

DOI: <https://www.doi.org/10.36719/2663-4619/76/69-73>

Nurlan Zakir oğlu Şükürov
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
magistrant
Nurlancreus007@gmail.com

BANK MƏHSULLARININ VƏ XİDMƏTLƏRİNİN KEYFİYYƏTİ

Xülasə

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində bankların fəaliyyəti və banklar vasitəsilə əhaliyə təqdim olunan məhsullar və xidmətlər öz aktuallığını artırır. Aydın məsələdir ki, müştəri qismində çıxış edən fiziki və hüquqi şəxslər öz tələbatlarını təmin etmək məqsədilə bank məhsullarını əldə etməyə cəhd edirlər. Bu səbəbdən də hər bir müştəri banka müraciət etməmişdən daha öncə ona lazım olan bank məhsulu haqqında məlumat toplamağa başlayır. Belə olan təqdirdə isə banklar öz məhsulları haqqında olan bütün informasiyaları ictimaiyyətə açıq formada paylaşmalıdırlar ki, əhalinin ayrı-ayrı kütlələri bank məhsulları ilə əlaqədar bütün informasiyaları tam şəkildə əldə edə bilsinlər. Tədqiqat işinin əsas məqsədi bank məhsullarının mahiyyəti, eləcə də bank məhsul və xidmətlərinin keyfiyyətinin tədqiq olunmasıdır.

Açar sözlər: bank, bank məhsulu, kredit kartlar

Nurlan Zakir Shukurov

Quality of banking products and services

Abstract

In a modern market economy, the activities of banks and the products and services provided to the population through banks are becoming increasingly important. It is clear that individuals and legal entities acting as customers try to obtain banking products to meet their needs. For this reason, each customer begins to gather information about the banking product he needs before applying to the bank. In this case, banks should share all information about their products in an open manner so that certain sections of the population have full access to all information related to banking products. The main purpose of the research is to study the essence of banking products, as well as the quality of banking products and services.

Key words: bank, banking product, credit cards

Giriş

Vəsaitlərin toplanması və onları kredit kimi istifadəyə verməklə iqtisadiyyata təqdim edilməsi ilə yanaşı, bankların əsas funksiyalarından biri də ödəniş mərkəzi olmaq və hər cür pul köçürmələrində vasitəçilik etməkdir. İnsanlar arasında əmək bölgüsü və mübadilə inkişaf etdikcə pul ödəmələrinin bəzi çatışmazlıqları meydana çıxdı. Mübadilə həcmının artması pula olan tələbatı artırdı. Bunun üçün lazım olan pulun hazırlanması, bir yerdən başqa yerə daşınması, saxlanması, idarə olunması baha başa gəlir, vaxt itkisinə səbəb olur, təhlükəsizlik tələb edir. Bunu izah etmək üçün yalnız bütün debitor və borclarını pulla bağlayan böyük ticarət müəssisəsinin vaxt itkisini və xərclərini nəzərə almaq kifayətdir. Uzaq yerlər arasında puldan istifadə etməklə ödənişlər daha bahalı və çətin olur. Maliyyə vasitəçisi kimi bankların həyata keçirdikləri ən mühüm xidmət fiziki və hüquqi şəxslərin ödənişlərinin işlənməsində vasitəçilik etməkdir. Nağd ödənişlərdən başqa, ən vacib ödəniş elementi çek və veksəl kimi qiymətli sənədlərin yığılması və ödənilməsidir. Bir çox bank əməliyyatlarında mühüm funksiyaya malik olan cari hesablar iqtisadiyyatda xüsusilə bank əməliyyatlarında böyük əhəmiyyət kəsb edir. Çünki, cari hesablar vasitəsilə borc və debitor borclarının, çeklər vasitəsilə dövriyyədən çıxılması baxımından ödəniş vasitəsi yaradılmış və bununla da nağd ödəniş xərcləri aradan qaldırılmışdır. Cari hesab maliyyə qurumlarının bağladığı müqaviləyə uyğun olaraq qısamüddətli pul əməliyyatları nəticəsində likvidliyi

depozit və geri götürən müştərilərin sərəncamında hazır saxladıqları maliyyə fondudur. Banklar adətən cari hesablar açır. Cari hesab sahibləri və üçüncü şəxslər cari hesablara pul yatırma bilərlər. Banklar cari ödənişlər üçün ödənilməli olan nağd pul, çek, xarici valyuta, kupon və istiqrazların istifadəsini qəbul edirlər. Cari hesablar böyük hərəkətlər göstərən vəsaitlərdir. Bir gün ərzində cari hesaba birdən çox pul qoyula və ya çıxarla bilər.

Analiz

Bankların təqdim etdiyi əsas xidmətlərdən biri də kreditlərdir. Kredit təminat və etimad kimi çox ciddi faktorlara söykənən əməliyyatdır. Məhz kredit əməliyyatı vasitəsilə pul vəsaitlərinin bazara çıxması, eləcə də hər hansısa bir əmtənin ən faydalı şəkildə realizə olunmasına şərait yaradır. Pul likvid xarakterə malik olduğundan borcverən indi almağı olduğu əmtəni gələcəkdə realizə edə bilər, borcalan isə gələcəkdə almasını planlaşdırdığı əmtəni kredit vasitəsilə dərhal satın ala bilər. Bu qeyd olunanlar onu deməyə imkan verir ki, kredit bir növ insanların tələbatlarının ödənməsində əsas vasitə kimi çıxış edir (Əliyev M.F., 2014, s. 34).

Kreditin ən geniş yayılmış forması kimi bank kreditləri çıxış edir. Bank kreditlərində kredit müqaviləsinin tərəfləri kimi bank və borc alan çıxış edir. Bankın kredit verməsində əsas məqsədi müəyyən faiz qazanmaq və özünün mənfəətini təmin etməkdir. Borcalan isə cari dövrdə öz tələbatını təmin etmək üçün müəyyən faiz itirməyə razı olur.

İstehlak kreditləri günümüzdə ən aktual olan kreditin təzahür formalarından biridir. Bəzi hallarda istehlak kreditləri ilə bank kreditləri anlayışları eyniləşdirilir və yaxud da qarışdırılır. Lakin bu iki anlayış arasında kəskin fərqlər mövcuddur. Belə ki, istehlak kreditləri əhalinin ayrı-ayrı təbəqələrinin, fiziki və hüquqi şəxslərin zəruri ehtiyaclarını ödəmək məqsədilə verilən kredit növüdür. Bu forma istər pul formasında, istərsə də hər hansısa bir əmtənin satın alınmasında iştirak edə bilər. Bu səbəbdən də istehlak kreditlərinin subyektı kimi yalnız banklar deyil, eyni zamanda da bank olmayan kredit təşkilatları və alış-veriş əməliyyatlarını həyata keçirən hüquqi şəxslər də çıxış edə bilər.

Banklar kreditlə bağlı olan məhsullarının bir qismini kredit kartlar vasitəsilə əhaliyə təqdim edirlər. Deməli onda bankın verdiyi kredit bank xidmətinə aid edilirsə, kredit kartlar isə bank məhsulu hesab olunur.

Pərəkəndə bankçılıq bir çox məhsul və xidmətlərin birləşməsidir. Texnologiyanın inkişafı və bank sisteminə tətbiqi ilə sayı günbəgün artan bu məhsul və xidmətlər aşağıda nəzərdən keçirilir.

Plastik kartlar öz qaydaları olan müasir ödəniş sistemidir. Kredit kartı kart sahibinə emitent təşkilat tərəfindən verilən standart plastik kartdır və kart sahibinə müəyyən limit daxilində əmtə və xidmətlər almağa imkan verir.

Bunlar insanların üzərində nağd pulun daşınması nəticəsində yarana biləcək riskləri azaldan və lazım gəldikdə pul əvəzinə istifadə oluna bilən, müəyyən parol ilə qorunan kartlardır. Bunun üçün bankda pul saxlamağa ehtiyac yoxdur. Kart sahibi istifadə etdiyi kreditə görə faiz ödəyir və hissə-hissə ödəniş etmək imkanı qazanır. Cari hesabınızda pulunuz varsa, onu faizsiz istifadə edə bilərsiniz. Bu kartların növləri istifadə olunan banka, limitə və ölkə daxilində/xaricində istifadə edilib-edilməsinə görə dəyişir. Bu kartlarla nağd avanslar götürülə bilər və bu nağd avanslar bankın öz filialları ilə birlikdə müqavilə bağlanmış banklardan da götürülə bilər. Kredit kartı ilə ödənişlər də edilə bilər. Kartın növünə uyğun olaraq bütün müqaviləli şirkətlərdən alış-veriş etmək olar (Muratoglu, 1998; 21).

Kredit kartlarının inkişafı araşdırıldığında dünyada ilk kredit kartının 1894-cü ildə ABŞ-da Hot Credit Teller şirkəti tərəfindən istifadəyə verildiyi görülür. 1930-1940-cı illər arasında ABŞ-da bir çox müəssisə, xüsusilə Sears, Macy's və Goldwaters kimi böyük mağazalar müştərilərinə kredit kartı funksiyaları olan kartlar buraxmağa başladılar (Borrowsky, 1994; 54). İkinci Dünya Müharibəsindən sonra 1950-ci illərdə Diners Club, American Express və Carte Blanche adlı müəssisələr imza ilə debet və ön tərəfində qabartma hərfləri olan slip çəkmə üsuluna əsaslanan ilk müasir kredit kartlarını bazara təqdim etdilər. Daha sonra, 1960-cı ildən etibarən Bank of America tərəfindən buraxılan və VISA adlı kredit kartı ABŞ bazarında üstünlük təşkil etməyə başladı. Bu tarixdən etibarən kredit kartlarının bu ölkənin hüdudlarından kənarında istifadəsi 1966-cı ildə İngiltərədə Barclay's Bank tərəfindən Avropada ilk kredit kartının buraxılmasına səbəb oldu (Borrowsky, 1994: 60). Eurocard və Mastercard şirkətləri

1991-ci ildə fərqli bir məhsul olaraq ilk borc kartı olan Maestro-nu təqdim etdilər. Bu tarixdən etibarən müxtəlif bankların bankomatlarının birgə istifadəsini təmin etmək məqsədilə Electron və Plus kimi borc kartlarından; məhsulları kredit kartları və debet kartları ilə birləşdirmək üçün hazırlanmışdır (Yereli, 2002; 43).

Kredit kartı sistemini formalaşdıran tərəflər arasında kredit kartı verən təşkilatla üzv arasında bağlanan müqaviləyə “üzv iş yeri müqaviləsi”, kredit kartı verən ilə kart sahibi arasında bağlanan müqaviləyə isə “üzlük müqaviləsi” deyilir. Kredit kartı emitenti ilə kart sahibi arasında borc-kredit münasibəti kredit kartı emitenti ilə müqavilə bağlamış satıcıya aiddir. Digər tərəfdən, kredit kartları yalnız kredit kartını verən təşkilatla müqaviləsi olan satıcı şirkətlər üçün etibarlıdır (Altınoluk, 1991; 11).

Kart sahibi tacirdən əmtəə alır, tacir müəyyən gün pulu bankdan alır və bank bu məbləği müştərinin adına açılmış cari hesaba son ödəniş tarixinin dəyəri ilə, hansını müəyyən edir və hansını müştəriyə, yəni kart sahibinə bildirəcək. Bu son ödəniş günü kart sahibinin bu xərci faizsiz ödəyə biləcəyi son günə aiddir. Kart sahibi xərclərin bütün məbləğini və ya ödəniləcək minimum məbləği ödəməklə müəyyən faiz müqabilində öz xərclərini kreditləşdirə bilər (Teoman, 1996; 51).

Debet kartları bankomatlarda və alış-verişdə istifadə olunan kartlardır. Ümumiyyətlə, bütün banklar öz əmanətçilərinə ATM kartları adı altında və kredit kartı adı ilə plastik kartları təklif edirlər. Ən çox yayılmış kredit kartları Visa, Mastercard və American Express-dir.

Visa klassik kartlar. Bunlar bankların həyata keçirdiyi siyasətlərə əsasən ölkə daxilində və xaricdə istifadə edilən, müxtəlif bankomatlardan və ya bank filiallarından alış-veriş və nağd pul çıxarmaq üçün istifadə olunan kartlardır. Banklar həmçinin müxtəlif riskləri (məsələn, başqaları tərəfindən istifadə olunmaq kimi) azaldaraq, öz kartlarını şəkilli və imzalı və müxtəlif adlarla təqdim edə bilərlər.

Visa Gold kartlar. Bunlar bankların öz prestijli müştərilərinə verdiyi, bankların siyasət və sistemlərinə uyğun olaraq ölkədaxili və xaricdə istifadə oluna bilən, müqavilə bağlamış banklar, maliyyə qurumları və şirkətlərlə alış-veriş və nağd pul çıxarmada istifadə olunan yüksək limitli kartlardır.

Master card bütün dünyada etibarlı və geniş yayılmış ödəniş sistemi qurumudur. Master card kredit kartları, maestro onlayn debet kartları və sirus ATM nağd pula çıxış kartları daxil olmaqla ödəniş sistemləri master kartın damı altında mövcuddur. Dünyada 1,7 milyard kartda master-kartlar, sirus və maestro loqoları var. Master Card 210 ölkədə 25 mindən çox bank və maliyyə qurumlarına, eləcə də istehlakçılara və bizneslərə ödəniş həlləri təklif edir.

Keyfiyyətə və innovasiyaya böyük əhəmiyyət verən Master Card, istehlakçılara həm virtual, həm də real mühitlərdə daha yaxşı və asan ödəniş həlləri təklif edir. Ən son texnologiyalardan və istehlakçı ehtiyaclarından xəbərdar olan Master Card, kart ödəniş sistemlərində təhlükəsizliyi hər zaman üstün tutmuş və eyni zamanda bir çox yeniliklərin qabaqcıllarından olmuşdur. Master card həmçinin marka şüurunu artıracaq və üzvlərin bizneslərini inkişaf etdirmələrinə imkan verəcək marketinq proqramları hazırlayır və Master Card proqramları çərçivəsində üzvlərinin marketinq söylərini dəstəkləyir (<http://www.bkm.com.tr>).

Mağazaların banklar vasitəsilə müştərilərə təklif etdiyi ödəniş vasitəsidir. Mağaza kartları yalnız kartı verən mağazalarda etibarlıdır. Mağazalar müştərilərinin kartlarından istifadəni yaxşılaşdırmaq üçün şəbəkələr də inkişaf etdirir. Mağaza kartlarının kredit kartları kimi nağd pul çıxarma xüsusiyyəti yoxdur, lakin müştərilərə kartı verən mağazadan kreditlə alış-veriş etmək imkanı yaradır. Amerika və Avropa ölkələrində pərakəndə satış qrupları arasında geniş istifadə olunan mağaza kartlarının tətbiqi ölkəmizdə də iri şirkətlər tərəfindən həyata keçirilir.

Pərakəndə satıcılar müxtəlif yollarla kredit verirlər. Bəziləri, faktura tarixindən sonra iki-üç həftə ərzində ödənilməli olan aylıq və ya opsiya hesabları şəklindədir. Digərlərində isə kart sahibinin aylıq ödənişinin 20, 30 misli limiti var. Bununla belə, mağazaların kredit limitləri və faiz dərəcələri ilə bağlı qaydalar çox fərqlidir. Bu tip kart emitent mağazasına yaxşı nümunə İngiltərədəki Marks & Spencer mağazasıdır. Marks & Spencer 1985-ci ilin may ayında ümummilli kredit kartı tətbiqinə başladı və həmin ilin birinci yarısında yarım milyondan çox mağaza kartı buraxdı.

American Express 1850-ci illərin əvvəllərində nağd pul və mühüm maliyyə sənədlərini “ekspres” kimi daşımaq üçün yaradılmışdır. Uzun illər maliyyə xidmətləri sahəsində bir çox yeniliklər edən şirkət,

səyahət xidmətləri sektorunda da mühüm inkişafalara öncülük etmişdir. American Express kart bazarına 1958-ci ildə ilk ödəniş kartı olan "American Express Card" ilə daxil oldu. 1960-cı illərdə yüksək gəlirli müştəriləri hədəf almağa qərar verən şirkət 1965-ci ildə "American Express Qızıl Kartı" və 1980-ci illərin ortalarında yüksək gəlirli müştərilər üçün ilk "Platinum Kartı" təqdim etdi. 1990-cı illərdə məhsul portfelinə kredit kartlarını əlavə edən American Express, 1999-cu ildə dünyanın ilk şəffaf kredit kartını, "American Expressdən Mavi"ni təqdim etdi. 2000-ci illərin əvvəllərində o, "Qara Kart" (<http://www.akbank.com>) kimi tanınan üstün və unikal xidmətlər təklif edən dünyanın ən prestijli kartı olan "Centurion Card"ı buraxdı.

American Express 75 ölkədə 78 tərəfdaşı ilə fəaliyyət göstərən beynəlxalq maliyyə institutudur. Kart bazarında, xüsusilə səyahət və əyləncə sahəsində müştərilərinə unikal xidmətlər təklif edir (<http://www.bkm.com.tr>).

Bu kartlar müştərinin kreditor cari hesabı vasitəsilə işləyir. Bu gün bu kartlar daha çox müştərinin filiala getmədən pulunu bankdan çıxarması üçün istifadə olunur. Lakin bu kartlar əsas funksiyası baxımından alış-veriş üçün istifadə oluna bilər və bu kartla edilən xərclər banka çatdıqda bu məbləğ hesab balansından silinir.

Çip kartlar ilk dəfə Fransada istifadə edilmişdir. Çip kartı olmasına baxmayaraq; Kart sahiblərinə, iş yerlərinə və banklara çoxsaylı imkanlar təqdim etsə də, bütün dünyada inteqrasiya olunmuş tətbiq sahəsi tapmaq üçün ciddi xərclərə çatan investisiyalarla mövcud maqnit lent oxuyucu terminallarının çip kartları ilə məlumat mübadiləsini təmin etmək lazımdır. Plastik kartların inkişafında son addım smart kartlardan və elektron pul kisələrindən istifadədir. Bu kartların 1995-ci ildən hazırlandığı görünür (Birch, 2000:14).

Smart Card istifadəçiləri kartdan istifadə etməzdən əvvəl vəsaitlərini karta köçürməli olduğundan bankın riski yoxdur. Bundan əlavə, hətta kiçik xərclərin də edilə bilməsi bu kartı çox əhəmiyyətli edir. Fiziki şəxslər öz vəsaitlərindən istifadə edəcəyi üçün bu kartlar kart sahibinin sərvətindən asılı olmayaraq hesablar öz əllərində olmaq şərti ilə banklar tərəfindən bütün vətəndaşlara paylanacaq. Bu sistemdə xüsusilə elektron fırılacaqılıq və saxtakarlıq hadisələri ciddi risk yaradır, lakin çip dediyimiz mikroprosessorların olması bu sistemin riskini xeyli azaldır.

Çip kartlarda istifadəçinin parolu olur və əməliyyat bu şifrəni POS-a daxil etməklə həyata keçirilir. Bu parol və ya kod PİN kod, nömrə adlanır. Debet kartı əməliyyatlarında PİN xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Elektron ödəniş əməliyyatlarında PİN-dən istifadə olunduğu üçün o, fərqli elektron imza növü hesab olunur. Lakin PİN-in strukturuna görə "şəxsi" imzaya bənzər şəxsiyyət nişanı yoxdur. Çünki PİN üçüncü şəxslər tərəfindən öyrənilə bilər və bu şəxslər də karta sahibdirlərsə, onlar özlərini asanlıqla sahibi kimi göstərə bilərlər.

Xidmət keyfiyyətinin tərfi ilə bağlı hələ konsensus olmasa da, üç tərfin olduğu müəyyən edilmişdir (Gözlü, 1994; 33). Bunlardan birincisinə görə, xidmət keyfiyyəti müştərinin gözləntilərinin faktiki xidmət göstəriciləri ilə müqayisəsidir. Gözləntilər müştərilərin keçmiş təcrübələrinə əsaslanır. Digər tərəfdən, xidmət performansına obyektlər, xidmət prosesi, avadanlıq, iş dizaynı, işçilər üçün mükafat və həvəsləndirmə proqramları, menecerlərin planları və qərarları təsir edir. Bu idarə oluna bilən amillərlə yanaşı, istehlakçı davranışı, iqlim, rəqiblərin təsiri və performansı kimi idarə olunmayan amillər də xidmət keyfiyyətinə təsir göstərir.

Bank müəssisələrinin fəaliyyətini ümumiyyətlə əmanətlərin toplanması, vəsaitlərin və resursların tapılması, müştəri münasibətləri, kreditlərin verilməsi, zəmanət və reputasiya məktublarının verilməsi, maliyyə münasibətləri, yığılmış səhmlərdə vəsaitlərin və xarici resursların səmərəliliyinin tədqiqi, onların bank prosedurlarına və qanunvericiliyə uyğunluğunun auditi kimi təsnif etmək olar.

Banklar digər bizneslərlə müqayisədə qanuni olaraq fərqli strukturlara və məhdudiyyətlərə məruz qalırlar. Banklar səhmdar cəmiyyət kimi yaradılmalıdır. Bankların yaradılması Mərkəzi Bankın xüsusi icazəsi ilə həyata keçirilir. Bankların bir il ərzində açılacaq filialların sayı məhduddur. Normal bizneslərdən fərqli olaraq, banklar öz borcları üçün müəyyən miqdarda ehtiyat saxlamalıdırlar. Bundan əlavə, banklar tərəfindən buraxılan səhmlər tam olaraq adına yazılmalıdır. Digər müəssisələrdə belə məhdudiyyətlər yoxdur. Bankların iş sahələri və iqtisadiyyata təsirləri digər bizneslərlə müqayisədə çox böyükdür. Bankların əməliyyatları pulla bağlı olduğundan iqtisadiyyata kifayət qədər təsir edir.

Bazardan pul çıxarmaq və qeyri-materiallaşdırılmış pul istehsal etmək imkanı ilə banklar digər bizneslərlə müqayisədə iqtisadiyyatın tarazlığına asanlıqla təsir edə bilər. Bankın xüsusiyyəti vəsaitin köçürülməsi və ya vasitəçilik prosesində özünü göstərir. Bu funksiya uzun müddət bankın inhisarında qalmış və bank fəaliyyətinin əsasını təşkil etmişdir. Digər bank məhsulları və xidmətləri əlavə xidmətlər kimi qəbul edilir. Banklardakı bu strukturun bu gün müəyyən bir dəyişmə prosesinə girdiyi və çoxməhsullu struktura çevrildiyi müşahidə edilmişdir (Erdem, 1993; 31).

Nəticə

Bank xidmətləri xüsusiyyətlər baxımından nəzərdən keçirildikdə onların aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik olduğu görünür.

➤ Digər xidmətlər kimi bank xidmətləri də qeyri-maddi, görünməz xüsusiyyətə malikdir. Bank xidmətləri beş duyğuya müraciət etməklə satılmasa da, müqavilələrlə formalaşdırıla bilər. Kreditlər, mükafatlı əmanətlər və daşınmaz əmlak satışı kimi qeyri-maddi bank xidmətləri ətraflı müqavilələrlə müəyyən edilir. Bundan əlavə, banklarda bir çox xidmət-depozit sertifikatı, çek kitabçası, hesab kitabçası kimi fiziki aktivlərlə təmsil oluna bilər.

➤ Bank xidmətlərinin mühüm xüsusiyyəti onların “Mürəkkəbliyi”dir. Bu mürəkkəblik nəticəsində müştərini xidmətlərdən yararlanmağa və pulu banka çıxarmağa inandırmaq lazımdır. İmmunitet xüsusiyyəti bu xüsusiyyətlə birləşdirildikdə təklif olunan xidmətlər təkcə fiziki deyil, həm də mənəvi cəhətdən toxunulmaz olur.

➤ Bank xidmətlərinin başqa bir xüsusiyyəti də müəyyən xidmət standartına çatmağın çətin olmasıdır. İstənilən bankda A filialından razı qalan B filialından razı olmayan çoxlu müştəri var. İki şöbə və ya işçi arasındakı bu fərqi ən böyük səbəbi standart hala gələ bilməyən davranışlardan qaynaqlanır.

➤ Xidmətlərin ayrılmaz xüsusiyyətinə görə bank xidmətləri müştərilərə birbaşa paylama kanallarından istifadə etməklə göstərilir. Bu, açılmış filiallar vasitəsilə həyata keçirilir. Sonradan istifadə üçün bank xidmətlərini istehsal etmək və saxlamaq mümkün deyil.

Ədəbiyyat

1. Abbasov Ə., Həmişəyeva Ş., Məmmədov Z., Rzayev R. Bank işi ilə elektron bankçılıq. Bakı 2003. 440 s.
2. Abdullayev Ş.Ə., Əsgərova R.V. “Bank işi” Dərslik. 2017, 512 s.
3. Bağirov M.M. “Banklar və bank əməliyyatları” Dərslik. 2014, 470 s.
4. Bəşirov R.A. “Bank işi” Dərslik. 2017, 340 s.
5. Cavadov A.M., Kommersiya bankları məhsul və xidmətlərinə qiymət-qoyma. Bakı 2012, 542 s.
6. Dave Ramsey. Total Money Makeover. 2019, 564 p.
7. Dave Rober, Warren Graham. Credit Repair Secret: Learn The Strategies. 2019, 496 p.
8. Əliyev M.F. Bankların inkişaf istiqamətləri. Monoqrafiya. Bakı, “Şərqi-Qərb” Nəşriyyat evi, 2014, 120 səh.
9. Əliyev M.F., Bank məhsullarının inkişaf strategiyası. 2016, 378 s.
10. Əliyev M.F., Bank məhsullarının inkişaf strategiyası. İqtisadiyyat və audit jurnalı, 2013-cü il, №8., 104 s.
11. Michael Steven. Getting Out of Debt: Money Management. 5th Edition. Stanford. 2017, 758 p.
12. Muratoglu, Cem. Marketing and Sales in Retail Banking. Banks Association of Turkey Publications: Istanbul, 2018
13. Murdick G. Robert. (2020) Service Operation Management, Ally And Bacon: New York.
14. Ocal, Tezer. Banking sector. Turkish Economy “Sectoral Developments”, Turkish Economy Institution Publications: Ankara, 2018.

Rəyçi: prof. E.Sadiqov

Göndərilib: 20.02.2022

Qəbul edilib: 16.03.2022