



## TIJORAT BANKLARI MAHSULOTLARIGA TA'SIR QILADIGAN OMILLAR TAHLILI

PhD **Xujamuratov Abbas**

“O'zsanoatqurilishbank” aksiyadorlik tijorat banki

ORCID: 0009-0001-8697-2112

[abbosxujamuratov@gmail.com](mailto:abbosxujamuratov@gmail.com)

**Annotatsiya.** Tijorat banklari mahsulotlari, yangi texnologiyalar va iqtisodiy o'zgarishlarga moslashgan holda doimiy ravishda rivojlanmoqda. Ushbu maqola banklarning mahsulotlariga ta'sir qiladigan ichki va tashqi omillarni tahlil qiladi. An'anaviy, innovatsion (raqamli) va yashil kredit mahsulotlari orasidagi asosiy farqlarni ko'rsatib, har bir turdagi mahsulotning xususiyatlari va maqsadlari haqida so'z yuritiladi. Shuningdek, maqola tijorat banklarining mahsulotlarining samaradorligini oshirish, raqobatdoshligini kuchaytirish va mijozlarga yaxshiroq xizmat ko'rsatish uchun zarur bo'lgan strategik takliflarni keltiradi.

**Kalit so'zlar:** tijorat banklari, kredit mahsulotlari, innovatsion mahsulotlar, yashil kreditlar, raqobatdoshlik, iqtisodiy omillar, texnologik taraqqiyot, bank strategiyasi.

## АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПРОДУКТЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

PhD **Хужамуратов Аббос**

Акционерно-коммерческий банк «Узпромстройбанк»

**Аннотация.** Продукты коммерческих банков постоянно развиваются в ответ на новые технологии и экономические изменения. В статье проводится анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на банковские продукты. Освещаются ключевые различия между традиционными, инновационными (цифровыми) и зелеными кредитными продуктами, а также их особенности и цели. Кроме того, в статье представлены стратегические рекомендации для улучшения эффективности, конкурентоспособности и обслуживания клиентов продуктов коммерческих банков.

**Ключевые слова:** коммерческие банки, кредитные продукты, инновационные продукты, зеленые кредиты, конкурентоспособность, экономические факторы, технологическое развитие, стратегия банка.

## ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING COMMERCIAL BANK PRODUCTS

PhD **Khuzhamuratov Abbas**

“Uzpromstroybank” Joint-stock Commercial Bank

**Abstract.** Commercial banks' products are continuously evolving in response to new technologies and economic changes. This article analyzes the internal and external factors that influence banking products. It highlights the key differences between traditional, innovative (digital), and green credit products, discussing their characteristics and objectives. Additionally, the article provides strategic recommendations for improving the effectiveness, competitiveness, and customer service of commercial banks' products.

**Keywords:** commercial banks, credit products, innovative products, green credits, competitiveness, economic factors, technological development, bank strategy.

### Kirish.

Tijorat banklari iqtisodiyotning markaziy qismlaridan biri hisoblanadi. Ular nafaqat mijozlarga xizmat ko'rsatish, balki mamlakatning moliyaviy barqarorligini ta'minlashda ham muhim rol o'ynaydi. Tijorat banklari mahsulotlari, asosan, turli moliyaviy xizmatlardan iborat bo'lib, ularning har biri bozorda turli talab va takliflarga qarab shakllanadi. Ushbu mahsulotlarning muvaffaqiyatli ishlashi va foyda keltirishi ko'plab omillarga bog'liq.

Tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qiladigan omillar, iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy va texnologik omillarni o'z ichiga oladi. Masalan, inflyatsiya, foiz stavkalari, mamlakat ichki va tashqi siyosati, moliyaviy xatarlar, raqobat darajasi va mijozlarning xatti-harakatlari bularning barchasi bank mahsulotlarining muvaffaqiyatiga yoki muvaffaqiyatsizligiga ta'sir qiladi. Shuningdek, texnologiyaning rivojlanishi, yangi moliyaviy innovatsiyalar va raqamli bank xizmatlari ham tijorat banklarining mahsulotlariga bo'lgan talabni shakllantiradi.

Shu nuqtai nazardan, tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qiladigan omillarni tahlil qilish, banklarning strategik rejalari va rivojlanish yo'nalishlarini to'g'ri belgilashga yordam beradi. Bu o'z navbatida banklar uchun foydali bo'lishi, mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatishi va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashi mumkin.

### Adabiyotlar sharhi.

Vagayseva va Shmireva (2023) o'z tadqiqotlarida qo'yidagilarni ta'kidlaydilar, yangi raqamli texnologiyalarning rivojlanishi va ulardan faol foydalanish kredit tashkilotlarining mijozlar bilan mahsulot va xizmatlarning mavjudligi sohasidagi munosabatlariga ta'sir qiladi. Ayni paytda banklarning mijozlar uchun mahsulotlar yaratish va chiqarish bo'yicha faoliyati ushbu sohadagi texnologiya va innovatsiyalarning rivojlanishi tufayli yangi bosqichga ko'tarilmoqda.

Tepkeeva (2016) mijozlar uchun bank mahsulotlari/xizmatlarining o'zgarishini baholab, shunday xulosaga keladiki, yangi bank xizmatlari va mahsulotlari mijozning psixotipiga e'tibor qaratilib, maqsadli, moslashtirilgan bo'lib bormoqda, bu esa pirovardida yangi, progressiv xizmatlarni joriy qiluvchi banklarning rentabelligini oshirishga olib keladi.

Xafizova (2013) tadqiqotlariga ko'ra, bank mahsuloti (xizmati) – bu banklarning moliya bozoridagi turli xil harakatlari, ular tomonidan pul mablag'lariga bo'lgan talab va taklifga muvofiq amalga oshiriladigan pul operatsiyalari, shuningdek, pul mablag'lariga bo'lgan talab va taklifga muvofiq amalga oshiriladigan pul operatsiyalari, bank tadbirkorligini takomillashtirish va samaradorligini oshirish, deb hisoblaydi. Bank mahsulotlari o'ziga xos parametrlar to'plamiga ega bo'lgan asosiy texnologiyalardan iboratdir, bularga, valyuta, muddatlar, minimal va maksimal miqdorlar, bank kartasining turilari kiradi. Bundan tashqari, bank mahsulotlari bir-biridan asosiy parametrlari va miqdori bo'yicha farq qilishi mumkin.

Platonova va Xigginsa (2001) olimlarning fikriga ko'ra, bank mahsuloti – bu alohida bank xizmati yoki mijozlarga standart shartlarda taklif qilinadigan bank xizmatlari to'plamidir: kreditlar to'plami, depozitlar, plastik kartalar, pul utkazmalari va boshqalar.

Veretennikova va Shatkovskayalar (2012) tadqiqotlarida quyidagilarni ta'kidlaydilar, ya'ni bank xizmati bank mahsulotining mustaqil turi sifatida ko'ra quyidagi o'ziga xos xususiyatlarga ega:

birinchidan, bu kredit muassasasi balansidagi buxgalteriya hisobvaraqlari orqali pul mablag'larining harakati bilan bog'liq bo'lmagan bank faoliyati turi;

ikkinchidan, u mijozlarga operatsiya yoki tranzaksiya bilan birgalikda ko'rinadi yoki mustaqil mahsulot sifatida ishlaydi:

a) tegishli faoliyat turi sifatida taqdim etiladi, sinergik ta'sir ko'rsatadi hamda bank operatsiyasi yoki bitimi sifatini oshiradi, uni raqobatbardosh qiladi;

b) xizmat ko'rsatish jarayonida iqtisodiy risklarni amalga oshirish natijasida bank uchun moliyaviy yo'qotishlar bilan bog'liq bo'lgan pastroq sifatli toifadagi bank operatsiyasini majburiy o'tkazishga olib keladi;

v) mustaqil mahsulot sifatida faoliyat yuritib, mijozlarning qo'shimcha ehtiyojlarini qondiradi, shu orqali bank mahsulotlari va mijozlar bazasini kengaytiradi.

Velichko (2012) tahliliga ko'ra, zamonaviy dunyoda bank mahsuloti va bank xizmati o'rtasidagi chegaralar tobora kamayib boradi. Bank xizmati mijozning xulq-atvoriga ta'sir qiladi va bank mahsuloti bu ta'sirni amalga oshirishga yordam beradi.

Ternovskiy (2012) olib borilgan ilmiy ishlarida qo'yidagilarni ta'kidlaydilar, Iqtisodiyot va moliya sohasidagi zamonaviy ilmiy-amaliy adabiyotlarda «bank mahsuloti» deganda bank mijozlarining ehtiyojlarini qondirish uchun mo'ljallangan xizmat yoki o'zaro bog'liq xizmatlar majmui tushuniladi.

Kolenov va Gyunterlarning (2023) fikriga ko'ra, yangi bank mahsulotlarini ishlab chiqish va joriy etish algoritmlarini quyidagi keng tarqalgan va asosiy bosqichlari orasida quyidagilarni ajratib ko'rsatishadi, ya'ni:

- bank mahsuloti konsepsiyasini ishlab chiqish;
- bank mahsulotini rasmiylashtirish va tavsiflash;
- mahsulot marketing tadqiqotlari;
- innovatsion mahsulot ishlab chiqish, muvofiqlashtirish va tasdiqlash;
- innovatsion mahsulotni joriy etish.

### **Tadqiqot metodologiyasi.**

Ushbu tadqiqotda tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qiluvchi omillarni tahlil qilish jarayonida mahalliy va xorijiy iqtisodchi olimlarning bank xizmatlari va mahsulotlariga oid tahlil va izohlariga, shuningdek, bank mahsuloti va bank xizmati tushunchalariga berilgan tariflarga asoslanildi. Tadqiqot davomida bank mahsulotlari va xizmatlariga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillarni tizimli yondashuv orqali o'rganish, ilmiy mushohada va mantiqiy fikrlash usullari keng qo'llanildi. Mavzu bo'yicha ko'plab nazariy adabiyotlar va empirik tadqiqotlar tahlil qilindi. Tadqiqotning metodik asosini iqtisodiy nazariyalar, bank faoliyatining muhim jihatlarini o'rganish, shuningdek, bank mahsulotlarining bozordagi samaradorligini oshirish uchun zarur bo'lgan strategik yondashuvlar tashkil etdi.

### **Tahlil va natijalar muhokamasi.**

Bank tizimida kredit mahsulotlari bozor muhiti, mijozlar ehtiyojlari va ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarning o'zgarishiga moslashib, doimiy ravishda rivojlanib bormoqda. An'anaviy, innovatsion va yashil kredit mahsulotlari har birining o'ziga xos xususiyatlari va maqsadlariga ega bo'lgan turli toifalarni ifodalaydi (1-jadval). Ular orasidagi asosiy farqlar quyidagilardan iborat:

*An'anaviy kredit mahsulotlari.* An'anaviy kredit mahsulotlari - bu banklar o'z mijozlariga klassik moliyaviy modellar asosida taqdim etiladigan standart kreditlardir. Ular qarz oluvchilarning keng doirasiga qaratilgan bo'lib, ko'pincha uy-joy, avtomobillar, biznes va boshqa ehtiyojlar uchun ishlatiladi. Ularni ajratib turuvchi asosiy xususiyatlar quyidagilardan iborat buladi, jumladan:

- Kredit turlari: Iste'mol kreditlari, ipoteka kreditlari, avtokreditlar, biznesni rivojlantirish kreditlari va boshqalar.
- Kredit shartlari: Aniq shartlar, belgilangan foiz stavkalari ko'pincha garov yoki kafillarni talab qiladi.
- Kreditlash jarayoni: ko'pincha standart hujjatlarni yig'ish, kredit tahlili, qarz oluvchining to'lov qobiliyatini baholashni o'z ichiga oladi.
- Kredit maqsadi: Tovar yoki xizmatlarni sotib olish bilan bog'liq ehtiyojlarni moliyalashtirish.

**An'anaviy, innovatsion (raqamli) va yashil kredit mahsulotlarining taqqoslama tahlili**

| Xususiyatlari              | An'anaviy kreditlar                           | Innovatsion (raqamli) kreditlar             | Yashil kreditlar                              |
|----------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Maqsad</b>              | Tovarlar/xizmatlar, ko'chmas mulk sotib olish | Iste'molchilar uchun moslashuvchan echimlar | Ekologik barqaror loyihalar                   |
| <b>Foiz stavkasi</b>       | Belgilangan va egiluvchan                     | Shaxsiylashtirilgan, moslashuvchan          | Odatda an'anaviydan past                      |
| <b>Garov</b>               | Ko'pincha talab qilinadi                      | Talab qilinmasligi yuqori                   | Loyihaning turiga bog'liq                     |
| <b>Olish shartlari</b>     | Standart jarayonlar                           | Onlayn-platforlar, tezkor kreditlar         | Qo'shimcha ekologik hujjatlar                 |
| <b>Eguluvchan shartlar</b> | Cheklangan                                    | Yuqori, shaxsiylashtirilgan                 | Yuqori, ekologik tozalik uchun bonuslar bilan |
| <b>Qulaylik</b>            | Keng                                          | Yuqori, internet orqali kirish              | Ekologik loyiha turiga bog'liq                |

*Manba: tahlillar asosida muallif ishlanmasi.*

*Innovatsion (raqamli) kredit mahsulotlari.* Kredit berish jarayonini yanada moslashuvchan, tez va qulayroq qiladigan yangi texnologiya va usullardan foydalangan holda innovatsion kredit mahsulotlari ishlab chiqiladi. Bunday mahsulotlar mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash uchun sun'iy intellekt, blokcheyn texnologiyalari va onlayn platformalardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Ularning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat, jumladan:

- kredit turlari: Sun'iy intellektdan foydalangan holda kreditlar, onlayn platformalar orqali kreditlar, peer-to-peer kreditlari (jismoniy shaxslar o'rtasidagi kreditlar), "buy now, pay later" (hozir sotib ol, keyinroq to'la) kabi moslashuvchan shartlarga ega kreditlar.

- kredit shartlari: Ko'proq moslashtirilgan tajribalarni taqdim etish uchun texnologiyadan foydalanish (masalan, dasturni o'rganishdan foydalangan holda kredit reytingi shakllantirish).

- kreditlash jarayoni: Onlayn ilovalar, minimallashtirilgan hujjatlar, tezroq tasdiqlash, yanada moslashuvchan shartlar.

- kredit maqsadi: kreditlash jarayonini tezlashtirish, qulayroq va arzonroq qilish.

*Yashil kredit mahsulotlari.* Yashil kredit mahsulotlari ekologik barqaror va energiya tejaydigan loyihalarni moliyalashtirishga qaratilgan. Bunday kreditlar yashil iqtisodiyotga o'tishni qo'llab-quvvatlaydi va barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishga hissa qo'shadi. Yashil kreditlar energiya tejoychi binolarni qurish, qayta tiklanadigan energiyadan foydalanish yoki yashil texnologiyalarni rivojlantirish kabi zaharli gazlarni kamaytiradigan loyihalarni moliyalashtirish uchun beriladi. Ularning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat, jumladan:

Kredit turlari: yashil avtomobillar sotib olish, energiya tejaydigan uylar qurish, qayta tiklanadigan energiya manbalarini qo'llab-quvvatlash, suvni tozalash texnologiyalari va boshqalar uchun yashil kreditlar.

Kredit shartlari: past foiz stavkalari yoki yashil loyihalar uchun subsidiyalangan stavkalar kabi imtiyozli shartlarni o'z ichiga olishi mumkin.

Kreditlash jarayoni: odatda loyihaning atrof-muhitga oid ma'lumotlarini (masalan, sertifikatlar yoki atrof-muhitga ta'sirni baholash) qo'llab-quvvatlash uchun qo'shimcha hujjatlar talab qilinadi.

Kredit maqsadi: Atrof-muhitni muhofaza qilish va uglerod chiqindilarini kamaytirishga qaratilgan loyihalarni moliyalashtirish.

An'anaviy kreditlar bank faoliyatining asosi bo'lib, moliya institutlari uchun barqaror daromadlar oqimini ta'minlaydi. Kelgusida mijozlarga xizmat ko'rsatish tajribasini

takomillashtirish, atrof-muhitga ta'sirni kamaytirish uchun innovatsion texnologiyalar va barqaror amaliyotlarni bank mahsulotlariga integratsiyalashga e'tibor kuchayib boradi.

Tijorat banklari xizmatlari va mahsulotlari xarajatlarini optimallashtirish va transfert baholarini shakllantirish usullaridan foydalanish banklarning iqtisodiy samaradorligini oshirish va barqaror ishlashini ta'minlash maqsadida qo'llaniladi.

*Xarajatlarni optimallashtirish.* Tijorat banklari uchun xizmatlar va mahsulotlar xarajatlarini optimallashtirish – bu bankning resurslarini samarali ishlatish va to'g'ri xarajatlar miqdorini belgilovchi strategik jarayondir. Buning maqsadi:

– *xaridlarni samarali boshqarish:* Bankning infratuzilmasini (axborot texnologiyalari, ofislar) samarali boshqarish orqali xarajatlarni kamaytirish.

– *jarayonlarni avtomatlashtirish:* Ko'pincha bankdagi ma'muriy, moliyaviy va boshqa jarayonlarni avtomatlashtirish orqali xarajatlarni optimal kamaytirish mumkin bo'ladi.

– *xodimlar bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish:* Ma'muriyat va xodimlarning samaradorligini oshirish, ish haqlari va kompetensiyani oshirish va treninglar uchun sarflangan mablag'larni optimallashtirish.

*Transfert baholarini shakllantirish.* Transfert baholari (Transfer Pricing) – bu korporativ guruhlar (masalan, banklar va ularning filiallari) orasida xizmatlar va mahsulotlar bo'yicha ichki savdoni baholash va narxlash usullaridir. Bu jarayonning maqsadi: ichki savdo narxlarini belgilovchi usullar: banklar transfert baholarini belgilagan holda, ichki operatsiyalar uchun maqbul narxlarni belgilaydi; ichki tartibni shakllantirish.

Banklar mahsulotlarni ishlab chiqish, ularni bozorda taklif qilish va xizmat ko'rsatishda turli ichki va tashqi omillarni hisobga olishlari kerak. Yuqorida tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan asosiy iqtisodiy omillarni tahlili keltirilgan (2-jadval).

Bu jadvalda tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qiluvchi har bir omilga doir ishlar qamrab olingan va bu borada banklar uchun samarali ishlashning asosiy strategiyalari aniqlangan.

Tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qiladigan omillar tahlili – bu banklar mahsulotlarini ishlab chiqish, marketing va sotishga kiritish jarayonidagi turli xil tashqi va ichki omillarni o'rganishni ham qamrab oladi. Bu tahlillar banklar uchun muhim, chunki u raqobatdoshlikni oshirish, mijozlar talablariga mos keluvchi mahsulotlar yaratish va moliyaviy natijalarni yaxshilashga yordam beradi.

*Ichki omillar:*

a) Bankning strategiyasi va maqsadlari:

– Bankning ishlash yo'nalishlari va strategiyasi yangi mahsulotlarni ishlab chiqishga ta'sir qiladi. Masalan, agar bank strategik maqsad sifatida kichik va o'rta bizneslarni qo'llab-quvvatlashni belgilagan bo'lsa, unda shu sohadagi mahsulotlar (kreditlar, depozitlar va xizmatlar)ga urg'u beriladi.

– Ishlash jarayonlari: Bankning ichki operatsiyalari, ya'ni mahsulotlarni ishlab chiqish, ularni joriy etish, va moliyaviy monitoring tizimi mahsulotni tez va samarali shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

b) Bank xodimlari va ixtisoslashgan bilimlar:

– Bank xodimlarining malakasi va bilimlari bank mahsulotlarini ishlab chiqish va ularni bozorga kiritishda muhimdir. Ichki tajriba va kompetensiyalar yangi va innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqishga imkon yaratadi.

– Treninglar va malaka oshirish: yangi texnologiyalarni o'rganish, bozor tendensiyalarini tushunish va mijozlar ehtiyojlarini aniqlash bank xodimlarining samaradorligini oshiradi.

v) Moliyaviy resurslar:

– Bankning moliyaviy barqarorligi yangi mahsulotlar ishlab chiqishda va ularni bozorda taqdim etishda muhim omil hisoblanadi. Moliyaviy resurslar mahsulotlarni ishlab chiqish, reklama qilish, va innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun zarur bo'ladi.



2-jadval

**Bank mahsulotlari va xizmatlariga ta'sir qiladigan iqtisodiy omillar tahlili**

| Omillar                                      | Tavsif                                                                           | Ta'sirlar                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Makroiqtisodiy omillar</b>                | Iqtisodiy o'sish sur'atlari, inflyatsiya, foiz stavkalari                        | - Iqtisodiy o'sish banklarga kredit berish xizmatlarini kengaytirish imkonini beradi.<br>- Inflyatsiya yuqori bo'lsa, foiz stavkalari oshishi va banklar daromadlariga ta'sir qilishi mumkin.<br>- Past foiz stavkalari kredit olishga qiziqishni oshiradi, ammo daromadni pasaytiradi. |
| <b>Bozor shartlari</b>                       | Raqobat, texnologiyalar, mijoz talablari                                         | - Raqobatni oshishi banklarning mahsulotlarini modernizatsiya qilishga yordam beradi.<br>- Yangi texnologiyalar (mobil banking, blokcheyn) samaradorlikni oshiradi.<br>- Mijozlar talabining oshishi banklar mahsulotlari portfelini diversifikatsiyalashga yordam beradi.              |
| <b>Ta'minot va talab</b>                     | Kreditlar va depozitlar uchun talab, sarmoyalar                                  | - Kreditlarga bo'lgan talabning oshishi banklar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.<br>- Sarmoya kiritish, ayniqsa, ekologik va innovatsion moliyaviy mahsulotlarga, banklarning mahsulotlari diversifikatsiyasini va raqobatdoshligini oshiradi.                                        |
| <b>Qonunchilik va tartibga solish</b>        | Qonunlar, normalar, banklar sohaga oid davlat va xalqaro qonunlarga amal qilishi | - Qonunlar va normalarning o'zgarishi banklar uchun yangi mahsulotlarni ishlab chiqishga yordam beradi.<br>- Banklarning mahsulotlari va xizmatlari qonunchilikka muvofiq bo'lishi kerak, bu esa ularning xavfsizligini oshiradi.                                                       |
| <b>Moliyaviy xavflar</b>                     | Xavf-xatarlarning boshqarilishi, xavfsizlik texnologiyalari                      | - Moliyaviy xavflar banklarning faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin, shuning uchun ular xavflarni kamaytirish va boshqarishga majbur.<br>- Xakerlik va xatarlardan saqlanish uchun yangi xavfsizlik texnologiyalariga sarmoya kiritish muhimdir                                |
| <b>Inflyatsiya va makroiqtisodiy xavflar</b> | Iqtisodiy nomutanosibliklar, inflyatsiya, ishsizlik, tashqi savdo muammolari     | - Inflyatsiya yuqori bo'lganda, foiz stavkalari oshadi va banklar mahsulotlari narxi o'zgaradi.<br>- Ishsizlik va iqtisodiy nomutanosiblik banklar uchun yangi xavflarni keltirib chiqaradi, ularning mahsulotlari va xizmatlariga bo'lgan talabni kamaytiradi.                         |

**Manba:** tahlillar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

*Tashqi omillar:*

a) Raqobat muhiti;

– Tijorat banklarining raqobat muhiti – bu bozordagi boshqa banklar va moliyaviy muassasalar tomonidan taklif qilinayotgan xizmatlar va mahsulotlardir. Banklar raqobatda oldinda bo'lish uchun yangi va samarali mahsulotlar ishlab chiqishga yordam beruvchi o'ziga xos strategiyalar ishlab chiqishlari kerak.

– Bozorga kirish to'siqlari: Yangi xizmatlar ishlab chiqishga to'sqinlik qilishi mumkin bo'lgan yuridik va iqtisodiy omillar.

b) Iqtisodiy muhit;

– Iqtisodiy o'sish, inflyatsiya, ishsizlik, iqtisodiy xavf-xatarlar va soliq siyosati kabi omillar banklar mahsulotlariga ta'sir ko'rsatadi. Agar iqtisodiy vaziyat yaxshi bo'lsa, aholi va korxonalarning moliyaviy mahsulotlarga ko'proq talabi ortib boradi.

– Iqtisodiy o'zgarishlar: Misol uchun, inflyatsiyaning ortishi yoki iqtisodiy tanglik banklardan yangi kredit mahsulotlarini ishlab chiqishga undashi mumkin bo'ladi.

v) Huquqiy va normativ muhit;

– Huquqiy va normativ hujjatlar, shuningdek, bankning ishi uchun belgilangan talablar mahsulotlarni ishlab chiqishga ta'sir ko'rsatadi. Masalan, moliyaviy xizmatlar sohasidagi tartiblar, soliq va litsenziya talablari, xavfsizlik va maxfiylik siyosati.

– Huquqiy to'siqlar: Yangi mahsulotlarni joriy etishda qonunlar va tartiblarga amal qilishning zarurligi.

g) Mijozlar talablari va ehtiyojlari;

– Mijozlar ehtiyojlari ham bank mahsulotlarining shakllanishiga muhim ta'sir ko'rsatadi. Mijozlar talablari, ularning moliyaviy maqsadlari va xizmatlarning ijtimoiy va shaxsiy ehtiyojlarga mos bo'lishi muhimdir.

– Mijozlarning ehtiyojlar (kutganlari): Mijozlar uchun qulaylik, tezkorlik va xavfsizlikni ta'minlovchi xizmatlar ko'proq talab qilinmoqda.

d) Texnologik taraqqiyot.

Tijorat banklari mahsulotlariga ta'sir qiladigan omillar tahlili banklarning muvaffaqiyatli faoliyati uchun juda muhimdir. Ichki omillar, jumladan, bankning strategiyasi, xodimlarining malakasi, va moliyaviy resurslar bank mahsulotlarini ishlab chiqish va bozorda samarali joriy etish jarayonlariga bevosita ta'sir qiladi. Tashqi omillar esa, raqobat muhiti, iqtisodiy sharoit, huquqiy va normativ talablar, mijozlar ehtiyojlari va texnologik taraqqiyot kabi omillarni o'z ichiga oladi. Ushbu omillarni to'g'ri tahlil qilish va ularga mos ravishda bank mahsulotlarini ishlab chiqish banklar uchun raqobatdoshlikni oshirish, mijozlarga yaxshiroq xizmat ko'rsatish va moliyaviy natijalarni yaxshilashda yordam beradi. Banklar uchun innovatsiyalar va bozor ehtiyojlarini hisobga olish, ularning strategik rejalari va moliyaviy rivojlanishiga bevosita ta'sir qiladi.

### **Xulosa va takliflar.**

Tijorat banklarining mahsulotlariga ta'sir qiladigan omillar tahlili banklarning muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Banklar uchun an'anaviy, innovatsion va yashil kredit mahsulotlarining har biri o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, iqtisodiy va texnologik sharoitlar, mijozlar talablarini qondirish va atrof-muhitga ta'sirni kamaytirish nuqtai nazaridan ishlab chiqiladi.

An'anaviy kreditlar barqaror va keng tarqalgan bo'lsa, innovatsion (raqamli) kreditlar va yashil kreditlar esa, yangi texnologiyalarni va ekologik maqsadlarni hisobga olgan holda, bank mahsulotlarini diversifikatsiya qilishga yordam beradi. Innovatsion kreditlar texnologiyalardan foydalangan holda mijozlarga tezkor, shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taklif etishga imkon beradi, yashil kreditlar esa ekologik barqaror rivojlanishga hissa qo'shadi.

Bundan tashqari, banklarning mahsulotlarini ishlab chiqish jarayonida ichki va tashqi omillarni hisobga olish zarur. Ichki omillar, jumladan bankning strategiyasi, xodimlarining malakasi va moliyaviy resurslari samarali mahsulotlar yaratish uchun muhimdir. Tashqi omillar esa, iqtisodiy sharoitlar, huquqiy normativlar, mijozlar ehtiyojlari va texnologik taraqqiyot kabi faktorlarni o'z ichiga oladi.

Bu borada qo'yidagi tavsiyalarni hisobga olish o'rinli bo'ladi, jumladan:

Birinchidan, texnologiyalarni integratsiya qilish: Banklar innovatsion (raqamli) mahsulotlarni ishlab chiqish va xizmatlarni tezlashtirish uchun sun'iy intellekt, blokcheyn va onlayn platformalarni yanada faolroq qo'llashlari kerak.

Ikkinchidan, yashil iqtisodiyotga investitsiya: Yashil kreditlar va ekologik loyihalarni moliyalashtirishni kengaytirish orqali, banklar nafaqat ekologik barqarorlikni ta'minlaydi, balki yangi bozor imkoniyatlariga ega bo'lishlari mumkin.

Uchinchidan, bank xodimlarini malakasini oshirish: Yangi texnologiyalar va bozor tendensiyalarini tushunish bank xodimlarining samaradorligini oshiradi va mijozlarga yanada yuqori sifatli xizmat ko'rsatishga yordam beradi.

To'rtinchidan, xarajatlarni optimallashtirish: Banklar o'z xarajatlarini kamaytirish va samaradorlikni oshirish uchun jarayonlarni avtomatlashtirish va resurslarni optimallashtirishga katta e'tibor qaratishlari lozim.

Beshinchidan, yangi mahsulotlarni rivojlantirishda huquqiy me'yorlarni hisobga olish: Banklar yangi kredit mahsulotlarini ishlab chiqishda va ularni bozorda joriy etishda huquqiy va normativ me'yorlarga to'liq rioya qilishlari kerak.

Bu tavsiyalar banklarga o'z mahsulotlarini bozorga moslashtirish, raqobatdoshlikni oshirish va moliyaviy barqarorlikni ta'minlashda yordam beradi.

### **Adabiyotlar /Literatura / Reference:**

Абаева Н.П., Хасанова Л.Т. (2012) Конкурентоспособность банковских услуг: Монография. Ульяновск, УлГТУ, 118.

Вагайцева В.П., Шмырева А.И. (2023) Современные банковские продукты: анализ тенденций развития в России и за рубежом // Идеи и идеалы. – Т. 15, № 2, ч. 2. – С. 261–276. – DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-261-276.

Величко С.С. (2012) Банковские услуги: экономическое содержание и проблемы предоставления // Банковское дело. № 3.

Веретенникова О.Б., Шатковская Е.Г. (2012) Банковские продукты: сущность и характеристика. Известия УрГЭУ 1(39), 41-46 стр.

Коленов А.Н., Гюнтер И.Н. (2023) Тенденции внедрения инновационных продуктов в современный банковский сектор России // Региональная и отраслевая экономика. – № 2 – С. 86–92. doi: 10.47576/2949-1916\_2023\_2\_86.

Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. и др. (2016). Банковское дело. М., КНОРУС, 800.

Платонова В., Хиггинса М. (2001) Банковское дело: стратегическое руководство / под ред. В. Платонова, М. Хиггинса. 2-е изд. – М.: Консалтбанк, 2001. – 432 с

Полтораднева Н.Л., Долгушина А.Я. (2016) К вопросу о совершенствовании понятийного аппарата банковской сферы. Деньги и кредит, 10: 72-78.

Просалова В.С., Никитина А.А. (2013) Понятие банковских инноваций и их классификация / Науковедение: электронный журнал. – 2013(14). – №1.

Тепкеева Т.С. (2016) Современные тенденции развития новых банковских продуктов и услуг для физических лиц. Вестник МФЮА №3. 54-61 стр.

Терновский Д.Н. (2012) Инновационные банковские продукты в кредитовании малого и среднего бизнеса. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Йошкар-Ола – 2012. 20 стр.

Хафизова П.А. (2013) Банковские продукты (услуги): содержание и принципы размещения / П.А. Хафизова // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарных наук. – №1. – С. 89-99