

## РОЛЬ ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛУГАХ, ОКАЗЫВАЕМЫХ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦАМ

*Адхамов Умиджон Ёркинджон угли*

*Студент 3 курса банковского дела*

*Ташкентский Международный Университет Кимё*

**Аннотация.** В тезисе изучены взгляды ученых экономистов по вопросам тарифной политике и тарифов банковской услуги, сформирован авторский подход к понятиям «тариф банковской услуги» и «тарифная политика банка». Также изучены основные аспекты практики формирования тарифов банковских услуг в коммерческих банках зарубежных стран. По результатам исследования разработаны предложения и рекомендации по совершенствованию тарифной политики коммерческих банков.

**Ключевые слова:** коммерческий банк, банковские услуги, стоимость услуги, ценообразование, тариф, процентная ставка, ценовая политика.

### ВВЕДЕНИЕ

Международные финансово-кредитные отношения и трансформация мировой экономики, а также усиление межбанковской конкуренции на местном уровне поднимают актуальные вопросы ценообразования на банковские услуги. После мирового финансово-экономического кризиса и на фоне продолжающейся пандемии COVID-19, на практике стало ясно, что данный вопрос требует серьезного внимания. В частности, Всемирный банк объявил, что в 2020 году глобальные темпы роста мировой экономики снизились до рекордного уровня - 4,3%. К примеру, спад экономического роста в США составила 3,6%, в России - 4,0% и в странах Европы - 7,4%. На фоне снижения темпов экономического роста ряд развитых стран приняли новые инструменты денежно-кредитной политики, чтобы сохранить стабильность цен и сбалансировать базовую процентную ставку [1].

### МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Термин «тариф» происходит от арабского языка и означает слово «определение». Термин связан с именем Тарифа ибн Малика, который был главнокомандующим мусульманских государств Северной Африки (Марокко, Алжир, Тунис, Ливия, Мавритания). В 710 году он отплыл из Марокко через Гибралтарский пролив, захватил город на юге Испании и назвал его своим именем - Тариф. Даже сегодня этот город называется Тарифа. После завоевания города Тариф ибн Малик установил плату за каждое судно, проходящее через пролив Гибралтар. Позже люди, торгующие на кораблях, назвали эту плату

«тарифом». Со временем термин «тариф» стал использоваться в железнодорожном, таможенном и различных сферах, в частности и в банковской сфере [2].

В экономической литературе категорию о тарифной политике банка можно встретить в темах ценообразование в коммерческом банке, ценовая и процентная политика банка, формирование процентных ставок и т.п. Некоторые моменты данной темы описаны в трудах известных экономистов.

В частности, американский экономист Филип Котлер [3] в своих трудах пишет, что как во всех сферах товары и услуги имеют свою цену, так и в банковской сфере услуги имеют свою цену, то есть проценты. Британские ученые Leigh Drake и David Llewellyn [4] предлагают несколько методов формирования тарифов банковских расчетных услуг. Немецкий экономист Patricia Wruuck [5] утверждает, что ценовая политика как часть банковской политики должна включать в себя цены на расчётные услуги и оплаты, а также на кредитные и инвестиционные продукты. Учёные из Греции George Avlonitis и Kostis Indounas [6] обобщая различные методы и модели ценообразования банковских услуг, разделяют их на три основные категории.

### РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

На наш взгляд, обобщая мнения ученых, а также с учетом того, что банковская деятельность основана на достижении финансовой эффективности целесообразно определить понятия «банковский тариф» и «тарифная политика банка» следующим образом: «Банковский тариф - это размер платы за оказание банковских услуг и реализацию продуктов, за исключением процентных ставок, установленных для привлечения и размещения денежных средств». «Тарифная политика банка - это внутренний документ банка, который включает в себя порядок и принципы установления и изменения тарифов на банковские услуги (продукты) с целью достижения финансовой эффективности».



Рисунок 1. Структура ценовой политики банка.

Из вышеприведенных взглядов ученых и экономистов, можно сделать вывод, что тарифная политика является неотъемлемой частью ценовой политики банка. Принимая во внимание, что цена банковского продукта (услуги) выражается в виде процента, тарифа и валютного курса, ценовая политика в банка включает в себя процентную, тарифную и валютную политику (рис.1).

Тариф банковской услуги также упоминается в литературе и на практике, в виде таких терминов, как плата за обслуживание, сумма платежа, комиссионные, комиссионное вознаграждение и т.п. Тарифы устанавливаются на следующие банковские услуги для физических и юридических лиц:

- услуги по безналичным расчетам и оплатам;
- открытие и обслуживание банковских пластиковых карт;
- открытие, ведение депозитного счета в национальной и иностранной валюте и другие сопутствующие услуги;
- услуги, предоставляемые на базе дистанционного обслуживания и банковского оборудования;
- оформление и учет экспортно-импортных контрактов;
- кассовые операции, в частности, услуги, связанные с банкоматами;
- услуги денежных переводов;
- услуги по операциям с ценными бумагами и другие услуги, связанные с банковской деятельностью.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключении следует отметить, что в условиях цифровизации экономики внедрению новых услуг в банковской системе Узбекистана уделяется особое внимание, но отсутствие достаточного внимания коммерческих банков к совершенствованию тарифной политики является одной из актуальных проблем. В частности, в связи с тем, что коммерческие банки используют долгосрочный метод поддержания тарифов, они не смогут своевременно адаптироваться к методам ценообразования развивающихся конкурентов и к быстрым структурными изменениям, происходящим в экономике.

### **ЛИТЕРАТУРЫ**

1. World Bank (2021) Global Economic Prospects, January 2021. Washington, DC: World Bank. doi: 10.1596/978-1-4648-1612-3. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. - page 4.
2. <https://ru.wikipedia.org> – данные информационной базы.
3. Филип Котлер: Основы маркетинга. (2017) Перевод с англ. – Москва: Издательский дом “Вильямс”, - с. 290.
4. L. Drake, and D.T. Llewellyn, (2015) The pricing of bank payments services. International Journal of Bank Marketing, (2015), vol. 13, no. 5, pp. 3-11.