

BANK MARKETINGIDA NARX SIYOSATINING O‘RNI VA AHAMIYATI

Toshkent kimyo texnologiya instituti
Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti
kafedrası assissentı Rasulkulova Arofat
Toshkent kimyo texnologiya instituti
Sanoat muhandisligi va menejmenti
fakulteti, 4-kurs talabasi
Avlayev Jonibek Absalom o‘g‘li

Annotatsiya. Mazkur maqolada bank marketing tizimida narx siyosatining tutgan o‘rni, uning shakllanish mexanizmlari hamda raqobat muhitida samarali narx strategiyalarini ishlab chiqish masalalari yoritilgan. Bank xizmatlari bozorıda foiz stavkalari, komissiya to‘lovlari va tarif siyosatining marketing vositasi sifatidagi ahamiyati tahlil qilinadi. Shuningdek, banklarning narx siyosatini belgilashda bozor kon’yunkturasi, mijozlar xulq-atvori va davlat tomonidan tartibga solish omillarining ta’siri ilmiy-nazariy jihatdan asoslab berilgan. Maqolada bank marketingida narx siyosatini optimallashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatlari xulosalar asosida yoritilgan.

Kalit so‘zlar: bank marketingi, narx siyosati, foiz stavkalari, bank xizmatlari, tarif siyosati, raqobat, moliyaviy bozor.

Annotation. This article examines the role of pricing policy in the bank marketing system, the mechanisms of its formation, and the development of effective pricing strategies in a competitive environment. The significance of interest rates, commission fees, and tariff policies as marketing tools in the banking services market is analyzed. In addition, the impact of market conditions, customer behavior, and state regulation on banking pricing policy is substantiated from a theoretical and analytical perspective.

The article concludes by highlighting ways to enhance competitiveness through the optimization of pricing policy in bank marketing.

Keywords: bank marketing, pricing policy, interest rates, banking services, tariff policy, competition, financial market.

Kirish. Hozirgi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida bank tizimi faoliyatida marketing yondashuvlarining ahamiyati tobora ortib bormoqda. Ayniqsa, banklar o'rtasidagi raqobat kuchaygan sharoitda marketingning muhim tarkibiy qismi hisoblangan narx siyosatini to'g'ri shakllantirish bankning bozor mavqeini mustahkamlashda hal qiluvchi omillardan biri bo'lib xizmat qiladi. Bank mahsulotlari va xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari narxni belgilash jarayoniga an'anaviy tovar bozorlariga nisbatan murakkabroq yondashuvni talab etadi¹.

Bank marketingida narx siyosati nafaqat daromad manbai, balki mijozlarni jalb qilish, ularni saqlab qolish va uzoq muddatli hamkorlikni yo'lga qo'yish vositasi sifatida namoyon bo'ladi. Foiz stavkalari, komissiya va tariflar orqali banklar o'z xizmatlarini bozorda joylashtiradi, maqsadli auditoriyani aniqlaydi hamda raqobatchilardan farqlanishga intiladi. Shu bois narx siyosatini ilmiy asosda ishlab chiqish bank marketing strategiyasining ajralmas qismi hisoblanadi.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi bank marketingida narx siyosatining mohiyatini ochib berish, uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillarni tahlil qilish hamda bank faoliyatida samarali narx strategiyalarini qo'llashning nazariy va amaliy jihatlarini yoritishdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun bank xizmatlari bozorida narx mexanizmlarining xususiyatlari, raqobat muhiti va davlat tartibga solishining o'rni o'rganildi².

Bank marketingida narx siyosatining mohiyati. Narx siyosati bank marketing kompleksining muhim elementi bo'lib, u bank xizmatlarining qiymatini belgilash va uni bozorda samarali taklif etish jarayonini qamrab oladi. Bank mahsulotlari moddiy

¹ Karimov A.A. Bank marketingi va xizmatlar bozori. — Toshkent: Moliya, 2020.

² Niyozmetov E.X. Moliyaviy xizmatlar marketingi. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.

shaklga ega bo'lmagani sababli, ularning narxi ko'pincha foiz stavkalari, xizmat haqlari va turli komissiya to'lovlari orqali ifodalanadi. Shu jihatdan bank marketingida narx siyosati mijozlar uchun bank xizmatlarining iqtisodiy jozibadorligini belgilovchi asosiy ko'rsatkichlardan biri hisoblanadi³.

Narx siyosatining to'g'ri tanlanishi bankning rentabelligi va moliyaviy barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Haddan tashqari yuqori narxlar mijozlarning bankdan voz kechishiga olib kelishi mumkin bo'lsa, juda past narxlar bank daromadlarining kamayishiga sabab bo'ladi. Shu sababli banklar narx siyosatini ishlab chiqishda xarajatlar darajasi, bozor talabi va raqobatchilar takliflarini kompleks ravishda hisobga olishi zarur.

Bank xizmatlarida narxni shakllantirish xususiyatlari. Bank marketingida narxni shakllantirish jarayoni boshqa sohalarga nisbatan o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bank xizmatlari nomoddiy xarakterga ega bo'lgani sababli, ularning qiymati ko'pincha mijoz tomonidan to'g'ridan-to'g'ri emas, balki bilvosita tarzda baholanadi. Shu bois banklar narx siyosatini ishlab chiqishda nafaqat moliyaviy ko'rsatkichlarga, balki psixologik va xulq-atvor omillariga ham alohida e'tibor qaratadi.

Bank xizmatlarida narx asosan foiz stavkalari va komissiya to'lovlari orqali ifodalanadi. Kreditlar bo'yicha foiz stavkalari bank uchun asosiy daromad manbai bo'lsa, depozitlar bo'yicha foiz stavkalari mijozlarni jalb etishning muhim vositasi hisoblanadi. Shu bilan birga, to'lov-kassa operatsiyalari, plastik kartalar, masofaviy bank xizmatlari uchun belgilangan tariflar ham bank narx siyosatining muhim tarkibiy qismi sanaladi.

Narxni shakllantirishda banklar bir qator ichki va tashqi omillarni hisobga oladi. Ichki omillarga bankning xarajatlar tuzilmasi, moliyaviy resurslari, risklarni boshqarish siyosati va strategik maqsadlari kiradi. Tashqi omillar esa bozor kon'yunkturasi, raqobat darajasi, inflyatsiya, Markaziy bankning pul-kredit siyosati

³ Abdullayev B.B. Bank menejmenti va marketingi. — Toshkent: Fan, 2019.

hamda mijozlarning to'lov qobiliyatini o'z ichiga oladi. Ushbu omillarning uyg'unligi bank xizmatlari narxining optimal darajada belgilanishini ta'minlaydi.

Bank marketingida narx siyosati ko'pincha moslashuvchan bo'lishi talab etiladi. Bozor sharoitlarining tez o'zgarishi, raqamli texnologiyalarning joriy etilishi va yangi bank mahsulotlarining paydo bo'lishi banklardan narx strategiyasini doimiy ravishda qayta ko'rib chiqishni talab qiladi. Masalan, onlayn bank xizmatlari uchun pastroq tariflar belgilanishi mijozlar oqimini ko'paytirish bilan birga bank operatsion xarajatlarini qisqartirish imkonini beradi.

Foiz stavkalari bank marketingida narx vositasi sifatida. Foiz stavkalari bank marketingida narx siyosatining eng muhim va ta'sirchan elementi hisoblanadi. Kredit va depozit foizlari orqali banklar nafaqat moliyaviy resurslarni boshqaradi, balki bozorda o'z mavqeini mustahkamlaydi. Kredit bo'yicha foiz stavkalarining raqobatbardosh darajada belgilanishi mijozlar uchun bank xizmatlarining jozibadorligini oshiradi⁴.

Depozit foiz stavkalari esa aholining bo'sh pul mablag'larini bank tizimiga jalb etishda muhim rol o'ynaydi. Yuqori foiz stavkalari qisqa muddatda ko'proq depozitlarni jalb qilishi mumkin, biroq uzoq muddatda bankning xarajatlarini oshirishi ehtimoli mavjud. Shu sababli banklar depozit siyosatini ishlab chiqishda marketing va moliyaviy barqarorlik o'rtasida muvozanatni saqlashga intiladi.

Foiz stavkalarini belgilashda Markaziy bankning qayta moliyalash stavkasi muhim yo'naltiruvchi omil bo'lib xizmat qiladi. Ushbu stavkaning o'zgarishi banklarning kredit va depozit narxlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Natijada bank marketingida narx siyosati davlat pul-kredit siyosati bilan chambarchas bog'liq holda shakllanadi.

Bank marketingida komissiya va tarif siyosatining ahamiyati. Bank marketingida narx siyosatining muhim tarkibiy qismlaridan biri komissiya va tarif siyosati hisoblanadi. Kredit va depozit operatsiyalaridan tashqari, banklar ko'plab xizmatlarni ko'rsatadi va ushbu xizmatlar uchun belgilangan tariflar bank daromadlarining muhim

⁴ Abdullayev B.B. Bank menejmenti va marketingi. — Toshkent: Fan, 2019.

manbai bo'lib xizmat qiladi⁵. To'lov-kassa operatsiyalari, pul o'tkazmalari, plastik kartalar, internet-banking va mobil ilovalar orqali ko'rsatiladigan xizmatlar uchun undiriladigan komissiyalar bankning narx siyosatini shakllantirishda muhim o'rin tutadi.

Komissiya to'lovlari bank marketingida xizmatlar sifatini va qulayligini baholash mezonini sifatida ham namoyon bo'ladi. Mijozlar ko'pincha bank xizmatlarini tanlashda nafaqat foiz stavkalariga, balki xizmatlar uchun undiriladigan qo'shimcha to'lovlarga ham e'tibor qaratadi. Shu sababli banklar tarif siyosatini ishlab chiqishda shaffoflik tamoyiliga amal qilishi, mijozlar uchun tushunarli va qulay narx mexanizmlarini joriy etishi zarur.

Raqamli bank xizmatlarining rivojlanishi komissiya siyosatiga yangi yondashuvlarni talab etmoqda. Ko'plab banklar masofaviy xizmatlar uchun past yoki nol komissiya stavkalarini belgilash orqali mijozlar sonini oshirishga intilmoqda. Bu holat bank marketingida narx siyosatining strategik ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi, chunki qisqa muddatli daromad kamayishi uzoq muddatda mijozlar bazasining kengayishi hisobiga qoplanadi.

Raqobat muhitida banklarning narx strategiyalari. Bank xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishi narx siyosatini strategik boshqarishni talab etadi. Banklar o'z narx strategiyalarini ishlab chiqishda raqobatchilarning takliflarini tahlil qiladi va bozor sharoitiga mos ravishda moslashuvchan yondashuvlarni qo'llaydi. Narx orqali raqobat qilish bank marketingida keng tarqalgan usullardan biri bo'lib, u ko'pincha yangi mijozlarni jalb qilishga qaratilgan bo'ladi.

Raqobat sharoitida banklar differensial narx strategiyalaridan foydalanadi. Masalan, turli segmentlar uchun turlicha foiz stavkalari va tariflar belgilanishi mumkin. Yirik korporativ mijozlar uchun qulay shartlar taklif etilishi bankning uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishiga xizmat qiladi. Aholi uchun esa ijtimoiy yo'naltirilgan bank mahsulotlari doirasida qulay va barqaror narx siyosati olib boriladi.

⁵ Kotler F. Marketing asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2018.

Shuningdek, vaqtinchalik aksiyalar va maxsus takliflar bank marketingida narx strategiyasining samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Cheklangan muddatga past foizli kreditlar yoki bepul xizmatlar taklif etilishi mijozlar faolligini oshiradi va bank brendining tan olinishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Biroq bunday strategiyalarni qo'llashda banklar moliyaviy risklarni ehtiyotkorlik bilan baholashi lozim.

Mijozlar xulq-atvorining narx siyosatiga ta'siri. Bank marketingida narx siyosatini shakllantirishda mijozlar xulq-atvorini o'rganish muhim ahamiyatga ega. Mijozlarning moliyaviy savodxonlik darajasi, daromadlari va ehtiyojlari bank xizmatlariga bo'lgan talabni belgilaydi. Shu sababli banklar marketing tadqiqotlari asosida narx siyosatini ishlab chiqishga intiladi.

Psixologik jihatdan mijozlar uchun narx nafaqat iqtisodiy ko'rsatkich, balki ishonch va barqarorlik belgisi sifatida ham qabul qilinadi. Haddan tashqari past narxlar ba'zi hollarda bank xizmatlari sifati haqida salbiy tasavvur uyg'otishi mumkin. Shu bois bank marketingida narx siyosati mijozlar ishonchini mustahkamlashga xizmat qilishi zarur.

Bank marketingida davlat tomonidan tartibga solish va narx siyosati. Bank marketingida narx siyosatini shakllantirish jarayoni faqat bozor mexanizmlari bilan cheklanib qolmaydi, balki davlat tomonidan amalga oshiriladigan tartibga solish choralari bilan ham chambarchas bog'liqdir⁶. Bank tizimi iqtisodiyotning muhim bo'g'ini hisoblangani sababli, foiz stavkalari va tarif siyosatining barqarorligi davlat uchun strategik ahamiyat kasb etadi. Shu bois Markaziy bank tomonidan olib boriladigan pul-kredit siyosati banklarning narx siyosatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Markaziy bank tomonidan belgilanadigan asosiy stavka banklar uchun narx belgilashda muhim yo'naltiruvchi omil hisoblanadi. Ushbu stavkaning oshirilishi yoki pasaytirilishi kredit va depozit foiz stavkalariga ta'sir etib, bank marketing strategiyalarining qayta ko'rib chiqilishiga olib keladi. Natijada banklar bozor sharoitiga moslashgan holda narx siyosatini optimallashtirishga majbur bo'ladi.

⁶ O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Pul-kredit siyosati asoslari. — Toshkent, 2022.

Shuningdek, davlat tomonidan iste'molchilar huquqlarini himoya qilishga qaratilgan normativ-huquqiy hujjatlar banklarning tarif va komissiya siyosatiga ma'lum darajada cheklovlar kiritadi. Narxlarning oshkoraligi va mijozlarga to'liq axborot berish talabi bank marketingida ishonch muhitini shakllantirishga xizmat qiladi. Bu esa banklar uchun uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega.

Zamonaviy bank marketingida innovatsion narx yondashuvlari. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi bank marketingida narx siyosatiga yangi yondashuvlarni joriy etishni talab qilmoqda. An'anaviy bank xizmatlari bilan bir qatorda, onlayn platformalar va mobil ilovalar orqali ko'rsatiladigan xizmatlar narx siyosatining moslashuvchan va dinamik bo'lishini taqozo etadi. Zamonaviy banklar mijozlar ehtiyojiga moslashtirilgan individual narx takliflarini ishlab chiqishga intilmoqda.

Innovatsion narx yondashuvlaridan biri sifatida paketli xizmatlar tizimini keltirish mumkin. Banklar bir nechta xizmatlarni yagona paket doirasida taklif etib, ularning umumiy qiymatini alohida xizmatlar yig'indisidan pastroq darajada belgilaydi. Bu usul mijozlar uchun qulaylik yaratish bilan birga bank marketingida xizmatlar hajmini oshirishga xizmat qiladi.

Shuningdek, dinamik narx belgilash tizimi ham bank marketingida tobora keng qo'llanilmoqda. Ushbu yondashuvda foiz stavkalari va tariflar bozor sharoitlari, mijozlar faolligi va risk darajasiga qarab o'zgarib boradi. Natijada banklar narx siyosatini yanada aniqroq va samaraliroq boshqarish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Raqamli banklar tajribasida narx siyosati. So'nggi yillarda raqamli banklar va fintex kompaniyalarining paydo bo'lishi bank xizmatlari bozorida narx siyosatiga nisbatan yangi talablarni shakllantirdi. Raqamli banklar ko'pincha an'anaviy banklarga nisbatan pastroq tariflar va minimal komissiyalarni taklif etadi. Bu holat ularning operatsion xarajatlarining nisbatan kamligi bilan izohlanadi.

Raqamli banklar tajribasi shuni ko'rsatadiki, narx siyosati faqat daromad olish vositasi emas, balki mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni rivojlantirish

strategiyasining muhim qismi hisoblanadi. Past narxlar orqali keng auditoriyani jalb etish va qo‘shimcha xizmatlar orqali daromadni oshirish ushbu banklar marketingining asosiy yo‘nalishlaridan biridir.

Bank marketingida narx siyosatini baholash mezonlari. Bank marketingida narx siyosatining samaradorligini aniqlash uchun uni muntazam ravishda baholab borish zarur hisoblanadi. Narx siyosatini baholash bankning moliyaviy natijalari, bozor ulushi va mijozlar bilan munosabatlar darajasini aniqlash imkonini beradi. Ushbu jarayonda iqtisodiy va marketing ko‘rsatkichlarining uyg‘unligi muhim ahamiyat kasb etadi.

Narx siyosatini baholashning asosiy mezonlaridan biri bank daromadlarining barqarorligi hisoblanadi. Foiz va nofoiz daromadlar nisbatining optimal darajada saqlanishi bankning moliyaviy barqarorligini ta‘minlaydi. Shu bilan birga, bank xizmatlaridan olinadigan daromadlarning o‘shish sur‘ati narx siyosatining bozor talablariga qanchalik mos kelishini ko‘rsatadi.

Yana bir muhim mezon sifatida mijozlar bazasining kengayishi va saqlanib qolish darajasi e‘tirof etiladi. Agar bank narx siyosati mijozlar ehtiyojlariga mos va shaffof bo‘lsa, bu holat mijozlarning bankka bo‘lgan sadoqatini oshiradi. Aksincha, tez-tez va asossiz narx o‘zgarishlari mijozlar ishonchining pasayishiga olib kelishi mumkin.

Narx siyosatining bank raqobatbardoshligiga ta‘siri. Bank marketingida narx siyosati raqobatbardoshlikni ta‘minlovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bozor sharoitida banklar bir xil xizmatlarni taklif qilayotgan holatda narx ko‘pincha tanlov mezoni sifatida namoyon bo‘ladi. Shu sababli banklar narx siyosatini ishlab chiqishda raqobatchilarning takliflarini chuqur tahlil qiladi va o‘z strategiyasini moslashtiradi⁷.

Narx orqali raqobat qilish banklar uchun qisqa muddatda samarali bo‘lishi mumkin, biroq uzoq muddatda xizmat sifati va innovatsiyalar bilan uyg‘unlashmagan narx siyosati kutilgan natijani bermasligi mumkin. Shu bois bank marketingida narx siyosati boshqa marketing elementlari, jumladan, xizmat sifati, kommunikatsiya va brend imiji bilan uyg‘un holda olib borilishi lozim.

⁷ Karimov A.A. Bank marketingi va xizmatlar bozori. — Toshkent: Moliya, 2020.

Banklar uchun raqobatbardoshlikni oshirishda moslashuvchan narx strategiyalaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega. Turli segmentlar uchun moslashtirilgan tariflar, individual foiz stavkalari va bonus tizimlari bank marketingida samarali vositalar sifatida qaraladi. Bunday yondashuv bankning bozor mavqeini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Narx siyosatini optimallashtirish yo'nalishlari. Zamonaviy bank marketingida narx siyosatini optimallashtirish doimiy jarayon sifatida qaraladi. Banklar narx mexanizmlarini takomillashtirish orqali xarajatlarni kamaytirish, daromadlarni oshirish va mijozlar qoniqish darajasini yuksaltirishga intiladi. Ushbu jarayonda marketing tadqiqotlari va raqamli tahlil vositalaridan foydalanish muhim o'rin tutadi.

Narx siyosatini optimallashtirishda xizmatlar paketini qayta ko'rib chiqish, komissiya to'lovlarini soddalashtirish va shaffof tarif tizimini joriy etish muhim yo'nalishlar sifatida e'tirof etiladi. Bu esa bank marketingida uzoq muddatli strategik maqsadlarga erishishga yordam beradi.

Umumiy xulosa. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, bank marketingida narx siyosati bank faoliyatining strategik yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Bank xizmatlari bozorida narx nafaqat iqtisodiy ko'rsatkich sifatida, balki marketing vositasi sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Foiz stavkalari, komissiya va tarif siyosati orqali banklar mijozlarni jalb etish, ularni saqlab qolish hamda uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Bank marketingida narx siyosatini shakllantirish jarayoni murakkab va ko'p omilli bo'lib, u ichki va tashqi omillar ta'sirida amalga oshiriladi. Ichki omillar qatoriga bankning moliyaviy imkoniyatlari, xarajatlar tuzilmasi va risklarni boshqarish tizimi kirsam, tashqi omillar sifatida bozor kon'yunkturasi, raqobat muhiti va davlat tomonidan olib boriladigan pul-kredit siyosatini ko'rsatish mumkin. Ushbu omillarning o'zaro uyg'unligi bank marketingida samarali narx siyosatini ta'minlaydi.

Zamonaviy sharoitda raqamli bank xizmatlarining rivojlanishi narx siyosatiga nisbatan yangi yondashuvlarni talab qilmoqda. Raqamli texnologiyalar asosida joriy etilayotgan moslashuvchan va dinamik narx mexanizmlari banklar uchun

raqobatbardoshlikni oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, narx siyosatining shaffofligi va mijozlarga tushunarli bo'lishi bankka bo'lgan ishonchni mustahkamlashga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, bank marketingida narx siyosatini ilmiy asosda ishlab chiqish va uni bozor sharoitlariga mos ravishda optimallashtirish banklarning barqaror rivojlanishini ta'minlaydi. Narx siyosati boshqa marketing elementlari bilan uyg'un holda olib borilgan taqdirda bank xizmatlarining samaradorligi va raqobatbardoshligi sezilarli darajada oshadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler F. Marketing asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2018.
2. Rose P.S. Commercial Bank Management. — New York: McGraw-Hill, 2016.
3. Sinkey J.F. Commercial Bank Financial Management. — Boston: Pearson, 2015.
4. Mishkin F.S. The Economics of Money, Banking and Financial Markets. — London: Pearson, 2019.
5. Karimov A.A. Bank marketingi va xizmatlar bozori. — Toshkent: Moliya, 2020.
6. Abdullayev B.B. Bank menejmenti va marketingi. — Toshkent: Fan, 2019.
7. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Pul-kredit siyosati asoslari. — Toshkent, 2022.
8. O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining rasmiy statistik ma'lumotlari.
9. Niyozmetov E.X. Moliyaviy xizmatlar marketingi. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.
10. Banking marketing strategies in competitive markets // *Journal of Financial Services Marketing*. — 2020.