
**“BANK MARKETING”
CHAPTER – 3.
BANK MARKETING SYSTEM
HOME WORK WITH ANSWERS
XUSAINOV SH. - PhD**

**“БАНК МАРКЕТИНГИ” ФАНИ
3-МАВЗУ
БАНК МАРКЕТИНГ ТИЗИМИ
УЙ ВАЗИФАСИ ЖАВОБЛАРИ БИЛАН
ХУСАИНОВ Ш. -и.ф.н.**

САВОЛЛАРГА ЖАВОБ БЕРИШИНГИЗ КЕРАК:

1. Банк маркетинг микро – макро муҳити нима?

Иқтисодиётнинг турли субъектлари ўртасидаги муносабатлар йиғиндиси - бу унинг фаолиятининг моҳиятини белгилайдиган маркетинг муҳити.

Маркетинг муҳитини таҳлил қилиш жараёни қуйидагиларни ўз ичига олади:

- микро муҳитни таҳлил қилиш;
- макро муҳитни таҳлил қилиш.

Микро муҳит

Банкнинг микро муҳити банкнинг ўзида, шунингдек етказиб берувчилар, воситачилар, рақобатчилар, мижозлар ва алоқа аудиторияси билан бўлган муносабатлардан иборат.

Ички банк муносабатлари ички маданият, расмий ва норасмий ташкилий тузилишга асосланади.

Макро муҳит

Банкнинг макро муҳити концепцияси ташкилот ва ташқи муҳитни ташкил этувчи кучлар ўртасидаги кенг кўламли муносабатлардан иборат бўлиб, банк фаолиятига тегишли таъсир кўрсатади.

Атроф-муҳит субъектлари ва банк ўртасида юзага келадиган муносабатлар хилма-хил бўлиб, уларга банк томонидан таъсир кўрсатиш хусусиятига кўра улар бошқарилиши ва назоратсиз бўлиши мумкин.

2. . Банкда таҳлилий ишнинг аҳамияти нимада?

Бошқарув фаолияти одатда тўлиқ бўлмаган маълумотлар шароитида амалга оширилади. Бу қарор билан боғлиқ маълум даражада хавф туғдиради. Хавфни камайтириш учун менежерлар ўз

фаолият доираси билан боғлиқ ноаниқлик даражасини камайтиришга интилишади. Ушбу муаммони ҳал қилишнинг самарали усули маркетинг тадқиқотларидир. Улар менежернинг керакли маълумотларни олишга бўлган бир лаҳзалик истагига боғлиқ эмас ва барча маркетинг фаолияти асосидаги тизимли жараёни ифодалайди. Маркетинг тадқиқотлари натижалари банклар учун асосий ахборот канали бўлиб, уларнинг кенг тарқалишига олиб келди.

3. Маркетинг тадқиқотининг мақсади нима?

Маркетинг тадқиқотлари – бу банк олдида турган маркетинг вазияти билан боғлиқ ҳолда зарур бўлган маълумотлар доирасини тизимли равишда аниқлаш, уларни тўплаш, таҳлил қилиш ва натижалар ҳақида ҳисобот беришдир.

Маркетинг тадқиқотларига бўлган эҳтиёж банк фаолиятининг маълум бир масаласи бўйича тўғри қарор қабул қилиш учун менежерга маълум маълумотлар керак бўлиши, уларни олиш ва қайта ишлаш тадқиқот фаолияти билан боғлиқлиги билан боғлиқ.

Маркетинг соҳасида қарор қабул қилиш одатда хавф ва ноаниқлик шароитида амалга оширилади, бунинг олдини олиш мумкин эмас. Шу билан бирга, ҳар бир раҳбар уларни имкон қадар олдиндан кўриш ва камайтиришга интилади. Шу муносабат билан маркетинг фаолияти жараёнида юзага келиши мумкин бўлган муаммоли вазиятни аниқлаш зарурати туғилади.

Муаммоли вазиятларнинг хилма-хиллиги маркетинг тадқиқотларининг мумкин бўлган турларининг хилма-хиллигини белгилайди.

Маркетинг тадқиқотининг ўзи асосий мақсади - банкнинг ўз маҳсулотларини истеъмолчилар талаби ва эҳтиёжларига мослаштириш орқали у ёки бу бозорда ёки унинг сегментида рақобатбардош позитсияни эгаллаш имкониятларини аниқлашдир.

4. Ахборот ва унинг манбаларининг асосий хусусиятлари нималардан иборат?

Маркетинг ахборот манбалари. Умуман олганда, банк маркетинги учун ахборот манбалари қуйидагилардир: статистик маълумотлар, миқдорлар маълумотлари - корхоналар ва жисмоний шахслар, оммавий ахборот воситаларидан олинган маълумотлар, бизнес ҳисоботлари ва рақобатчиларнинг реклама материаллари.

Ички ва ташқи ахборот манбалари ҳам мавжуд.

Ички маълумотлар банкни унинг ички ҳолати нуқтаи назаридан тавсифлайди ва жорий бизнес маълумотларини тўлиқ акс эттиришга,

шунингдек тезкор маълумотларни чиқаришга қаратилган. Ички ахборот манбаларига қуйидагилар киради: статистик ва бухгалтерия ҳисоботлари, аудит ҳисоботлари, кредит ҳисоботлари ва бошқалар. Ташқи маълумотлар ташқи муҳит ҳолати тўғрисидаги маълумотларни банк раҳбариятига етказиш учун мўлжалланган. Уни матбуот, телевидение ва радио, бошқа банкларнинг ҳисоботлари, махсус нашрлар, реклама ва бошқалардан олиш мумкин.

Фойдаланиладиган адабиётлар:

1. Marketing management (Global edition). Kotler P., Keller K.L. 15th ed. — Harlow: Pearson Education Ltd., 2016. — 834 p
2. Marketing management – 13th ed. Kotler Ph. Keller K. Person Education Ltd. 2009. 790 P.
3. Marketing menedjment- Kotler F., Keller K.L. 14-izd. Izd.: Piter, 2014 g. 814s.
4. Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс. Николаева Т. П. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. - 224 с.