

БАНК ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА PR
(PUBLIC RELATIONS) ДАН ФЙДАЛАНИШ

Солиев Аҳмаджон -

*Наманган муҳандислик-технология
институту профессори, и.ф.д*

Эркибоев Алимардон Авазбек ўғли -

*Наманган муҳандислик-технология институту
магистранти*

Аннотация. Мақолада банк хизматлари бозорини ривожлантиришда жамоатчилик билан ишлаш масалалари ёритилган. PR нинг моҳияти ва аҳамияти очиб берилган. PR қоидаларидан фойдаланиш бўйича Россия Федерацияси "Сбербанк"и Public Relations тажрибаси ўрганилган ва ёритилган. "Сбербанк" тажрибасини Ўзбекистон "Миллий Банки"и тизимида қўллаш бўйича тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: Public Relations, банк хизматлари, банк хизматлари бозори, кредитлар бозори, банк мижозлари, жамоатчилик билан алоқалар, банк реклама фаолияти.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR (PUBLIC RELATIONS) В РАЗВИТИИ
РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Солиев Аҳмаджон -

*Наманганский инженерно-технологический институт
профессор, доктор экономических наук*

Эркибоев Алимардон Авазбек ўғли -

*Наманганский инженерно-технологический институт
студент магистратуры*

Аннотация. В статье освещены значение и эффективность PR- пиар деятельности в практике банковских услуг. Особое внимание удалено характеристике показателей работы коммерческих банков Узбекистана, изучен опыт "Сбербанк" Российской Федерации по использованию принципов Public Relations. Даны рекомендации по применению опыта "Сбербанка" в системе Национального Банка Узбекистана.

Ключевые слова: связи с общественностью, банковские услуги, рынок банковских услуг, кредитный рынок, клиенты банка, связи с общественностью, банковская рекламная деятельность.

USE OF PR (PUBLIC RELATIONS) IN THE DEVELOPMENT
OF THE BANKING SERVICES MARKET

Soliev Ahmadjon -

*Namangan Institute of Engineering and Technology
Professor, Doctor of Economics*

Erkiboev Alimardon Avazbek ogli -

*Namangan Institute of Engineering and Technology
master student*

Annotation. The site highlights the importance and effectiveness of PR-piyars of activity in the practice of banking services. Special attention has been removed to the characteristics of the performance indicators of commercial banks in Uzbekistan, the experience of Sberbank of the Russian Federation in using the principles of Public Relations has been studied. Recommendations are given on the application of the experience of Sberbank in the system of the National Bank of Uzbekistan.

Key words: Public Relations, banking services, banking services market, credit market, bank customers, public relations, banking advertising activities.

Кириш. Банклар молия бозорининг ажралмас қисми ҳисобланиб товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчи ва уларни истеъмолчиларга ҳам хизмат кўрсатади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 23 мартдаги "Банк хизматлари оммабоплигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги қарорида ҳам банклар фаолияти ва улардаги мавжуд камчиликларни бартараф этиш йўллари баён қи-

линган. Юртимизда амалга оширилаётган ислохотлар натижасида банк тизимида хизматлар кўрсатишнинг бозор механизмлари жорий қилинмоқда, тадбирлар ва аҳоли учун молиявий очиқлик кўпайиб бормоқда. Аҳоли учун валюта айирбошлаш амалиётларини амалга оширишни енгиллаштирувчи янги банк хизматлари жорий этилди, яқка тартибдаги тадбиркорлар томонидан чет эл валютасини сотиб олиш учун ша-

роитлар яратилди. Қарорда яна банк хизматлари истеъмолчиларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига, айниқса, ҳудудларда риюя этиш молиявий очиқликни кенайтириш, шунингдек хизмат кўрсатиш маданияти ва банк тизимига бўлган ишончни амалга оширишга тўсиқ бўлаётган муаммо ва камчиликлар баён этилган.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.

Мамлакатимизнинг банк тизимида етакчи ўринни эгаллаб келаётган Ўзбекистон Ташқи иқтисодий алоқлар Миллий Банки халқаро молия бозорларидаги ўзгаришларга асосан лойиҳаларни молиялаш, унвесал тижорат, инвестиция жамғарма банклари функцияларини энг мақбул тарзда уйғунлаштириб бозор иқтисодиётига муваффақиятли мослашиб бормоқда. Унинг Мамлакатимиз барча минтақаларида

жойлашган 96 та филиал ва бўлим Миллий банкнинг 603 мингдан зиёд корпоратив ва хусусий мижозларига кенг доирадаги хизматлар кўрсатилишини таъминламоқда. Халқаро алоқалар фаол ривожланмоқда.

Тадқиқот методологияси. Мазкур мақолани таҳлил қилишда илмий билишнинг мантикийлик, назарий тадқиқот методларидан, ҳамда анализ-синтез методидан кенг фойдаланилди.

Асосий қисм. Ҳозирги кунда Миллий банк вакиллик тармоғи жаҳоннинг 67 мамлакатадаги 570 банкни ўз ичига олган[5] Ҳозирги вақтда мамлакатимиз банк тизими жами активларининг 21 %дан ортиғи ва банк тизими жами сармоясининг 23 %дан ортиғи Миллий банк улушига тўғри келади (1-жадвал) [4]

1-жадвал

Тижорат банклари фаолиятининг асосий кўрсаткичлари тўғрисида 2021 йил 1 апрель ҳолатига маълумот

млрд.сўм ҳисобида

	Банк номи	Актив		Кредит		Капитал		Депозит	
		сумма	улуши, фоизда	сумма	улуши, фоизда	сумма	улуши, фоизда	сумма	улуши, фоизда
1	Ўзмиллийбанк	78 455	21,10%	64 911	22,90%	14 104	23,30%	18 114	15,70%
2	Ўзсаноатқурилишбанк	48 229	13,00%	39 266	13,90%	6 963	11,50%	11 141	9,70%
3	Асака банк	47 719	12,90%	35 531	12,50%	6 500	10,70%	7 654	6,70%
4	Агробанк	32 684	8,80%	27 146	9,60%	5 336	8,80%	9 630	8,40%
5	Ипотека банк	32 269	8,70%	24 429	8,60%	4 444	7,30%	9 771	8,50%
6	Халқ банки	26 949	7,30%	19 360	6,80%	5 032	8,30%	10 830	9,40%
7	Қишлоқ қурилиш банк	16 320	4,40%	14 273	5,00%	2 469	4,10%	4 274	3,70%
8	Микрокредитбанк	10 645	2,90%	9 261	3,30%	1 774	2,90%	2 747	2,40%
9	Турон банк	9 292	2,50%	7 063	2,50%	1 238	2,00%	2 215	1,90%
10	Алоқа банк	8 512	2,30%	5 984	2,10%	1 620	2,70%	4 734	4,10%
11	Азия Альянс банк	2 876	0,80%	1 908	0,70%	361	0,60%	1 956	1,70%
12	Пойтахт банк	223	0,10%	104	0,04%	126	0,20%	87	0,10%
13	Ўзгаэроэкспортбанк	60	0,02%	68	0,02%	41	0,10%	13	0,01%

Манба: Ўзбекистон Республикаси Марказий Банки расмий сайти маълумотлари асосида тайёрланган.

Миллий банк Ўзбекистон кредит бозорида пешқадамлик қилмоқда. Банк саноатнинг барча тармоқларига ҳамда мулкчиликнинг ҳар қандай шаклига мансуб корхона ва ташкилотларга миллий ва хорижий валутада кредитлар бераёпти. Миллий банк лойиҳаларни молиялашда янги корхоналар қуриш, ишлаб турганларини модернизациялаш ёки техник қайта қуроллантириш (жумладан, машина-ускуналар сотиб олиш, қурилиш-монтаж ва бошқа ишларни бажариш), шунингдек ишлаб чиқариш ҳамда хизмат кўрсатиш соҳаси объектлари нормал фаолият юриштини таъминлаш учун зарур хом ашё ва материалларнинг бир қисмини сотиб олиш кўзда тутилган инвестиция лойиҳаларини молиялашни ўз олдига мақсад қилиб қўйган. Кредитлар иқтисодиётнинг устувор тармоқларида таркибий ўзгартиришларни таъминловчи энг муҳим инвестиция лойиҳаларини молиялаш учун мўл-

жалланган. ТИФ миллий банки Ўзбекистон молия бозорида пешқадамлик қилаётганини Марказий Банкнинг қуйидаги ҳисоботида ҳам кўришимиз мумкин (2-жадвал) [4]

“Миллий банк” АЖ Марҳамат филиали ҳам мижозларга хизмат кўрсатиб келмоқда. Филиалда мижозларга хизмат кўрсатиш учун барча қулайликлар ва замонавий технологиялар мавжуд. “Миллий банк” АЖ Марҳамат филиали томонидан 2018-2020 йилларда қуйидаги йўналишларда узоқ муддатли кредит маблағлар ажратилди:

Жисмоний шахсларга 2018 йил 33 млрд. 440 млн. сўм миқдорида, 2019 йилда 38 млрд. 526 млн. сўм миқдорида 2020 йилда эса 42 млрд. 757 млн. сўм миқдорида кредит маблағлари ажратилган. Якка тартибдаги тадбиркорларга филиал томонидан 2018 йилда 1 млрд. 290 млн. сўм миқдорда, 2019 йилда 1 млрд. 535 млн. сўм

БАНК ИШИ

миқдорда, 2020 йилда эса 707 млн. 682 минг сўм миқдорда кредит маблағлари ажратилган. Хусусий корхоналар, хўжалик ширкатлари ва жамиятларга 2018 йилда 13 млрд. 900 млн. сўм

миқдорда, 2019 йилда 15 млрд. 027 млн. сўм миқдорда, 2020 йилда эса 14 млрд. 572 млн сўм миқдорда кредит маблағлари ажратилган (3-жадвал).

2-жадвал

Тижорат банкларининг кредит ва депозитлари тўғрисида 2021 йил 1 апрель ҳолатига маълумот

млрд.сўм ҳисобида

№	Банк номи	Жами кредитлар	шундан		Жами депозитлар	Шундан	
			жисмоний шахслар	юридик шахслар		жисмоний шахслар	юридик шахслар
1	Ўзмилийбанк	64 911	5 508	59 402	18 114	4 535	13 579
2	Ўзсаноатқурилишбанк	39 266	4 221	35 045	11 141	2 046	9 095
3	Асака банк	35 531	4 578	30 953	7 654	1 778	5 876
4	Агробанк	27 146	4 466	22 680	9 630	2 759	6 871
5	Ипотека банк	24 429	10 664	13 765	9 771	1 675	8 096
6	Халқ банки	19 360	6 860	12 499	10 830	1 794	9 035
7	Қишлоқ қурилиш банк	14 273	7 675	6 598	4 274	851	3 423
8	Микрокредитбанк	9 261	2 742	6 519	2 747	634	2 113
9	Турон банк	7 063	858	6 205	2 215	879	1 336
10	Алоқа банк	5 984	986	4 998	4 734	605	4 129
11	Азия Альянс банк	1 908	495	1 413	1 956	556	1 401
12	Пойтахт банк	104	35	69	87	5	81
13	Ўзғроэксспортбанк	68	2	66	13	0,3	12

Манба: Ўзбекистон Республикаси Марказий Банки расмий сайти маълумотлари асосида тайёрланган.

Таҳлил ва натижалар. Миллий банк даромадлиги даражаси юқори экани олиб борилаётган кредит ва тижорат фаолиятига пухта ўйлаб ёндашилаётгани ҳамда оқилона консерватив сиёсат юритилаётгани билан уйғунликда унга кейинги беш йил мобайнида БИС (Bank for international settlements) ишончилилик рейтинги бўйича жаҳоннинг энг ишончли банклари орасида етакси мавқени эгаллаб туриш имконини бермоқда [5]. Банк хорижий шериклар олдида ўз зиммасига олган барча мажбуриятларни тўла

ҳажмда ва белгиланган мудатларда бажариб келаяпти. Банк ушбу рейтингни сақлаб қолиш ва янада мустахкамлаши учун миқдорларга бундан сифатли ва қулай, энг асосийси бундан манфаатли хизматларни таклиф қилиши керак. Миқдорларнинг талаб ва истакларини ўрганиш ва ўша талаб ва истаклар мос хизматлар таклиф қилиш банкнинг миқдори ва даромадини орттиришига хизмат қилади. Юқоридагиларни амалга оширишнинг энг самарали ва замонавий усули PR (Public Relations) ҳисобланади.

3-жадвал

Миллий Банк АЖ Марҳамат филиали томонидан 2018-2020 йилларда ажратилган узоқ муддатли кредитлар

(млрд.сўм ҳисобида)

№	Қайси йўналишда берилган	2018 йил	2019 йил	2020 йил
1	Жисмоний шахсларга берилган узоқ муддатли кредитлар	33.440	38.526	42.757
2	Якка тартибдаги тадбиркорларга берилган узоқ муддатли кредитлар	1.290	1.535	707 млн
3	Хусусий корхоналар, хўжалик ширкатлари ва жамиятларга берилган узоқ муддатли кредитлар	13.900	15.027	14.572

Манба: ТИФ Миллий банк АЖ Марҳамат филиали маълумотлари асосида тайёрланган.

PR (Public Relations) ўзбекчага жамоатчилик билан алоқалар деб таржима қилинади. Ҳозирги кунда исталган ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш йўналишдаги корхона ёки фирма ривожланишни истар экан PR стратегияларидан фойдаланиши керак. PR нинг 500 га яқин турли хил таърифлари мавжуд [6]. Улардан энг машхурлари қуйидагилар:

Буюк Британиянинг Public Relations News ташкилоти томонидан ишлаб чиқилган таъриф:

“жамоатчилик муносабатларини баҳоловчи, шахс ёки ташкилотнинг сиёсатини ва ҳаракатларини жамоат манфаатлари билан мувофиқлаштирадиган, жамоатчилик тушуниш ва қабул қилиш учун ҳаракат дастурини режалаштирадиган ва амалга оширадиган бошқарув функцияси”.

PR бўйича фахрий профессор ва Халқаро PR уюшмасининг собиқ президенти Сем Блекнинг таърифи “Ҳақиқат ва тўлиқ ахборотга эга

бўлишга асосланган ўзаро тушуниш орқали келишувга эришиш санъати ва илм-фан” [7].

Профессор Аҳмаджон Солиевнинг таърифи: “PR операция ташкилот, корхона маркетингини бошқариш функцияларидан бири сифатида тушунилади. Паблик рилейшнз (жамоатчилик билан алоқалар) –бу маркетинг ва менежментнинг ташкилот ва жамоатчилик ўртасида алоқа ўрнатиш ва қўллаб-қувватлашнинг мустақил функцияси”.

PRни Банк соҳасида қўллаш, банк мижозларининг талаб ва истагини тўлиқ ўрганиш ва айнан ўша талаб ва истаклар буйича ёки шунга яқинроқ бўлган банк хизматларини таклиф қилиш банк самарадорлигини оширади. Банкнинг PRдан фойдаланиши ҳамда мижозларга сифатли ва қулай хизмат кўрсатиш уни биринчи рақамли банкка айлантиради.

PR дан фақат банкнинг мижозлари билан ишлашда эмас, балки ходимлар билан ишлашда ҳам қўл келади. Банкда мижозлар сонининг ортиши биринчи навбатда уларга кўрсатилаётган хизматга боғлиқ. Ходимларингиз мижозларга сифатли хизмат кўрсатиши учун сиз аввал ходимларингизга улар истагандек шароит ва имконият яратиб беришингиз талаб этилади. Ходимларни талаб ва истакларини билишнинг ҳам энг осон ва қулай йўли бу албатта PR ҳисобланади.

Чет мамлакатларда банк тизимида PR дан фойдаланиш кенг миқёсда йўлга қўйилган. Айниқса Европа ва АҚШ да PR дан жуда унумли фойдаланилади. Россия Федерациясида PRдан фойдаланиш 1998 инқироздан сўнг кенг миқёсда амалга оширилди. Мазкур даврда биз каби Россияда ҳам Собик иттифоқдан қолган банк тизими деярли ўзгаришсиз ҳолатда эди. 2007 йилги жахон иқтисодий инқирози Россия банк тизимида катта ўзгаришлар амалга оширилишига сабаб бўлди. 2007-2008 йилларда ва ундан олдинги даврда ҳам Россия банк тизимида PR дан унумли фойдаланилмас эди. Оммавий ахборот воситаларида ҳам банк ҳақида ижобий янгиликлардан кўра салбий хабарлар кўпроқ ўрин тутар эди. Алфа-Банк ОАЖ вице-президенти Н.И. Яремко, “молия бозорларида рақобат эмас, балки аҳолининг кредит ва инвестиция ташкилотларига бўлган ишончсизлиги кучаймоқда” деган таърифи ушбу даврдаги Россия банк тизимидаги ҳолатни тўлиқроқ англашимизга ёрдам беради[3]. Шундай инқирозли даврдан чиқиб кетиш ва банкларнинг бундан кейинги ривож учун банк тизими маъсуллари PR дан унумли фойдаланиб самарадорликни оширишга мажбур бўлишди.

Россиядаги банклар орасида энг рейтинг баланд ва мижозлари кўп Сбербанк PRдан фойдаланишга алоҳида аҳамият берди. Сбербанкнинг марказий идорасида бутун банк учун асо-

сий маркетинг ва PR сиёсатини ишлаб чиқадиган Маркетинг ва коммуникациялар бўлими мавжуд. Бундан ташқари ҳар бир минтақада ёки йирик шаҳарда Марказий идорага бўйсунувчи Сбербанк бош офиси, маркетинг ва коммуникациялар бўлими мавжуд. Қуйида Сбербанкнинг PR технология ва воситаларидан қандай фойдалангани ва бу қандай самаралорлик олиб келганини ёритишга ҳаракат қиламиз.

Керакли кўрсатмалар асосида Сбербанкнинг PR мутахассиси олдида қуйидаги асосий вазифалар туради:

- Банкнинг ижобий имиджини шакллантириш учун тизим воситаларини жорий этиш;
- Банк ишини доимий равишда оммавий ахборот воситаларида ёритишни ташкил этиш;
- Банкнинг ички PR и, инновацион алоқа каналларини жорий этиш;
- Банкнинг йил учун PR-сиёсатини режалаштириш;
- Марказий офис иштирокчилари ва бой мижозлар иштирокида брифинглар, матбуот анжуманлари ва турли хил тадбирлар ўтказиш;
- ОАВ мониторинги;
- инқирозга қарши PR дан фойдаланиш;
- Сбербанк веб-сайтнинг минтақавий ёрлигини янгилаб туриш;
- Мижозларнинг Банкка содиқлигини ошириш механизмларини жорий этиш;
- банк мижозлари билан муносабатларни яхшилаш;
- банк жамоасидаги муносабатларни яхшилаш;
- Сбербанк расмий веб-сайти билан ишлаш.

Сбербанк PR мутахассислари юқоридаги ишларни амалга оширишда қуйидаги PR технологиялари ва воситаларидан фойдаланади: босма ва электрон оммавий ахборот воситалари, Сбербанк расмий сайти, ижтимоий тармоқлар, блоглар, форумлар, реклама, ҳомийлик, ижтимоий лойиҳалар, хайрия ва ҳ.к.

2012 йилдан кейин Сбербанк ривожланиш стратегиясини ўзгартирди: унга кўра биринчи мижозлар эhtiёжлари таҳлил қилинади, шу асосда махсулот ёки хизматлар мижозлар сўровидан олдин таклиф қилинади, олдин бу аксинча эди. 2016 йилда Сбербанк брендининг қиймати 33 фоизга ўсди, бу 9,1 млрд. долларни ташкил этди. Шундай қилиб Сбербанк “Brend Finance Banking 500” рейтингда 24-ўринга, Европада 6-ўринга кўтарилди.

Мижозлар билан ишончли ва узоқ муддатли муносабатларни ўрнатиш Сбербанкни ривожлантириш стратегиясининг бешта асосий йўналишларидан биридир. 2015 йилда мижозларнинг хоҳиш-истакларини ўрганиш, уларнинг банкка мурожаатлари таҳлили ва мижозларга хизмат кўрсатиш сифати соҳасидаги нуфузли

экспертларнинг тавсиялари асосида мижозларга йўналтирилган модел янгиланди. Унга кўра:

- барча каналларда хизматнинг мавжудлиги;
- мижозларнинг эҳтиёжларини билиш ва уларнинг тахминларини тахмин қилиш;
- дўстона муносабат ва малакали хизмат;
- мижознинг талабига биноан муаммоларни ҳал қилиш;
- молиявий хавфсизликни таъминлаш ва бошқалар.

2015 йилда Банк сифат менежментидаги ютуқлари учун иккита фахрий мукофот билан тақдирланди: истеъmolчиларнинг ҳуқуқлари ва Россияда энг кўп мижозларга йўналтирилган банк номинациясида хизмат кўрсатиш сифати мукофоти, "Кўрсатилаётган хизматларнинг юқори сифати учун" ҳалқаро "Visa Global Service Quality Performance" мукофоти.

Бундан ташқари Сбербанкнинг PR мутахассислари акциядорлар ва инвесторлар учун турли акциялар ва тадбирларни (йиғилишлар, конференциялар, корпоратив тадбирлар ва бошқалар) тақлиф этадилар. Акциядорларнинг расмий йиғилишлари натижалари Банк веб-сайтида ёритиб борилади, веб-сайтнинг исталган меҳмони қабул қилинган қарорлар ва янги ўзгаришларни кўришлари мумкин.

Юридик шахслар учун, шунингдек шериклар, инвесторлар ва актсиядорлар учун "Direct Investments" журнали нашр этилади, унда сиз турли соҳалар, молия бозори янгиликлари, валюта бозори ва бошқалар ҳақида маълумот олишингиз мумкин.

Хулоса. Сбербанк PR мутахассислари банкнинг расмий веб сайтини юритилишига алоҳида аҳамият беришади. Банкда яхши тузилган веб-сайт мавжуд бўлиб, унинг аудиторияси бўлимларга бўлинган (кичик бизнес, жисмоний шахслар, акциядорлар ва инвесторлар ва бошқалар). Ҳар бир бўлим фирманинг фаолияти тўғрисида, мақсадли аудиторияни қизиқтириши мумкин бўлган: Сбербанк ташкил этиш

тарихидан молиявий ҳисоботгача, акциядорлар йиғилишлари натижалари, низом ва бошқа кўп нарсаларни ўз ичига олади.

Бундан ташқари жамоатчилик билан алоқалар бўлими Сбер-Банк филиалларини очишни ташкил этади, уларни очишда жамоатчилик учун байрам дастурлари, танловлар ва совғалар тарқатиш орқали янги мижозларни жалб қилишади.

Шундай қилиб Сбербанк PR фаолиятининг асосий йўналишлари - бу махсус тадбирлар, веб-сайт билан ишлаш, ички корпоратив PR, потенциал мижозлар билан бевосита ишлаш, оммавий ахборот воситалари учун ахборот хабарларини яратиш каби бир қанча муҳим ишларни амалга оширади.

Юқорида кўриб турганингиздек Россия Федерацияси банклари, асосан "Сбербанк"да PR технологиялари ва воситалари имкониятларидан қандай фойдалангани ва бу ишлар қандай самарали эканлигини кўриб чиқдик.

Юқоридаги таҳлил натижалари асосида "ТИФ Миллий Банки" АЖ "Марҳамат" филиали фаолиятини янада такомиллаштириш ва самардорлигини ошириш бўйича қуйидаги тавсияларга амал қилиш зарур деб ҳисоблаймиз:

- ✓ Мижозлар ва ҳамкорлар билан дўстона муносабатларни шакллантиришга кўмаклашиш;
- ✓ ходимларнинг самарали ишларини рағбатлантириш;
- ✓ Маркетинг тамойилларидан фойдаланган ҳолда, банк хизматлари турларини кўпайтириш ва сифатини ошириш ҳамда реклама фаолияти самарадорлигини ошириш;
- ✓ малакали кадрларни жалб қилиш;
- ✓ кадрлар қўнимсизлигини камайтириш;
- ✓ истеъmolчилар билан дўстона муносабатларни шакллантириш;
- ✓ жамоатчилик фикри ва жамоатчилик томонидан тахминларни ўрганиш;
- ✓ фикрларни шакллантириш ва жамоатчилик умидларини қондириш.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 23 мартдаги "Банк хизматлари оммабopлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги қарори. <https://lex.uz/docs/3593541>
2. "Разработка PR-кампании предприятия" Доктор экономических наук, профессор, Кузнецов Юрий Викторович. Санкт-Петербург. 2017
3. Попыхова Елена Владимировна. PR-коммуникации банка со СМИ в кризис (на материалах публикаций СМИ 2008-2010 гг.). 2011
4. Ўзбекистон Республикаси Марказий Банки расмий сайти маълумотлари. <https://cbu.uz/oz/>
5. https://uz.wikipedia.org/wiki/O'zbekiston_milliy_banki
6. <https://edu-torzhok.ru/uz/uslugi/antikrizisnyi-piar-na-primere-izvestnoi-kompanii-primer-primeneniya-pr>
7. [Uz.wikipedia.com/wiki/Sam_Black_\(public_relations\)](https://uz.wikipedia.com/wiki/Sam_Black_(public_relations))