

TIJORAT BANKLARIDA MAHSULOT VA XIZMATLAR NARX SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI: “HAMKORBANK” ATB TAJRIBASI ASOSIDA

To‘xtayev Murodjon Qosim o‘g‘li

O‘zbekiston Respublikasi

Bank-moliya akademiyasi magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20771943>

Tijorat banklarida mahsulot va xizmatlar narxini to‘g‘ri shakllantirish bankning moliyaviy barqarorligi, mijozlar ishonchi va raqobatbardoshligini ta‘minlovchi muhim omillardan biridir. Bank mahsulotlari bahosi faqat foiz stavkasi yoki komissiya miqdoridan iborat emas, balki u resurs qiymati, risk darajasi, xizmat ko‘rsatish xarajatlari, bozor raqobati, mijoz segmenti va raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi bilan bevosita bog‘liqdir. Shu sababli tijorat banklari narx siyosatini ishlab chiqishda faqat qisqa muddatli foydani emas, balki uzoq muddatli mijoz sodiqligi va barqaror daromad manbalarini ham hisobga olishi zarur.

“Hamkorbank” ATB misolida olib borilgan tahlil shuni ko‘rsatadiki, bank 2023–2024-yillarda asosiy moliyaviy ko‘rsatkichlar bo‘yicha barqaror o‘shishga erishgan. 2024-yilda kredit portfeli 19 264 mlrd so‘mga, depozit portfeli 11 420 mlrd so‘mga, umumiy kapital 5 541 mlrd so‘mga, sof foyda esa 1 505 mlrd so‘mga yetgan. Sof foyda 2023-yilga nisbatan 23,9 foizga oshgan, ROAA esa 6,0 foizni tashkil etgan. Bu ko‘rsatkichlar bankning kreditlash, depozit jalb qilish va daromad shakllantirish siyosati nisbatan samarali olib borilayotganini ko‘rsatadi.

1-jadval

“Hamkorbank” ATBning 2023–2025-yillardagi asosiy moliyaviy ko‘rsatkichlari

№	Ko‘rsatkichlar	2023, mlrd so‘m	2024, mlrd so‘m	2025 prognoz, mlrd so‘m	O‘zgarish 2024/2023
1	Kredit portfeli	15 930	19 264	23 291	+20,9%
2	Depozit portfeli	7 662	11 420	17 028	+49,1%
3	Umumiy kapital	4 056	5 541	7 569	+36,6%
4	Foizli daromadlar	3 257	4 517	6 265	+38,7%
5	Foizsiz daromadlar	1 028	1 531	2 281	+49,0%
6	Sof foyda	1 214	1 505	1 865	+23,9%
7	ROAA	6,4%	6,0%	5,6%	-0,4 p.p.

Manba: Hamkorbank ATBning 2024-yil yakunlari bo‘yicha moliyaviy hisobotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

2023–2024-yillar ko‘rsatkichlari Hamkorbankning rasmiy moliyaviy hisobotlari ma‘lumotlari asosida keltirilgan. 2025-yil ko‘rsatkichlari esa 2023–2024-yillardagi o‘shish sur‘atlari asosida prognoz usulida hisoblab chiqilgan. ROAA (Return on Average Assets) ko‘rsatkichi bank aktivlarining rentabelligini ifodalaydi va prognoz qiymati avvalgi yillardagi dinamikaga tayangan holda shakllantirilgan.

Jadvaldan ko‘rinadiki, “Hamkorbank”da depozit portfelining o‘shish sur‘ati kredit portfeliga nisbatan yuqoriroq bo‘lgan. Bu holat bankning resurs bazasi kengayayotganini, mijozlarning bankka bo‘lgan ishonchi ortayotganini bildiradi. Depozit bazasining mustahkamlanishi bankka kredit mahsulotlari bo‘yicha narxlarni yanada moslashuvchan

shakllantirish imkonini beradi. Chunki bank arzonroq va barqaror resurslarga ega bo'lsa, kredit stavkalarini bozordagi raqobatga mos ravishda belgilashi mumkin. Shu bilan birga, foizli daromadlarning 38,7 foizga, foizsiz daromadlarning esa 49,0 foizga oshgani bank xizmatlari tarkibida komissiya, to'lov, plastik karta, pul o'tkazmalari va raqamli xizmatlarning ahamiyati ortib borayotganini ko'rsatadi.

Bank mahsulotlari bahosini shakllantirishda birinchi navbatda resurs qiymati hisobga olinadi. Kredit berish uchun bank depozitlar, banklararo kreditlar, xalqaro moliya institutlari mablag'lari va o'z kapitalidan foydalanadi. Agar jalb qilingan resurslar qimmat bo'lsa, bank kreditlar bo'yicha yuqori stavka belgilashga majbur bo'ladi. Markaziy bank ma'lumotlarida milliy valyutadagi kredit va depozitlar bo'yicha o'rtacha stavkalar muntazam e'lon qilinadi, bu esa tijorat banklari uchun narx siyosatini shakllantirishda muhim mezon hisoblanadi.

Ikkinchi muhim omil — risk darajasidir. Har bir mijozning moliyaviy holati, daromad manbai, kredit tarixi, garov ta'minoti va faoliyat sohasi turlicha bo'ladi. Shu sababli barcha mijozlarga bir xil kredit stavkasini qo'llash amaliyoti har doim ham samarali emas. Past riskli mijozlarga nisbatan pastroq stavka, yuqori riskli mijozlarga esa riskni qoplaydigan yuqoriroq stavka belgilanishi maqsadga muvofiq. Bunday yondashuv bank uchun ham, mijoz uchun ham adolatli hisoblanadi. Ilmiy tadqiqotlarda ham narx, xizmat sifati va mijoz ehtiyojlarini to'g'ri anglash bank mijozlarining qoniqishi va sodiqligiga bevosita ta'sir qilishi ko'rsatilgan (Belas & Gabčová, 2016).

Uchinchi omil — xizmat ko'rsatish xarajatlaridir. An'anaviy filial orqali xizmat ko'rsatish ko'proq xarajat talab qiladi, chunki bunda bino, xodimlar, texnika, hujjat aylanishi va operatsion jarayonlar bilan bog'liq xarajatlar mavjud. Raqamli bank xizmatlari esa uzoq muddatda bank xarajatlarini kamaytiradi. Mobil ilova, internet-banking, onlayn kredit, masofaviy to'lovlar va elektron hujjat aylanishi orqali bank bir vaqtning o'zida ko'proq mijozlarga xizmat ko'rsatishi mumkin. Tadqiqotlarda mobil bankingda xizmat sifati va narx mijoz sodiqligiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlangan (Usman et al., 2024).

To'rtinchi omil — mijoz segmentatsiyasidir. Yirik korporativ mijoz, kichik biznes subyekti, yakka tartibdagi tadbirkor va jismoniy shaxsning bank mahsulotlariga ehtiyoji bir xil emas. Shuning uchun bank tariflari ham segmentlar kesimida farqlanishi kerak. Masalan, yirik mijozlarga kompleks xizmat paketi, kichik biznesga arzon hisob-kitob va kredit liniyalari, jismoniy shaxslarga esa qulay mobil xizmatlar, kartalar va mikroqarz mahsulotlari taklif etilishi mumkin. Mijozlarni sodiqlik va bankni almashtirish ehtimoli bo'yicha segmentlash banklarga mijozni ushlab qolish strategiyalarini aniqroq ishlab chiqishga yordam beradi

“Hamkorbank” uchun mahsulot va xizmatlar bahosini takomillashtirishda riskka asoslangan narxlash, raqamli xizmatlar uchun arzonlashtirilgan tariflar, mijoz sodiqligiga asoslangan bonus tizimi va shaffof komissiya siyosati muhim ahamiyatga ega. Xususan, kredit mahsulotlari bo'yicha mijozning kredit tarixi va to'lov intizomiga qarab individual foiz stavkalarini belgilash bank risklarini kamaytiradi. Depozit mahsulotlari bo'yicha esa muddat, summa va mijoz faolligiga qarab differensial foiz stavkalari taklif etilishi mumkin. Bu bankka barqaror resurs bazasini shakllantirishga yordam beradi.

Bank xizmatlari narxini haddan tashqari oshirish qisqa muddatda daromad keltirishi mumkin, ammo uzoq muddatda mijozlarning boshqa banklarga o'tish xavfini kuchaytiradi. Tadqiqotlarda yuqori narxlar bank mijozlarining noroziligiga sabab bo'lishi, elektron banking imkoniyatlari esa qoniqishni oshirishi qayd etilgan. Shu sababli “Hamkorbank” narx siyosatini

shakllantirishda faqat bank foydasini emas, balki mijoz uchun yaratilayotgan qiymatni ham hisobga olishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, “Hamkorbank” ATBda bank mahsulotlari va xizmatlari bahosini shakllantirish amaliyotini takomillashtirish uchun resurs qiymati, risk darajasi, mijoz segmenti, xizmat ko’rsatish xarajatlari va raqamli texnologiyalar o’zaro uyg’un holda hisobga olinishi kerak. Bankning 2023–2024-yillardagi moliyaviy natijalari ijobiy o’sishni ko’rsatmoqda, 2025-yil prognozlarida esa ushbu tendensiya davom etishi mumkinligini bildiradi. Eng muhim yo’nalishlar sifatida riskka asoslangan foiz siyosatini kuchaytirish, raqamli xizmatlar ulushini oshirish, tariflarni soddalashtirish, mijozlarga mos paket xizmatlarini joriy etish va komissiyalar shaffofligini ta’minlash tavsiya etiladi. Bunday yondashuv “Hamkorbank”ning raqobatbardoshligini oshiradi, mijozlar sodiqligini mustahkamlaydi va bankning uzoq muddatli moliyaviy barqarorligini ta’minlaydi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Hamkorbank. (2025). *2024-yil uchun moliyaviy natijalar*. Andijon: Hamkorbank ATB.
2. JSCB Hamkorbank. (2025). *Consolidated Financial Statements and Independent Auditor’s Report for the Year Ended 31 December 2024*. Andijon: Hamkorbank.
3. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. (2026). *Milliy valyutadagi bank depozitlari va kreditlari bo‘yicha foiz stavkalari statistikasi*. Toshkent: O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki.
4. FMO. (2024). *Joint Stock Commercial Bank “Hamkorbank” with Participation of Foreign Capital*. The Hague: Entrepreneurial Development Bank.
5. Isiaho, J. (2021). *Product Diversification and Its Effects on Bank Spread: The Case of Commercial Banks in Kenya*.
6. Mukasekuru, Y. S. (2022). *Lending Rate Practices and Financial Performance of Commercial Banks in Rwanda*.
7. Ocharo, R. K., & Sangoro, O. (2023). *Relationship Between Interest Rate Capping and Financial Performance of Commercial Banks in Kenya*.
8. Chocholáková, A., Gabčová, L., Belas, J., & Sipko, J. (2015). *Bank Customers’ Satisfaction, Customers’ Loyalty and Additional Purchases of Banking Products and Services: A Case Study from the Czech Republic*.