари билан муваффақиятли иш олиб боришини таъминлашнинг зарур шarti ҳисобланади. Таклифлар Таҳлил натижалари шуни кўрсатадики, ҳақиқатдан ҳам ҳар хил компаниялар фаолиятида бугунги кунда мижозларни ушлаб туриш ва содиқлиги муаммоси глобал тавсифга эга. Бугунги кунда ҳар қандай банк замонавий ва нуфузга эга бўлиши учун мижозга йўналтирилиши талаб этилади. Мижозга йўналтирилганлик банк тизимидаги барча бошқарув даражаларида мижозни у билан банк ўртасидаги ўзаро ҳаракатнинг махсус алгоритми доирасида қўллаб-қувватлаш ва талаблари бажарилишига эришиш имконини беради. Ушбу концепцияни қўллашда мижозларни жалб этиш, уларни ушлаб туриш ва ривожлантириш масалалари ҳам ўз ечимини топади. Шунингдек, банкларда янги мижозларни жалб этиш салоҳиятли мижозлар мавжудлигини (ўз ҳудудида, тармоқда, бизнес соҳасида) таҳлил қилиш билан бошланади. Ушбу фаолиятнинг самарадорлиги банкда салоҳиятли мижозлар маълумотлар базасини тузишга боғлиқ.

Фойдаланилган адабиётлар

1. M.S.Tulayev, B.P.Qlichev, (2022). Moliyaviy hisob. (Darslik). ISBN 978-9943-8915-9-3, UO‘K: 657(075.8)
2. [Назарова Муслима Назаровна. \(2022\). НОБАНК КРЕДИТ ТАШКИЛОТЛАРИНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ . Journal of New Century Innovations, 10\(2\), 48–54.
<http://www.newjournal.org/index.php/new/article/view/985>](#)

3. Musahonzoda, I. (2019). About organization of additional vocational training of accountants. *Humanitarian and SocioEconomic Sciences Journal*, (2), 30-34. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38230413_58575723.pdf
4. Қличев Б.П. (2022). Истеъмолчи манфаатлари асосида маҳсулотга баҳо шакллантириш масалалари таҳлили. “Иқтисодиёт: таҳлиллар ва прогнозлар”, ISSN: 2181-0567, 4 (20)-сон, 170-175, УЎК: 338.4 (575.1) <https://ifmr.uz/journals/18>
5. Тулаев, М. С., & Кличев, Б. П. (2022). ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА КОРПОРАТИВНЫХ ОБЛИГАЦИЙ: ОБЯЗАТЕЛЬСТВО ИЛИ КАПИТАЛ. In *Учет, анализ и аудит: их возможности и направления эволюции* (pp. 146-154).
6. Адашалиев, Б. (2022). Ўзбекистонда корхоналар ва ташкилотларнинг молиявий ҳисоботининг халқаро стандартларига ўтишининг долзарб масалалари. *Архив научных исследований*, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1127>
7. ХУДОЁРОВ О.О. (2023). Банк тизимини рақамлаштириш шароитида рақамламчи банк технологиларини жорий қилиш. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 13(7), 99–107. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2788>
8. Klichev, B.P., Tulaev, M.S. (2021). Issues of development of the analysis of business activity in joint-stock companies of Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. ISSN: 2249-7137 Vol. 11, Issue 11, November 2021, 584-591 <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.02539.8>
9. Фарходовна Ирода Урманбекова. (2023). Иқтисодиётни рақамлаштириш шароитида электр энергия ишлаб чиқарувчи корхоналарда харажатлар ҳисоби ва таҳлилининг мақсад ва вазифалари. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 13(7), 91–98. retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2787>
10. Салимов Шерзод Бахтиёрович. (2023). Ўзбекистон стратегик мақсадлар сари ривожланишда. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 13(7), 60–71, retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2784>
11. О. Бозорова. (2023). Давлат томонидан тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш йўналишлари. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 13(7), 24–29. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2779>
12. Кличев, Б. (2023). Корхоналарда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми таҳлилининг такомиллаштириш масалалари. *Направления развития благоприятной бизнес-среды в условиях цифровизации экономики*, 1(01), 170 – 173, <https://doi.org/10.47689/TSUE2022-pp170-173>
13. Тулаев, М. (2021). Аудитнинг халқаро стандартлари асосида аудиторлик текширувини ташкил қилиш масалалари. *Архив научных исследований*, 1(1).
14. Yuldashev, J. A. (2022). Mechanisms of Customer Attraction Based on Marketing Strategies in Commercial Banks. *EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS*

- STARTUPS AND OPEN SOCIETY, 2(10), 25–32. Retrieved from <http://www.inovatus.es/index.php/ejbsos/article/view/1313>
15. Юлдашев, Ж. (2021). Совершенствование методики оценки состояния отношений с клиентами в коммерческих банках. Экономика и инновационные технологии, (3), 233–244. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/11885
16. Тулаев, М. (2021). Разработка методики определения уровня существенности в аудите. Экономика и инновационные технологии, (5), 52–60. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/12137
17. Назарова Муслима Назаровна. (2023). Ломбардлар фаолиятининг замонавий ҳолати таҳлили. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 50–59. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2783>
18. СУЛТАНОВ, М., & АДАШАЛИЕВ, Б. В. (2021). Фонд бозори савдолари фаоллигини оширишда молиявий саводхонликнинг ўрни. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/384>
19. Nazarova, M. N. (2023). Legal Framework for Microcredit Organizations in the Republic of Uzbekistan and Analysis of Their Current State. Asian Journal of Technology & Management Research (AJTMR) ISSN, 2249(0892). http://www.ajtmr.com/papers/Vol12Issue2/Vol12Iss2_P4.pdf
20. Урманбекова, И. Ф. (2023). Электр энергияси ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ва унинг муқобил манбаларидан фойдаланиш имкониятларини ошириш йўллари. O‘zbekistonda fanlararo innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar jurnali, 2(15), 317-322.
21. [Мусахонзода, И. \(2022\). Корхоналар молиявий натижаларини бошқариш тизими ва уни ҳозирги ислохотлар шароитида такомиллаштиришнинг зарурлиги. Архив научных исследований, 2\(1\). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1969>](#)
22. Салимов, Ш. (2021). Технопарк – фактор инновационного развития малого и среднего бизнеса. Экономика и инновационные технологии, (3), 106–115. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/11872
23. O. Khudoyorov, N Ernazarov (2020). Operating banks operations with foreign options and futures of foreign banks: Foreign experiences and their features - Journal of Critical Reviews, <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43264712>
24. Қличев Бахтиёр Пардаевич, (2023). Корхоналарда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми таҳлилинини такомиллаштириш масалалари. Issues of improving the analysis of the volume of production at enterprises. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 13(7), 42–49. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2782>
25. Мусахонзода Икромжон Собирхон ўғли. (2023). Молиявий натижаларда шакллантиришда трансакцион харажатлар, муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7),

- 30–35. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2780>
26. Klichev, B.P., Choriev, I. X. (2021). The Issues Of Business Activity Organization In Uzbekistan. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI). Volume 12, Issue 7, July 2021: 4587- 4593.- <https://www.tojqi.net/index.php /journal/article/view/4494>
27. Қурбонов Муҳиддин Абдуллаевич. (2023). Камерал солиқ назорати, риск анализларни смарт технологиялардан фойдаланилган ҳолда амалга оширишни такомиллаштириш. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 36–41. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2781>
28. Курбонов, М. (2020). Зарубежный опыт эффективного использования финансовых ресурсов государственных целевых фондов. Экономика И Образование, 1(5), 163–166. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/economy_education/article/view/4823
29. О.О.Худоёров (2022). ҲАЛҚАРО ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЙЎЛИДАГИ ТАЖРИБАЛАРИ. Newjournal.org часть №6 ст.51. <http://www.newjournal.org/index.php/new/article/view/994/847>
30. Ойбек Одидович Худоёров. (2016)The role of internal audit and internal control in banking sector. Молодой ученый. часть №9. ст 739-742. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25964274>
31. О.Худойоров (2017). Importance of credit risk management in banks. Экономика и бизнес: теория и практика. часть №5. 242-244. <https://cyberleninka.ru/article/n/importance-of-credit-risk-management-in-banks>
32. Ф.Қ.Бобохўжаева. (2022). Банкларнинг иқтисодий ривожланишида маркетингнинг ўзига хос муҳим жиҳатлари. Eurasian journal of law, finance and applied sciences, 2(13), 156–159. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7466722>
33. Ф.Қ.Бобохўжаева. (2023). Банк ва мижоз ўртасидаги иқтисодий муносабатларда маркетингнинг ўрни ва аҳамияти. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 121–127. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2790>
34. Бозорова, О. (2022). Корхоналар молиявий ҳолатини таҳлил қилишнинг аҳамияти. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1084>
35. Тулаев Мирзакул Саламович. (2023). Ижара олинган асосий воситалар ҳисоби –молиявий фаолиятни молиялаштириш манбаси. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 3–15. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2777>
36. Бозорова, О. (2022). Баланс ликвидлигини таҳлили. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1355>