



DIGITIZATION OF RETAIL BANKING SERVICES AND DEVELOPMENT OF ONLINE BANKING PRACTICES

Israilov Qudratjon Zakirovich¹

Banking and finance academy

KEYWORDS

retail banking services, FinTech, banking products, mobile banking, plastic card, deposit, bank loans

ABSTRACT

The article explores retail banking services, their significance, and their advancements amid digital transformation. Utilizing data from 14 commercial banks in Uzbekistan, it includes 280 observations. The dependent variable is the deposit activities of commercial banks, while the independent variables are the credit activities, remote services, and plastic card services of these banks, analyzed through various models. The research indicates that among three models analyzed using panel data, the Random Effects Estimator (REE) model, represented by the equation $Y=0.59x_1+0.08x_2+0.22x_3-1.66$, is the most optimal for assessing the development of retail banking services in the national economy. The Hausman test is employed to choose between the Fixed Effects Estimator (FEE) model and the Random Effects Estimator (REE) model, by comparing their estimates and checking for statistical significance. If the p-value exceeds 0.05, the REE model is preferred as it accounts for unobserved heterogeneity, unlike the FEE model. In this analysis, the p-value from the Hausman test is 0.36, higher than 0.05, leading to the preference for the REE model to evaluate the impact of retail banking services development. Consequently, it is concluded that the REE model is appropriate for this analysis.

2181-2675/© 2024 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: **10.5281/zenodo.12565760**

This is an open access article under the Attribution 4.0 International(CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Graduate student of Commercial Bank Management, Banking and Finance Academy, Tashkent, Uzbekistan (qudratjonisrailov@hamkorbank.uz)

CHAKANA BANK XIZMAT TURLARINI RAQAMLASHTIRISH VA ONLAYN BANK AMALIYOTLAR TURLARINI RIVOJLANTIRISH

KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

chakana bank xizmatlari,
FinTech, bank mahsulotlari,
mobil bank, plastik karta,
depozit, bank kreditlari

ANNOTATSIYA/АННОТАЦИЯ

Maqola chakana bank xizmati ko'rsatish xizmatlarini, ularning ahamiyatini va raqamli transformatsiya sharoitida rivojlanishini o'rganadi. O'zbekistonning 14 ta tijorat banklari ma'lumotlaridan foydalanib, 280 ta kuzatuv qamrab olingan. Qaram o'zgaruvchi sifatida tijorat banklarining depozit operatsiyalari, mustaqil o'zgaruvchilar sifatida esa kredit operatsiyalari, masofaviy xizmatlar va ushbu banklarning plastik karta xizmatlari, turli modellardan foydalangan holda tahlil qilinadi. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, panel ma'lumotlaridan foydalangan holda tahlil qilingan uchta model orasida, $Y=0.59x_1+0.08x_2+0.22x_3-1.66$ tenglamasi bilan ifodalangan tasodifiy ta'sirlar modeli (REE) milliy iqtisodiyotda chakana bank xizmatlarini rivojlantirishni baholash uchun eng optimal hisoblanadi. Fiksatsiya qilingan ta'sirlar modeli (FEE) va tasodifiy ta'sirlar modeli (REE) orasidan tanlash uchun Xausman testi qo'llaniladi, u ularning baholarini taqqoslaydi va statistik ahamiyatini tekshiradi. Agar p-qiyamat 0.05 dan yuqori bo'lsa, REE modeliga ustunlik beriladi, chunki u FEE modelidan farqli o'laroq kuzatilmagan geterogenlikni hisobga oladi. Ushbu tahlilda Xausman testining p-qiyamati 0.36 ni tashkil etadi, bu esa 0.05 dan yuqori bo'lganligi sababli, chakana bank xizmatlarini rivojlantirish ta'sirini baholash uchun REE modelini tanlashga olib keladi. Shunday qilib, ushbu tahlil uchun REE modeli mos ekanligi xulosasiga kelinadi.

So'nggi yillarda, global miqyosda, bank sanoati yangi texnologiyalar, mahsulotlar va hamkorliklar orqali mijozlariga yaxshilangan raqamli bank xizmatlari tajribasini taqdim qilmoqda. Bank sanoati raqamli transformatsiya imkoniyatlariga va noaniq iqtisodiy voqealikka yechimlarga katta sarmoya kiritmoqda. Garchi bank sanoati raqamli bank xizmatlari provayderlari bilan raqobatlashish va tobora talabchan bo'lib borayotgan iste'molchi ehtiyojlarini qondirish uchun nima kerakligini tushunadigan ko'rinishda bo'lsa-da, bank xizmatlarini to'liq raqamlashtirishdan ehtiyot bo'lmoqda. Ko'pincha, an'anaviy banklar raqamli bank xizmatlarini joriy etishga xavf qo'rquvi yoki xarajatlarni kamaytirish maqsadida ikkilanadilar. Tarixiy jihatdan, banklar o'z qamrovini va brend kuchini oshirish uchun filiallar tarmog'ini kengaytirib keldilar. Biroq, pandemiya davrida kontaktsiz xizmatlarga bo'lgan talabning oshishi sababli, raqamli xizmatlar sezilarli darajada o'sdi va raqamli FinTech firmalari mijozlarga va bank xodimlariga qulaylik va xavfsizlik taklif qilish orqali yetakchiga aylanishdi.

Global amaliyotlarga muvofiq, iste'molchilar COVID-19 pandemiyasi davrida onlayn kanallardan tobora ko'proq foydalanganliklari sababli banklar ko'plab filiallarni yopib,

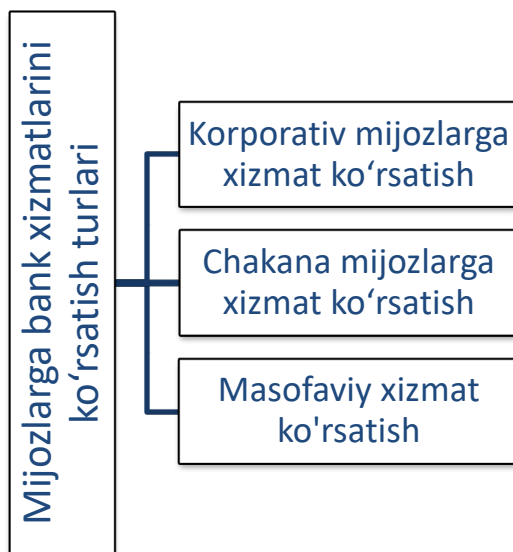
operatsion xarajatlarni kamaytirmoqda va oshayotgan bosim bilan kurashmoqda. Banklar barcha hududlarda qulay bank xizmatlariga kirishni ta'minlash bilan birga, mijozlar bilan munosabatlarni optimallashtirish va xarajatlarni kamaytirish uchun doimiy ravishda aqlli filiallar tarmog'i haqida strategiyalar ishlab chiqmoqdalar. Ayniqsa, Evropa Markaziy Banki 2022 yilning birinchi yarim yilligida Evropa banklarining xarajat-daromad nisbati (CIR) 60% dan yuqori bo'lganini xabar qildi [1]. Shu bilan birga, AQShning J.P. Morgan, Citibank, Morgan Stanley, Goldman Sachs va Wells Fargo banklarida ham yuqori CIR koeffitsienti kuzatildi [2].

Past CIR nisbati banklarning har bir daromad dollari uchun kamroq xarajat qilayotganini anglatadi. Xususan, mijozlarning bank faoliyatiga bo'lgan munosabati o'zgarayotgan bo'lsa-da, bank filiallari hanuzgacha amaliy ahamiyat kasb etmoqda. Xususan, 2022 yilgi World Retail Banking Report tadqiqoti natijalariga ko'ra, bank mijozlarining 75 foizi bank filiallarini muhim deb hisoblagan. Umuman olganda, bank mijozlarining 64 foizi o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish opsiyalariga, 44 foizi filiallaridagi mijozlar bilan o'zaro aloqalarini kengaytirishga va 31 foizi chuqurroq Augmented Reality (AR) va Virtual Reality (VR) tajribalariga qiziqish bildirgan [3].

Ko'pgina bank mijozlari jismoniy shaxslar bo'lib, ularning soni yil sayin ortib bormoqda. Ularga tezkor va sifatli offline xizmat ko'rsatishning an'anaviy usullari bugungi banklar uchun yuqori xarajatlar bilan bog'liq. Shunday sharoitlarda, ko'plab odamlar uchun avtomatlashtirilgan va raqamlashtirilgan zamonaviy bank xizmatlarini masofaviy tashkil qilish zarurati ortib bormoqda. Bu banklarni raqamli texnologiyalardan keng foydalanishga, ma'lumotlar bazasini tegishli davlat organlari va boshqa tashkilotlarning ma'lumotlar bazasi bilan integratsiya qilishga undaydi. Bu banklar uchun kuchli raqobat muhiti yaratadi. Ya'ni, bank mijozlari talablariga javob beradigan yangi raqamli xizmatlarni joriy etish, innovatsion bank xizmatlarini birinchilar qatorida joriy qilish va FinTech asosidagi xizmatlar va avtomatlashtirilgan tizimlarni kiritish zarurati mavjud.

Chakana bank xizmatlari jismoniy shaxslarga to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita bank filiallari tarmog'i orqali taqdim etiladigan bank xizmatlarining umumiy to'plamidir [4]. Mijozlar qoniqishi bank bilan mijozning biznes munosabatlarini o'rnatishda muhim atribut sifatida qaraladi va bugungi kunda ko'plab muvaffaqiyatli korxonalar tomonidan qo'llaniladigan samarali mijozga yo'naltirilgan marketing yondashuvi sifatida qabul qilinadi. Bugungi keskin raqobatli biznes muhiti va sodiq mijozlar bazasini shakllantirish uchun, bugungi banklar chakana bank xizmatlarini mijozlar qoniqishini kafolatlaydigan darajada modellashtirishlari kerak [5].

Bizning fikrimizcha, bank xizmatlarini quyidagi turlarga bo'lish zarur:

1-rasm. Mijozlarga bank xizmatlarini ko'rsatish turlari.

Yuqoridagilarga qo'shimcha ravishda, banklarning chakana bank xizmatlari doirasida bir qator mahsulotlar va xizmatlarini ajratish mumkin. Ular orasida, shaxsiy hisobvaraqlarda operatsiyalar, kreditlash, bank kartalari, turli o'tkazmalar, seyf hujralari bilan ishlash, qimmatbaho metallar bilan ishlash, chet el valyutasida operatsiyalar va kommunal xizmatlar uchun imtiyozli xizmat ko'rsatish kabi xizmatlarni ajratish mumkin.

Bank xizmatlari bozorining rivojlanishi bilan birga, chakana bank xizmatlarini raqamlashtirish va masofaviy taqdim etish (elektron bank axboroti) ham joriy etila boshlandi. Elektron bank axboroti bir nechta ta'minot kanallaridan iborat yuqori darajadagi qurilmadir. Ta'kidlash joizki, bugungi kunda elektron bank axborotining umumiy turi onlayn bank hisoblansa-da, boshqa so'z bilan aytganda, internet banking, elektron bank axboroti internet bankingdan kattaroq platforma hisoblanadi. Elektron bank axboroti tushunchasini turli xil ma'nolarda izohlash mumkin. Eng sodda izoh – bu bank tomonidan mijozlariga kompyuter, maxsus televizor, telefon yoki mobil aloqa qurilmasi orqali ma'lumot va xizmatlarni taqdim etishdir [6], misol uchun, bank va mijoz o'rtasidagi elektron aloqa orqali moliyaviy operatsiyalarni tayyorlash, boshqarish va nazorat qilish uchun.

Internet banking mijozlarga bank hisobvaraqlariga kirishga va bank o'tkazmalarini amalga oshirishga imkon beradi. Internet bankingning dastlabki bosqichlari tranzaktsion onlayn banking deb atalgan, chunki ular hisobvaraqlarga kirish, mablag'larni o'tkazish va moliyaviy xizmatlar va mahsulotlarni sotib olish kabi vositalarni o'z ichiga olgan [7]. Internet banking va elektron bank axboroti ko'p yillik adabiyotlarda bir tushuncha sifatida keltirilgan. Hozirgi kunda internet banking elektron bank axborotining eng muhim kanallaridan biri hisoblanadi. Internet banking mijozlarga banklaridan foydalanish va bank operatsiyalarini aks ettiruvchi hisobvaraqni boshqarish imkonini beradi.

Bundan tashqari, elektron bank xizmatlari uchta turli yetkazib berish usuliga ega: telefon, shaxsiy kompyuter va Internet. Masalan, Elizabeth Daniel elektron bank xizmatlarining to'rtta turli kanali mavjudligini aytadi: RS banking, Internet banking, boshqariladigan tarmoq va telebanking. Shuni ham ta'kidlash kerakki, RS banking, Home

banking va Bank mijoz dasturning asosida ishlaydigan xizmat Internet bankingdan farq qiladi. Birinchidan, Internet banking brauzerga asoslangan bo'lsa, RS banking, Home banking va Bank mijoz bank tomonidan belgilangan dasturiy ta'minotni mijozning kompyuteriga o'rnatishni talab qiladi. Shuningdek, uning ishlash jarayoni bilan bank jarayoni bog'liq bo'lib, u har kuni 24 soat, haftada 7 kun, yil davomida 365 kun uzluksiz ishlashni yarata olmaydi, bu bankning ish vaqti bilan bog'liq. Siz o'rnatadigan dastur ushbu dastur bilan ishlay oladigan va RS banking dasturini o'rnatgan kompyuterni talab qiladi. Home banking Intuit, Inc.ning Quicken va Microsoft Corp.ning Money kabi dasturiy ta'minot paketini talab qiladi. Heikki Karjalutoning talqiniga ko'ra, bank xizmatlaridagi asosiy elektron ta'minot kanali shaxsiy kompyuter orqali kirish mumkin bo'lgan Internetdir [8].

Bugungi kunda, telefon banking, telebanking va boshqariladigan tarmoqlar bank faoliyatida katta rol o'ynamaydi. Yetkazib berish platformasining simli Internet aloqalaridan simsiz mobil texnologiyalarga o'tishi davom etmoqda. Shuning uchun Wah elektron bankingning kompyuter ekranlarida bo'lishi shart emasligini ta'kidlagan. Internet banking yupqa ekranli mobil qurilmalarda yoki boshqa simsiz qurilmalarda bajarilishi mumkin [9]. Ushbu simsiz dastur jurnallari orqali mijoz bank hisob varag'i haqidagi ma'lumotlarni olish, o'tkazmalar tarixini ko'rish, qimmatli qog'ozlarni sotib olish yoki sotish uchun ariza topshirish, to'lovlarni amalga oshirish va bankka elektron pochta xabarlarini yuborish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Elektron banking ko'plab rivojlangan mamlakatlarda zamonaviy yetkazib berish kanali hisoblanadi va bank xizmatlari bozoriga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. S. Nemtsovning fikriga ko'ra, internet banking moliyaviy xizmatlar sohasidagi an'anaviy ishtirokchilarga ko'plab turli xizmatlarini kam xarajatli yetkazib berish kanallariga qo'shish imkoniyatini beradi [10]. Bundan tashqari, bu internet banking orqali an'anaviy banklar bozor ulushiga tahdid soladi, chunki, ular an'anaviy bank filiallari tarmog'iga ega bo'lishdagi raqobat ustunligini yo'q qiladi.

Bugungi kunda, telefon banking, telebanking va boshqariladigan tarmoqlar bank faoliyatida katta rol o'ynamaydi. Yetkazib berish platformasining simli internet aloqalaridan simsiz mobil texnologiyalarga o'tishi davom etmoqda. Shuning uchun Wah elektron banking kompyuter ekranlarida bo'lishiga hojat yo'qligini ta'kidlagan [11]. Internet banking yupqa ekranli mobil qurilmalarda yoki boshqa simsiz qurilmalarda amalga oshirilishi mumkin. Ushbu simsiz dastur jurnallari orqali mijoz bank hisob varag'i haqida ma'lumot olishi, o'tkazmalar tarixini ko'rishi, qimmatli qog'ozlarni sotib olish yoki sotish uchun ariza topshirishi, to'lovlarni amalga oshirishi va bankka elektron pochta xabarini yuborishi mumkin bo'ladi.

Elektron banking rivojlangan ko'plab mamlakatlarda zamonaviy yetkazib berish kanali bo'lib, bank xizmatlari bozoriga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. S. Nemtsovning fikriga ko'ra, internet banking moliyaviy xizmatlar sohasidagi an'anaviy ishtirokchilarga o'zlarining ko'p turli xizmatlarini kam xarajatli yetkazib berish kanallariga qo'shish imkoniyatini beradi [12]. Bundan tashqari, bu internet banking orqali an'anaviy

banklarning bozor ulushiga tahdid soladi, chunki ularning raqobat ustunligini an'anaviy bank filiallari tarmog'iga ega bo'lish bilan yo'q qiladi.

Ma'lumot va kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) tezkor o'sishi va rivojlanishi kompaniyalarga raqamli muhitda qiymat yaratish imkonini berdi [13]. Hozirgi kunda tashkilot strategiyasiga innovatsiyalarni joriy qilish va ulardan foydalanish, qiymat yaratish uchun muhim talab hisoblanadi. Shunday qilib, raqamli davrda qiymat yaratish kompaniya va uning mijozlari o'rtasida hamkorlikda amalga oshiriladi [14]. Internet va texnologik rivojlanish moliyaviy xizmatlarni taklif qilish va ulardan foydalanish usullarini keskin o'zgartirib yubordi [15]. Banklar va ko'plab moliyaviy institutlar raqobatni saqlash va mijozlar talablarini qondirish uchun alternativ innovatsion elektron kanallarni taklif qilmoqdalar. Mobil qurilmalar va zamonaviy AKT tobora ko'proq mijozlar tomonidan mahsulot va xizmatlar uchun elektron banking orqali to'lovlarni amalga oshirish vositasiga aylanmoqda [16]. Shuning uchun elektron banking ko'plab moliyaviy tashkilotlar va mijozlar uchun tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Banklar va boshqa moliyaviy institutlar o'z mijozlariga smartfonlar va mobil qurilmalar yordamida biznes operatsiyalarini boshqarish imkoniyatini yaratdilar. Mobil banking internet bankingdan farq qiladi, chunki internet banking internet brauzer dasturiy ta'minotidan foydalansa, mobil banking ilovalardan foydalanadi. So'nggi vaqtlarda smartfonlar odamlarning kundalik hayotida muhim rol o'ynay boshladi. Smartfon texnologiyalari rivojlanishda davom etar ekan, Osiyo mamlakatlarida moliyaviy xizmatlar va mobil savdo uchun mobil bankingga bo'lgan talab ortib bormoqda [17].

J. Zhang mobil banking xizmatlaridan biri bo'lgan mobil to'lovni o'rgangan. Mobil to'lov an'anaviy to'lov usullarini raqamli to'lov usullariga aylantirdi. Tadqiqotchilar interfeys dizayni xususiyatlarini idrok etish kabi muhim omillar borligini ta'kidlashdi [18]. Mobil Banking Mobil veb-xizmatlar 1999 yilda joriy qilinishidan oldin, mobil banking asosan matn yoki SMS orqali amalga oshirilardi va bu SMS banking deb nomlangan. Keyinroq, Yevropa banklari mobil internet yordamida mobil banking xizmatlarini taklif qila boshladi. 2010 yilgacha SMS banking eng mashhur mobil banking mahsuloti edi. iOS va Android operatsion tizimlariga ega smartfonlarning rivojlanishi bilan mobil banking (ilovalar) rivojlana boshladi. Mijozlar endi o'z smartfonlariga bank ilovalarini yuklab olishlari va ancha rivojlangan interfeyslar, takomillashgan tranzaksiya imkoniyatlari va qulay navigatsiya bilan foydalanishlari mumkin. Nima uchun an'anaviy banklar bugungi kunda mijozlarining talablarini qondira olmayapti? Buning asosiy sababi mijozlarning bank tajribasidan norozi bo'lishidir. FinTech kompaniyalari chakana banklar qoldirgan bu bo'shliqni to'ldirishga harakat qilmoqda va ular mijozlar talabiga katta e'tibor qaratib, samarali va shaxsiylashtirilgan xizmatlarga asoslanmoqda. CNBC (Amerikalik pullik biznes yangiliklari telekanali) ma'lumotlariga ko'ra, 2020 yil aprel oyining boshidan boshlab mobil banking 85 foizga o'sgan va ko'plab ekspertlar bu o'sish davom etishini bashorat qilmoqda. Mobil banking mijozlarga ko'plab afzalliklarni taklif etadi, eng muhimi – tizimning foydalanish qulayligidir. Bank filiallarida navbatda turish o'rniga, mijozlar deyarli har

qanday joydan o'z mablag'lariga kirish va ularni boshqarishlari mumkin [20].

Bugungi kunda banklarning raqamli transformatsiyasi sharoitida mijozlar o'z moliyaviy xizmatlarini amalga oshirishda raqamli kommunikatsiyani afzal ko'rmoqdalar. COVID-19 pandemiyasi raqamli kanallar orqali bank xizmatlarini amalga oshirish jarayonini yanada tezlashtirdi. Masalan, pandemiya boshlangandan beri 35% mijozlar onlayn bankingdan foydalanishni boshlagan [21].

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

[1]. Evropa Markaziy bankinging statistik ma'lumotlar ombori. (2022). Evropadagi banklar uchun o'rtacha xarajatlarning daromadga nisbati Ittifoq 2007 yil 4 choragidan 2022 yil 4 choragigacha. <https://www.statista.com/statistics/995174/cost-to-incomeratio-for-banks-in-europe/>

[2]. Reuters. (2022). AQSh banklari faoliyatining asosiy ko'rsatkichi ikkinchi yarmida aylantiring. <https://www.reuters.com/business/finance/us-banks-keyperformance-metric-set-turn-around-second-half-2022-09-13/>

[3]. Jahon chakana banking hisoboti 2022. (n.d.). <https://worldretailbankingreport.com/download-report.htm>

[4]. Dao Cam Thuy va Nguyen Ngoc Quang (2022). Omillar qoniqish va qayta sotib olish niyatiga ta'sir qiladi. Vetnamda bank xizmatlari. *Cogent Business & Boshqaruv*, 9(1), <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2137952>

[5]. Ngo, V. M. va Pavelková, D. (2017). Moderatsiya va kommutatsiya xarajatlarining munosabatlarga vositachilik ta'siri xizmat qiymati, mijozlar ehtiyojini qondirish va mijoz o'rtasida sodiqlik: Vetnamdagi chakana bank faoliyatini tekshirish. *Jurnali Xalqaro tadqiqotlar*, 10(1), 9-33. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-1/1>

[6]. Daniel, E. (1999). Buyuk Britaniyada elektron bank xizmatlarini taqdim etish va Irlandiya Respublikasi. *Xalqaro bank jurnali Marketing*, 17 (2), 72-83. <https://doi.org/10.1108/02652329910258934>

[7]. Sathye, M. (1999). tomonidan Internet-bankingni qabul qilish Avstraliya iste'molchilari: empirik tadqiqot. *Bank marketingi xalqaro jurnali*, 17, 324-334. <https://doi.org/10.1108/02652329910305689>

[8]. Karjaluo, H. (2002). Finlyandiyada elektron banking: iste'molchilarning e'tiqodlari, munosabati, niyatlari va xatti-harakatlari. *Jyväskylä: Jyväskylä universiteti*. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/13218/9513911675.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[9]. Vah, L. (1999). Internetda bank xizmatlari. *Amerikalik Boshqaruv assotsiatsiyasi*, 88(11), 44-48.

[10]. Nemtsov, S. (1997). Internet bank faoliyatini larzaga solidi O'rta asr asoslari. *Xalqaro bank jurnali Marketing*. <https://www.icommercecentral.com/openaccess/the-internet-will-shake-bankings-medievalfoundations.pdf>

[11]. Vah, L., (1999). Internetda bank xizmatlari. *Amerikalik Boshqaruv assotsiatsiyasi*, 88(11), 44-48

[12]. Nehmzow, C. (1997). Internet bank faoliyatini larzaga solidi O'rta asr asoslari. Xalqaro bank jurnali Marketing. <https://www.icommercecentral.com/openaccess/the-internet-will-shake-bankings-medievalfoundations.pdf>

[13]. Schrieck, M. & Wiesche, M. (2017). Qanday tashkil etilgan Kompaniyalar birgalikda qiymat yaratish uchun IT platformalaridan foydalanadilar - Bank xizmatlaridan olingan ma'lumotlar. https://www.researchgate.net/publication/317369535_O'rnatilgan_Kompaniyalar_Qiymat_uchun_IT_platformalarini_ko'taring_Birgalikda_yaratish_-_Bankingdan_g'oyalar

[14]. Hosseini, M., Shajari, S., & Akbarobodi, M. (2020). Ko'p kanalli qiymatni yaratuvchi guruhlarini aniqlash bank sanoati. J. Chakana savdo. Iste'mol qilish. Serv. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102312>

[15]. Malaquias, R. F. va Xwang, Y. (2019). Mobil bankdan foydalanish: Braziliya va AQSh ishtirokchilari bilan qiyosiy tadqiqot. Int. J. Inf. Boshqaruv, 44, 132-140. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.004>

[16]. Chjan, T., Lu, C. va Qizildag, M. (2018). "On-the-go" banking: mijozlarni tekshirish" mobil bankingni qabul qilish xizmatlar. Int. J. Qual. Serv. Sci., 10, 279-295. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2017-0067>

[17]. Axtar, S., Irfon, M., Sarvar, A. Asma, & Rashid, Q. U. A. (2019). Shaxslarning farzandlikka olish niyatiga ta'sir etuvchi omillar Xitoy va Pokistonda mobil banking: moderator roli madaniy qadriyatlar. Jamoatchilik bilan aloqalar jurnali, 19(1), maqola e1884. <https://doi.org/10.1002/pa.1884>

[18]. Chjan, J., Luximon, Y. va Song, Y. (2019). ning roli iste'molchilarning idrok etilgan xavfsizligi, idrok etilgan nazorati, interfeysi dizayn xususiyatlari va doimiy foydalanishda vijdonlilik mobil to'lov xizmatlari. Barqarorlik, 11(23), 6843. <https://doi.org/10.3390/su11236843>

[19]. Mamadiyarov, Z. (2021). Ta'sir etuvchi omillarni tahlil qilish bank jarayonida masofaviy bank xizmatlari O'zbekistondagi o'zgarishlar. Moliyaviy va kredit faoliyati Nazariya va amaliyot muammolari, 1(36), 14-26. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v1i36.227607>

[20]. Iste'molchi bank faoliyatida mijozlar tajribasini qayta aniqlash. (n.d.). <https://blog.griddynamics.com/redefining-the-customer-experience-in-consumer-banking/>

[21]. Toshtemirovich Mamadiyarov, Z., Adhambek ugli Sulaymanov, S., Anvar ugli Asqarov, S., & Baxtiyor qizi O'ktamova, D. (2021). Covid-19 pandemiyasining ta'siri Banklarni raqamlashtirish va transformatsiyasini jadallashtirish. Kelajak tarmoqlari va bo'yicha 5-xalqaro konferentsiya FINANSOVO-KREDITNA DIYALNIST: PROBLEMI TEORIİ TA PRAKTIKI Tom 1 (54), 2024 yil 66 DOI: 10.55643/fcaptop.1.54.2024.4288