



CHAKANA BANK XIZMATLARINI KO'RSATISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI

SCIENTIFIC AND THEORETICAL FOUNDATIONS OF RETAIL BANKING SERVICES

¹Xikmetov Nodirbek
Ikromovich

¹Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya Abstract

Uzb. - Mazkur maqolada chakana bank xizmatlarini ko'rsatishning ilmiy-nazariy asoslari tahlil etilgan. Tadqiqotda bank xizmatlari va mahsulotlari tushunchalarining iqtisodiy mohiyati, ularning o'zaro farqli va umumiy jihatlari hamda ilmiy yondashuvlar asosida talqin etilishi ko'rib chiqilgan. Xususan, chakana bank xizmatlarining bank operatsiyalari bilan uzviy bog'liqligi, ularning mijoz ehtiyojlarini qondirishdagi o'rni va bank faoliyatidagi ahamiyati asoslab berilgan.

Eng. - This article analyzes the scientific and theoretical foundations of retail banking services. The study examines the economic essence of the concepts of banking services and products, their differences and common aspects, and their interpretation based on scientific approaches. In particular, the inextricable link between retail banking services and banking operations, their role in satisfying customer needs, and their importance in banking activities are substantiated.

Kalit so'zlar: Keywords:

- ❖ *chakana bank xizmatlari, bank operatsiyalari, bank xizmati, bank mahsuloti, chakana bank mahsuloti.*
- ❖ *retail banking services, banking operations, banking service, banking product, retail banking product.*

Kirish.

Milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishi sharoitida moliya-bank tizimining roli yanada ortib bormoqda. Ayniqsa, iqtisodiy o'sishni qo'llab-quvvatlash, investitsion faollikni rag'batlantirish hamda aholi va tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy ehtiyojlarini qondirishda tijorat banklari muhim institutsional tuzilma sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu nuqtai nazardan, banklar faoliyatini takomillashtirish, ularning xizmat ko'rsatish ko'lamini kengaytirish va zamonaviy bank mahsulotlarini joriy etish masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Hozirgi sharoitda tijorat banklari o'z bizneslarini kengaytirish jarayonida nafaqat yirik korporativ mijozlar bilan ishlashga, balki chakana segmentni rivojlantirishga ham alohida e'tibor qaratmoqdalar. Bu esa, o'z navbatida, banklarning resurs bazasini diversifikatsiya qilish, barqarorligini oshirish hamda uzoq muddatli moliyaviy manbalarni shakllantirish imkonini bermoqda. Shu bilan birga, chakana bank xizmatlarini rivojlantirish orqali banklar aholi jamg'armalarini iqtisodiyotga faol jalb etish, moliyaviy inklyuziyani kengaytirish va raqamli iqtisodiyot talablariga moslashish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

So'nggi yillarda ilmiy va amaliy tadqiqotlarda "chakana bank mahsuloti" va "chakana bank xizmati" tushunchalariga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. Mazkur kategoriyalar bank faoliyatining muhim tarkibiy qismi sifatida qaralib, ularning iqtisodiy mohiyatini aniqlash, o'zaro farqlash va amaliyotda qo'llash mexanizmlarini ishlab chiqish muhim ilmiy vazifalardan biri hisoblanadi. Biroq, mavjud adabiyotlarda ushbu tushunchalarga berilgan ta'riflar turlicha bo'lib, ularning mazmun-mohiyatini yagona yondashuv asosida talqin etish masalasi hali ham dolzarbligicha qolmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.

Professor Ye.S. Stoyanovanning fikricha, bank operatsiyasi - bu mijozga xizmat ko'rsatish bo'yicha belgilangan vazifani hal qilishga qaratilgan maqsad, joy va vaqt bo'yicha muvofiqlashtirilgan harakatlar tizimidir [1].

Faoliyat jarayonida bank majburiy bo'lgan, lekin shu bilan birga har doim ham mijozga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lmagan operatsiyalarni amalga oshirganligi sababli, ba'zi mualliflar (O.I. Lavrushin, G.S. Panova va boshqalar) operatsiya mijozning tashabbusi bilan ham, bankning tashabbusi bilan ham amalga oshirilishi mumkinligini ta'kidlaydilar (masalan, majburiy zaxiralarni yaratish) [2].

Bank xizmatlarini aniqlashda bir necha sezilarli farqli yondashuvlarni ajratib ko'rsatish mumkin. Bir qator olimlar xizmatlarni bank operatsiyalarining bir turi sifatida izohlaydilar. O.I. Lavrushin, I.O. Spitsin, Ya. O.Spitsin, A.V.Romanov va boshqa iqtisodchilarning fikriga ko'ra, xizmatlar mijozlarning ehtiyojlarini qondiradigan bir yoki bir nechta bank operatsiyalardan iborat bo'ladi [3].

A. N. Ivanovning fikricha, xizmatlar bu operatsiyaning o'zi emas, balki uni amalga oshirish bilan birga keladigan harakatlarni ham o'z ichiga qamrab oladi [4]. Fikrimizcha, bu yondashuv "xizmat" atamasi bilan emas, balki

xizmatlar ko'rsatish faoliyati bilan ko'proq mos keladi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur tadqiqotda chakana bank xizmatlarini ko'rsatishning ilmiy-nazariy asoslarini o'rganish va ularning amaliy ahamiyatini baholashda kompleks yondashuvdan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida, avvalo, mantiqiy tahlil va sintez usullaridan foydalanilib, chakana bank xizmatlari tushunchasining mazmun-mohiyati, uning tarkibiy elementlari hamda bank operatsiyalari bilan o'zaro bog'liqligi o'rganildi. Ilmiy abstraksiya usuli orqali bank xizmatlari va mahsulotlari tushunchalarining nazariy jihatlarini umumlashtirildi va xulosalar shakllantirildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Bank xizmatlari - bu mijozning ehtiyojlarini qondirishga, iste'molchilarga ma'lum foyda keltirishga qaratilgan va moliyaviy aktivlarning harakati yoki moliyaviy ma'lumotlarni taqdim etish bilan bog'liq bo'lgan bank operatsiyalari majmui natijasidir [5]. Boshqacha qilib aytganda: bank xizmati mijoz tomonidan bildirilgan ehtiyojni qondirishdan iborat bo'lgan bank operatsiyasining foydali samarasidir.

Bank xizmatlarini talqin qilishning barcha yondashuvlarida olimlar amalga oshirilgan harakatlar yoki ularning natijalarida mijozga alohida e'tibor qaratilishi kabi muhim jihatni ta'kidlaydilar. Bank xizmatlari kategoriyasi faqat bankning mijoz bilan munosabatlarida amalga oshadi. Bank xizmatlari mijozlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Bank operatsiyalari esa mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida bajariladigan harakatlar majmui hisoblanadi. Bank xizmatlari bozorga moliyaviy mahsulot shaklida chiqariladi. Mijozlar o'zlarining moliyaviy ehtiyojlarini qondirish uchun ushbu mahsulotlardan foydalanadilar.

Bank faoliyatiga oid adabiyotlarda “xizmat” va “mahsulot” toifalari o’rtasidagi munosabatlar ham munozarali hisoblanadi.

Olimlarning birinchi guruhi mahsulotga jismoniy xususiyatlarni beradi: xususan, xizmat ko’rsatishning moddiy jihatdan rasmiylashtirilgan qismi bo’lib, u o’ziga xos xususiyatni ifodalab bankning mijoz bilan o’zaro munosabatlarini moliyaviy, huquqiy va tashkiliy chora-tadbirlar orqali tartibga soladi. Bunda bank mahsuloti (bank kartasi, omonat kitobi) shaklini oladi.

Mahsulot xizmatning bir qismi degan pozitsiyani saqlab qolgan holda, boshqa mualliflar o’ziga xos xususiyatlarga (narx, muddat, miqdor, sifat) ega bo’lgan xizmat ko’rsatish shakli sifatida mahsulotning umumiy ta’rifini berib, moddiy shaklga alohida e’tibor bermaydilar. Masalan, depozit xizmati muddati, miqdori, foiz stavkasi va boshqalar bilan tavsiflangan taklif etilayotgan omonatlarning mavjudligini nazarda tutadi.

A.M. Tavasiev va E.S. Stoyanovlar bank mahsulotini texnologiya sifatida belgilaydilar. Bank mahsuloti - bu bank xodimlarining xizmat ko’rsatilayotgan mijoz bilan o’zaro munosabatlari qoidalarini, mijozga xizmat ko’rsatishning yagona to’liq texnologiyasini tashkil etuvchi o’zaro bog’liq harakatlar va tartiblar majmuidir [6].

Bizning fikrimizcha, yuqoridagi nuqtai nazardan, bank mahsulotining ta’rifi o’ziga xos iste’mol xususiyatlariga va uni taqdim etish texnologiyasiga ega bo’lgan xizmat ko’rsatish shakllari to’plami sifatida ifodalanishi mumkin. Xizmatni taqdim etish texnologiyasi ishlab chiqilgan va bozorda sotish uchun o’ziga xos iste’mol xususiyatlari bilan ta’minlangan xizmat bank mahsulotiga aylanadi.

“Bank operatsiyasi”, “bank xizmati” va “bank mahsuloti” toifalari o’rtasidagi tizimli bog’liqlik mavjudligini alohida qayd etish lozim. Mavjud ehtiyojlardan kelib chiqqan holda, kredit tashkilotlari mijozlarga bozorda mavjud bo’lgan bank mahsulotlarida

ifodalangan bank xizmatlarini taklif qilishadi. Mahsulotni sotish va xizmat ko’rsatish jarayonida bank xodimlari bank operatsiyalarini amalga oshiradilar.

“Bank operatsiyasi”, “bank xizmati” va “bank mahsuloti” tushunchalarining xususiyatlari va o’zaro munosabatlarini aniqlagan holda bank faoliyatining chakana turdagi yo’nalishini aniqlash maqsadga muvofiq. Buning uchun chakana savdoning xususiyatlarini aniqlash va bank faoliyatining asosiy toifalaridan qaysi biri ushbu xususiyatlarga bog’liqligini izohlash lozim.

Operatsiya asosan bank xizmatlarini ko’rsatish bilan bog’liq holda bank xodimlarining harakatlari ketma-ketligi bo’lganligi sababli, biznes sohalarini aniqlash uchun ushbu tushunchaga atroflicha to’htalishni maqsadga muvofiq deb topmadik. Chakana bank faoliyatini izohlashda “bank xizmati” va “bank mahsuloti” tushunchalariga kengroq to’htalish, ularning asosiy xususiyatlarini izohlash maqsadga muvofiq. Chunki ushbu tushunchalar orqali bank faoliyatining chakana yo’nalishini to’liq izohlash imkoni mavjud. Bu jarayonda bank xizmatlari va mahsulotlarini ularga xos bo’lgan belgilarga muvofiq ravishda tasniflash va bu holatda zamonaviy universal bank xizmatlari va mahsulotlariga e’tibor qaratish lozim.

Tasniflash jarayonida bank xizmatlari va mahsulotlarini aniq ajratish ilmiy jihatdan muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki ushbu ikki tushuncha ko’pincha bir-biriga yaqin qo’llanilsada, ularning iqtisodiy mazmuni, funksional vazifasi va iste’molchilarga ta’siri turlicha namoyon bo’ladi. Shu bois iqtisodiy adabiyotlarda eng ko’p uchraydigan va ilmiy asoslangan yondashuvlarni keltirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Avvalo, bank mahsuloti — bu bank tomonidan yaratiladigan va mijozlarga taklif etiladigan aniq moliyaviy vosita yoki instrument bo’lib, u ma’lum shartlar, narx va risk darajasiga ega bo’ladi.

1-jadval

Bank xizmatlarining tasnifi

Tasniflash mezonlari	Tasniflashning mumkin bo'lgan variantlari
Mijozning huquqiy maqomi	Jismoniy shaxs Yuridik shaxs
Iqtisodiy mazmuni	Jamg'arma Kassa Hisob-kitob Kredit Investitsiya Fond Kafolat Axborot-maslahat Qimmatbaho buyumlarni saqlash va tashish xizmatlari
Taqdim etishning murakkabligi	Tashqi yordamisiz amalga oshirilishi mumkin bo'lgan xizmatlar. Maxsus tayyorgarlik darajasini talab qilmaydigan xizmatlar. Texnik bilimlarni talab qiladigan xizmatlar. Murakkab xizmatlar
Munosabatlarning davomiyligi	Bir martalik. Uzoq muddatli.
Shaxsiy yondoshuv	Shaxsiy. Universal.
Yangilik darajasi	An'anaviy. Yangilangan. Innovatsion.

Amalda bank xizmatlarining butun xilma-xilligi mahsulotga aylanadi. “Mahsulot” tushunchasining xizmatlardan farqli jihatlari

mahsulotni tasniflashning boshqa mezonlari mavjudligini ifodalaydi.

2-jadval

Bank mahsulotlarining tasnifi

Tasniflash mezonlari	Tasniflashning mumkin bo'lgan variantlari
Ehtiyojlarning asosiy xususiyati	Shaxsiy. Tijorat maqsadi. Mijozlarning turli guruhlari ehtiyojlarini bir vaqtning o'zida qondirish
Xususiyatlar to'plami	Standart. Noyob.
Xizmat ko'rsatish tizimining turi	Individual yondashuv. Ommaviy xizmat.
Axborot texnologiyalaridan foydalanish darajasi	ITdan foydalaniladi. ITdan foydalanmasdan.
Protssessing texnologiyasini qo'llanilishi	Protssessing texnologiyasini qo'llash asosida. Protssessing texnologiyasini qo'llamasdan.
Sotish/yetkazib berish kanallarining turi	Faqat an'anaviy kanallar orqali taqdim etiladi. Faqat masofaviy xizmat orqali taqdim qilinadi. Bir vaqtning o'zida turli xil kanallar tomonidan taqdim qilinadi va qo'llab-quvvatlanadi.
Sotish/yetkazib berish tarmog'ining turi	Tarmoqlangan, ko'p tarmoqlilik tamoyiliga asoslangan. Iste'molchiga yaqinlikka yo'naltirilmagan filiallar tarmog'i. “Mobil ofis”.
To'lov	To'lovli. To'lovsiz.

Har bir bank xizmati va mahsuloti bir vaqtning o'zida keltirilgan mezonlarning har biri bo'yicha tasniflanishi mumkin.

Chakana xizmatlarni tasniflash bo'yicha eng keng tarqalgan ko'rinish bank mijozlarining huquqiy munosabatlar subyekti bo'yicha jismoniy va yuridik shaxslarga bo'linishiga asoslanadi. Chakana xizmatlar bank tomonidan jismoniy shaxslarga taqdim etiladigan xizmatlardir. Sotuvchi uchun mijoz ma'lum ehtiyojlarning mavjudligi bilan tavsiflanadi. Ushbu yondashuvning asosi bank xizmatlarining jismoniy shaxslarning shaxsiy ehtiyojlarini qondirishga qaratilganligidir. Chakana savdoni asosiy mezon sifatida aniqlashda mualliflarning keng doirasi ushbu mezonga amal qiladi.

Yuridik shaxslarga xizmat ko'rsatishda, agar xizmatlarning yakuniy iste'molchilari jismoniy shaxslar bo'lsa, chakanaga kiradi. Yuridik shaxslarga taklif etilayotgan ayrim bank xizmatlari jismoniy shaxslarning ehtiyojlarini qondirish imkonini bergandagina bank uchun daromad olish vositasiga aylanishi mumkin. Shu bilan birga, xususiy mijozlar bank mijoziga aylanmasligi ham mumkin. Ushbu nuqtai nazar amalda chakana biznes bilan bog'liq bo'lgan xizmatlarning keng doirasini chakana xizmatlar toifasiga kiritishni asoslaydi. Bunga bank tomonidan jismoniy shaxslardan xizmat ko'rsatuvchi provayderlar foydasiga to'lovlarni qabul qilish xizmati yaqqol misoldir.

Boshqa bir guruh mualliflar chakana xizmatlarni belgilashda ularning ommaviylikini ta'kidlaydilar. Ushbu mezondan kelib chiqqan holda, jismoniy shaxslarga va yakka tartibdagi tadbirkorlarga ommaviylik asosida ko'rsatiladigan bank xizmatlari chakana bank biznesidir. Mahsulotlarni farqlash uchun xizmat ko'rsatish tizimining P3 mezoni ishlatiladi.

Fikrimizcha, ommaviy xarakter mezoni chakana xizmatlarning eng muhim xususiyati bo'lgan ularning ehtimollik xususiyatini ifodalaydi. Jismoniy shaxslarning faol targ'ib

qilinadigan xizmatga bo'lgan talabi ushbu xizmatni tanlashi ehtimoli bilan tavsiflanadi.

Jismoniy shaxslarning o'ziga xos ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda, talab asosan hissiy mezonlar bilan belgilanadi. Bu holat avval sotib olingan xizmat uchun ham amal qiladi. Jismoniy shaxs o'z turmush tarziga va tasodifiy tashqi omillarga muvofiq ravishda xizmatlardan davriy bo'lmagan holda foydalanadi. Banklar tomonidan tashqi muhitning iste'molchilarga ta'sirini inobatga olinishi xizmatlar ko'rsatish nuqtasini mijozlarga qulay joyga yaqinlashtirish va xizmat ko'rsatish vaqtini qisqartirish orqali namoyon bo'ladi. Bu xizmatlardan masofaviy va uzluksiz ravishda foydalanishni ta'minlash, xizmat ko'rsatish nuqtalarini jismoniy shaxslar uchun eng qulay va ko'p foydalaniladigan joylarga (savdo markazlari, avtosalonlar, ko'chmas mulk agentliklari, maishiy texnika do'konlari va boshqalar) yaqinlashtirish zarurligini ifodalaydi.

Ko'plab ilmiy tadqiqotlarda chakana bank xizmatlarini belgilashda ommaviy xarakterli mezonni aniqlash muhim ahamiyatga egaligi qayd etiladi. Shu bilan birga, ushbu yondashuv doirasida qondirilayotgan ehtiyojning xususiyatlariga ham e'tibor qaratiladi.

Jumladan, V.V. Nikonorovning fikriga ko'ra, chakana bank mahsuloti bank ma'lumotlarini qayta ishlash jarayonlari va bank operatsiyalarini amalga oshirishning yagona texnologiyasidan foydalangan holda taqdim etiladi [7].

Jismoniy shaxslar uchun zamonaviy bank mahsulotlarining asosiy qismi protsessing texnologiyasi (bank kartalariga xizmat ko'rsatish) asosida taqdim etiladi. Avvalo, bunday texnologiyalarning paydo bo'lishi xususiy mijozlarning harakatchanligi bilan belgilandi. Protsessing texnologiyalari shu qadar miqyos va universallikka erishdiki, ular asosida banklar yuridik shaxslarga xizmatlarni taklif qiladilar. Bank mahsulotlarini taqdim etish asosan banklarning chakana bo'linmalari tomonidan amalga oshiriladi. Ushbu

mahsulotlar guruhini chakana xizmatlarga kiritish uchun protsessing texnologiyasidan foydalanish mezonini hisobga olish kerak.

Zamonaviy bozorda raqobatbardoshlikning eng muhim omili sifatida masofaviy ravishda taqdim etiladigan yuqori texnologiyali mahsulotlarning mavjudligini belgilaydi. Ilmiy adabiyotlarda qo'llaniladigan chakana xizmatlar va mahsulotlar ta'riflarini tahlil qilish shuni ko'rsatdiki, ularning ba'zilarida tadqiqot ob'ekti aniq belgilab o'rganilmagan, shuningdek, bank xizmatlari va mahsulotlarini chakana savdo sifatida tasniflash mezonlari belgilanmagan.

Chakana savdoning o'ziga xos xususiyatlari oltita tasniflash mezonlari bilan ajralib turadi, ulardan beshtasi mahsulot taqsimotiga va faqat bittasi xizmatlarga tegishli. Shuning uchun chakana bank faoliyatini aniqlash uchun "mahsulot" toifasidan foydalanish maqsadga muvofiq. Bu bank amaliyoti va nazariyasida uni chakana savdo sifatida belgilaydigan xususiyatlarga ega bo'lgan mahsulotdir. Ya'ni, chakana bank xizmatlari bozorda muayyan mahsulot takliflarida bank xizmatlarining namoyon bo'lish shaklidir.

Chakana bank xizmatlariga oid tadqiqotlarni o'rganish asosida ta'kidlash mumkinki, chakana bank mahsuloti – ommaviy tarqatish va xizmat ko'rsatish uchun taklif etilayotgan, yagona xususiyatga ega bo'lgan, zamonaviy axborot texnologiyalari bilan chuqur integratsiyalashgan yagona texnologiya asosida yaratilgan, masofaviy kanallar orqali keng tarmoq orqali taqdim etiladigan bank mahsulotlari hisoblanadi.

Chakana bank mahsulotlari tarkibiga quyidagi xususiyatlarga ega bo'lgan mahsulotlarni kiritish mumkin:

doimiy ravishda targ'ib qilinadigan va mijozlarning ehtiyojlarini qondiradigan standart xususiyatlar to'plamiga ega mahsulotlar. Bu kabi mahsulotlar keng ko'lami savdo/xizmat ko'rsatish tarmog'i orqali

ma'lum darajada masofadan taqdim etiladi. Ushbu mahsulotlar guruhi jismoniy shaxslarga xizmat ko'rsatish bo'yicha kreditlar, depozitlar, hisob-kitoblar va boshqalar kabi an'anaviy takliflarni o'z ichiga oladi.

mijozlarga masofaviy ravishda taqdim etiladigan, ham shaxsiy, ham tijorat ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan standart xususiyatlarni o'zida ifodalovchi mahsulotlar.

tijorat ehtiyojlariga javob beradigan, standart xarakteristikalar to'plamiga ega, doimiy ravishda sotiladigan va qo'llab-quvvatlanadigan, qayta ishlash texnologiyasi asosida qurilgan, standart va masofaviy kanallar orqali xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega mahsulotlar.

Banklar tizimli ravishda chakana savdoga keng assortimentdagi mahsulotlarni, ya'ni jismoniy shaxslarning bank xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishga mo'ljallangan, masofaviy ravishda foydalanish imkoniga ega bo'lgan mahsulotlarni taqdim etmoqda.

Xulosa va takliflar.

Olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, chakana bank xizmatlari zamonaviy bank tizimining muhim va ajralmas tarkibiy qismi hisoblanadi. Ular nafaqat tijorat banklarining daromad bazasini kengaytiradi, balki aholi va kichik biznes subyektlarining moliyaviy xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini samarali qondirishga xizmat qiladi. Shu bois, chakana segmentni rivojlantirish banklar faoliyatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, "chakana bank xizmati" va "chakana bank mahsuloti" tushunchalari o'zaro bog'liq bo'lsa-da, ularning mazmun-mohiyatida muayyan farqlar mavjud. Xususan, bank mahsuloti ko'proq yakuniy natija sifatida qaralsa, bank xizmati ushbu mahsulotni yaratish va mijozga yetkazib berish jarayonini ham o'z ichiga oladi. Shu jihatdan, ushbu kategoriyalarni kompleks yondashuv asosida o'rganish ularning iqtisodiy mohiyatini to'liq anglash imkonini beradi.

Shuningdek, chakana bank xizmatlarini rivojlantirishda raqamli texnologiyalarning o'rnini tobora ortib borayotgani aniqlandi. Masofaviy bank xizmatlari, mobil ilovalar va onlayn platformalar orqali xizmat ko'rsatish banklar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda hamda mijozlarga qulaylik va tezkorlikni ta'minlamoqda. Bu esa, o'z navbatida, banklar o'rtasidagi raqobatni kuchaytirib, xizmatlar sifatini oshirishga turtki bo'lmoqda.

Tadqiqot davomida aniqlanishicha, chakana bank xizmatlarini samarali tashkil etish uchun banklar o'z resurs bazasini mustahkamlashi, xizmatlar turini diversifikatsiya qilishi hamda mijozlarga

yo'naltirilgan strategiyalarni faol qo'llashi zarur. Ayniqsa, moliyaviy inklyuziyani kengaytirish, aholining kam ta'minlangan qatlamlarini bank xizmatlariga jalb etish muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

Umuman olganda, chakana bank xizmatlarini rivojlantirish bank tizimining barqarorligini ta'minlash, iqtisodiyotga qo'shimcha moliyaviy resurslarni jalb etish va aholining moliyaviy farovonligini oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi. Shu bois, mazkur yo'nalishda ilmiy izlanishlarni davom ettirish va amaliy mexanizmlarni takomillashtirish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. *Финансовый менеджмент. Теория и практика: учебник / под ред. Е. С. Стояновой. М.: Перспектива, 2003.*
2. *Деньги, кредит, банки: учебник / под ред. О. И. Лаврушина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2000.*
3. *Лаврушин О. И., Спицин И. О., Спицин Я. О. Банковское дело: учебник. – М.: КНОРУС, 2016. – 800 с.*
4. *Иванов А. Н. Банковские услуги: теория и практика. – СПб.: Питер, 2017. – 256 с.*
5. *Осиповская А. В. Розничные банковские услуги и их развитие в России: дис. ...канд. экон. наук. Казань, 2005.*
6. *Банковское дело: базовые операции для клиентов: учеб. пособие / под ред. А. М. Тавасиева. М.: Финансы и статистика, 2005.*
7. *Никоноров В. В. Развитие розничных услуг коммерческих банков как основа повышения их конкурентоспособности: дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2008.*