



БАНКЛАРНИНГ ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШИДА МАРКЕТИНГНИНГ ЎЗИГА ХОС МУХИМ ЖИХАТЛАРИ

Ф.Қ.Бобохўжаева

ТДИУ мустақил тадқиқотчиси

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7466722>

ARTICLE INFO

Received: 10th December 2022

Accepted: 20th December 2022

Online: 21th December 2022

KEY WORDS

ABSTRACT

Бугунги кунда иқтисодий бўҳронлар кучайиб бораётган бир пайтда ҳар бир соҳада бўлгани каби, банк ва молия соҳасида ҳам ўзига хос қатор муаммолар бўй чўзмоқда.

Бугунги кунда иқтисодий бўҳронлар кучайиб бораётган бир пайтда ҳар бир соҳада бўлгани каби, банк ва молия соҳасида ҳам ўзига хос қатор муаммолар бўй чўзмоқда. Бундай вазиятда соҳанинг ривожланиш тенденциясини ушлаб қолиш ёки катта йўқотишларсиз юзага келган муаммоли вазиятлардан чиқиш учун инновацион ғоя ва фикрлардан фойдаланиш энг мақбул йўл ҳисобланади. Шундай экан банклар ва мижозлар ўртасида кўприк вазифасини ўтовчи механизм сифатида Маркетингнинг ўзига хос жихатларидан фойдаланиш айти шу даврнинг заруратидир.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислоҳ қилиш стратегияси тўғрисида” 2020 йил 12 майдаги ПФ-5992-сон фармонида кўрсатиб ўтилганидек: “активлар ва пасивлар долларлашувининг юқори даражаси мавжудлиги, кредитлар ва

депозитларнинг йирик компаниялар ва иқтисодиётнинг алоҳида секторларида жамланиши банкларни валюта ва кредит хатарларига, шунингдек, ликвидлик хавфига дучор қилади. 2020 йил бошида хорижий валютада номиналлаштирилган кредитлар жами кредитлар ҳажмининг 48 фоизини, чет эл валютасидаги депозитлар ва фондлар эса жами депозитлар ҳажмининг 44 фоизини ташкил этади. Давлат иштирокидаги банклар томонидан берилган кредитлар умумий ҳажмининг 36 фоизи 10 та энг йирик қарз олувчилар ҳиссасига тўғри келади; банклар бизнес-моделларининг корпоратив мижозларга хизмат кўрсатишга йўналтирилганлиги, нобанк молия ташкилотлари, инновациялар ва ахборот тизимларининг сустривожланганлиги сабабли молиявий оммабопликнинг паст даражадалиги. Натижада, бошқа мамлакатларда жисмоний шахслар ва корпоратив мижозларга ажратилган кредитлар бир



меъёрда тақсимланган бир вақтда, мамлакатимизда жисмоний шахсларга ажратилган кредитлар жами кредит портфели ҳажмининг 19 фоизини, корпоратив мижозларга ажратилган кредитлар эса 81 фоизни ташкил этмоқда;

нобанк кредит ташкилотлари, шу жумладан микромолиялаштириш институтларининг етарли даражада ривожланмаганлиги. Бунинг оқибатида фаолиятини энди бошлаётган тадбиркорлар қатламини қамраб оладиган, уларнинг босқичма-босқич банк кредитларини жалб қила оладиган тўлақонли бизнес даражасигача «ўсишига» имкон яратувчи самарали механизмлар яратилмаган.”¹

Юқоридаги Фармондан келтирилган муаммолардан кўриниб турибдики банк ва мижоз ўртасида бугунги кунга қадар ўзаро ишонч мавжуд эмас.

Банк ва мижоз ўртасидаги ишончни ошириш учун эса Банк ўзининг Маркетинг мақсадларини белгилаб олиши зарур. Уларни қуйидаги жадвалда кўриб ўтамиз.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2020-2025 йилларга мўлжалланган Ўзбекистон Республикасининг банк тизимини ислох қилиш стратегияси тўғрисида” 2020 йил 12 майдаги ПФ-5992-сон Фармони



Банк маркетинги мақсадлари²

Банк маркетинги мақсади	Мақсаднинг мазмуни
Фойдани ошириш	1. Банк фаолиятини кенгайтириш.
	2. Мижоз базасини ошириш.
	3. Хизматлар бозоридаги улушни ошириш.
	4. Хизмат турларини ошириш.
	5. Бир-бирига алоқадор хизматларни жорий этиш.
Рақобатбардошликни ошириш	1. Барча банк хизматларини кўрсатувчи “банк супермаркети” ни ташкил этиш.
	2. Янги хизматларни таклиф этиш.
	3. Банк хизматлари бозоридаги ўрнини мустахкамлаш
	4. Банк махсулот ва хизматларини сотишни рағбатлантириш.
Капитал бозоридаги ўзгаришларга мослашув	1. Капитал бозорини ўрганиш, депозит ва омонатлар жалб қилишни кенгайтириш.
	2. Рақобачиларни ўрганиш.
	3. Истеъмолчиларни ўрганиш ва бахолаш.
	4. Банк мижозлари тоифалари бўйича хизматларни гурухлаш.

² “Банк маркетинги ва менежменти” Ўқув қўлланма 2019 йил Тошкент. 116-б



Ушбу мақсадларни илгари сурган ҳолда банк ўз фаолиятини йўлга қўйиши лозим бўлади. Мақсадларни амалга ошириш учун эса юзага келган вазиятнинг барча томонларини ўрганиб чиқиб концепция яратиш талаб этилади.

Назарий кўриб чиқадиган бўлсак Банкнинг маркетинг стратегияси тахминан қуйидагича кўриниш касб этади:

1. Банк технологиясини такомиллаштириш концепцияси.
2. Банк хизматларини ривожлантириш концепцияси.
3. Тижорат харакатларини ошириш концепцияси.
4. Ананавий концепция
5. Ижтимоий концепция.

Содда қилиб айтадиган бўлсак қандай қилиб банкка мижозларни ўз оёқлари билан оқиб келишини ташкил этиш ишлари тушунилади.

Бугун барчамиз гувоҳ бўлиб турганимиздек банклар томонидан мижозларни жалб этиш бўйича сэзиларли рақобат пайдо бўла бошлади. Марказий банк томонидан белгилаб қўйилган қайта молиялаш ставкаси даражасигача тушиб кредит бериш

ҳолатларини кузатмоқдамиз. Ёки бўлмасам омонат фоиз ставкаларининг илгариги даврлардаги каби бирхиллашувидан қочиш орқали мижозларни ўзига оғдириш бўйича рақобат пайдо бўлмоқда.

Аҳолисининг 89 % дан кўпроқ қисми Ислом динига амал қиладиган давлатимизда кейинчалик ислом банклари кириб келиши кузатилса, рақобат курашида фоизлар эмас балки Маркетингнинг бошқа самарали усулларини жорий этиш ва зарур бўлса ҳар бир мижознинг алоҳида хусусиятларидан келиб чиқиб ишга ёндашув талаб этилади.

Замон шиддат билан олдинга қараб интилмоқда, ушбу жараёнда нафақат банклар балки ишлаб чиқариш бўладими, савдо-сотик соҳаси бўладими бундан қатий назар Маркетинг қоидалари ва тамойилларига амал қилмас экан ўз соҳасининг юриб кетаётган поезди йўлининг қайсидир қисмида носозлик юзага келиши оқибатида йўлдан чиқиб кетиши кузатилиши муқаррар.

Бугунги тўғри танланган мақсад, вазифа ва йўл эртанги Истиқболдир.

References: