



**COURSE «BANK MARKETING»**

**«БАНК МАРКЕТИНГИ» ФАНИ**

**CHAPTER №4**

**МАЪРУЗА №4**

**TYPES OF MARKETING STRATEGIES**

**БАНК МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИНИНГ**

**OF THE BANK**

**ТУРЛАРИ**

**XUSAINOV SH. – PhD**

**ХУСАИНОВ Ш. – и.ф.н.**

# РЕЖА:

---

01

ИТЕМ 01

Маркетингни режалаштириш ва банк стратегиясини шакллантириш

02

ИТЕМ 02

Банк стратегиясини ишлаб чиқиш.  
“Стратегия” тушунчаси, стратегия тушунчаларининг эволюцияси, мақсадлар пирамидаси.

03

ИТЕМ 03

Тадбиркорлик стратегияси турларининг таснифи

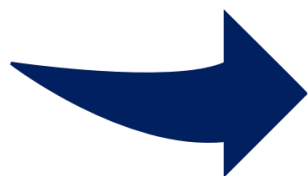
04

ИТЕМ 04

Банкнинг рақобат стратегиялари

ИТЕМ 05

2



# 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

Маркетингни режалаштиришнинг мақсади банкнинг ҳозирги ҳолатини, унинг фаолият йўналишларини ва мақсадларга эришиш воситаларини аниқлашдир.

Маркетинг режаси маълум даромад олиш бўйича фаолиятни амалга ошириш нуқтаи назаридан марказий ўринни эгаллайди, у банкнинг бошқа барча фаолияти учун асос бўлиб хизмат қилади. Банк режаси бўйича бошқарув қарорлари қабул қилинади.

## Маркетингни режалаштириш

TENGE BANK, TOSHKENT, O'ZBEKISTON - KONTAKTLAR, MANZIL, TELEFON

"Omadli shopping"  
aksiyasi!

Batafsil



## Маркетингни режалаштириш

<https://tengebank.uz/uz>

маркетинг мақсадларини белгилаш, маркетинг стратегиясини танлаш ва режани амалга оширишнинг келажакдаги мумкин бўлган шарт-шароитлари ҳақидаги прогнозларга асосланиб, маълум бир давр мобайнида маркетинг мақсадларига эришиш бўйича чоратadbирларни ишлаб чиқиш бўйича фаолият ва тартибларнинг мантикий кетма-кетлиги.

маркетинг тизими бўлиб, у маркетинг режасини ишлаб чиқишдан ташқари, уни амалга ошириш ва назорат қилишни ҳам ўз ичига олади.



## 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

Турли ташкилотларда маркетингни режалаштириш режанинг мазмуни, режалаштириш жараёнинг давомийлиги, ишлаб чиқиш кетма-кетлиги ва режалаштиришнинг ташкил этилишига қараб турлича амалга оширилади.



<https://aab.uz/uz/>

Стратегик маркетинг режаси бутун ташкилот ва унинг таркибий бўлинмаларига нисбатан маркетинг фаолиятининг умумий стратегик вазифаларини ҳал қилишга қаратилган.

Стратегик маркетинг режаси 3-5 ёки ундан ортиқ йил давомида ишлаб чиқилган бўлиб, ташкилотга таъсир қилувчи асосий омиллар ва кучларни тавсифлайди, уларни амалга ошириш учун зарур бўлган ресурсларни кўрсатган ҳолда узоқ муддатли мақсадлар ва маркетинг стратегияларини ўз ичига олади.

Одатда Стратегик маркетинг режаси ҳар йили кўриб чиқилади ва янгиланади, унинг асосида йиллик режа ишлаб чиқилади, режа анча батафсилроқ ва қуйидагиларни ўз ичига олади: маркетинг тадқиқотлари, маҳсулот, нарх, маркетинг ва коммуникация сиёсати.



# 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

## КАТТА ТАЪСИР КЎРСАТИШИ МУМКИН БЎЛГАН ВОҚЕА

рақобатчи бозорга янги маҳсулотлар билан кирган, минтақадаги сиёсий вазият ўзгарган ва ҳоказо.

## МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИ МУВОФИҚЛАШТИРИШ

Вақт бу шароитда ҳал қилувчи омилга айланади ва режалаштирилган тайёргарликсиз ташкилот қийин вазиятга тушиб қолиши мумкин.



### Маркетингни режалаштириш тизимлари:

- мунтазам, даврий ўзгаришларга мослашиш;
- узлуксиз режалаштириш тизимлари.



### Маркетинг режасини амалга ошириш элементлари:

- ҳаракатлар дастурлари
- ташкилий тузилма
- қарорлар ва муқофотлаш тизимлари
- кадрлар, бошқарув иқлими
- ташкилот маданияти.

Бозорни назорат қилувчи ва малакали режалаштирувчиларга эга бўлган йирик ташкилотларда унинг режалаштириш бўлинмалари фаолиятини энг самарали ташкил этиш мумкин.

<https://xs.uz/uzkr/post/>



## 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

### ҚАРОРЛАР ВА РАЎБАТЛАНТИРИШ ТИЗИМИ

бу режалаштириш, маълумот тўплаш, бюджетни ишлаб чиқиш жараёнларининг мазмуни ва мантиқини белгилайдиган расмий ва норасмий иш тартиблари; ходимларни ёллаш, ўқитиш ва уларнинг ишини мониторинг қилиш, шунингдек, ходимларни баҳолаш ва раўбатлантириш бўйича тадбирлар.



#### Маркетинг фаолиятини режалаштириш тамойиллари

- режалаштиришга тизимли ёндашиш, чунки режа бошқа режаларни ўз ичига олган тизим бўлиб, улардан бири маркетинг режасидир;
- турли турдаги ташкилотлар, уларнинг мақсад ва вазифалари, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизматлар) маркетинг фаолиятини режалаштиришни ташкил этишда турлича ёндашувларни келтириб чиқаради;
- режалаштиришнинг кўп қиррали ситуацион характери;
- режалаштиришнинг динамик, узлуксизлиги, корхона фаолиятига таъсир этувчи барча ўзгаришларни режаларга дарҳол киритиш;
- маркетингни режалаштириш концепциясининг мавжудлиги ва уни маркетинг режасини амалга оширувчи ҳар бир ходим томонидан тушунилиши.



## 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ



<https://ru.ipakyulibank.uz/physical/>

**Стратегик ва тактик маркетинг  
режалари қуйидаги бўлимларни ўз  
ичига олиши мумкин:**

- маҳсулот режаси (қандай ва қайси вақтда ишлаб чиқарилади);
- янги маҳсулотларни тадқиқ қилиш ва ишлаб чиқиш;
- маркетинг режаси - сотиш самарадорлигини ошириш (сон, янги замонавий ускуналар билан жиҳозлаш, савдо хизматлари ходимларини ўқитиш, уларнинг меҳнатини рағбатлантириш, ҳудудий тузилмасини танлаш);
- реклама ишлари ва савдони рағбатлантириш режаси;
- тарқатиш каналларининг ишлаш режаси (каналларнинг тури ва сони, ушбу каналларни бошқариш);
- нархлар режаси, шу жумладан келажакда нархларнинг ўзгариши;
- маркетинг тадқиқотлари режаси;
- жисмоний тақсимлаш тизимининг ишлаш режаси (товарни сақлаш ва истеъмолчиларга етказиб бериш);
- маркетингни ташкил этиш режаси (маркетинг бўлими ишини, унинг ахборот тизимини такомиллаштириш, ташкилотнинг бошқа бўлимлари билан алоқа қилиш).



# 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

**С**тратегик маркетинг режаси ташкилотнинг умумий стратегик режасининг бўлимларидан биридир.

**Т**ашкилотни ривожлантиришнинг умумлаштирилган мақсадлари одатда молиявий жиҳатдан шакллантирилади, ташкилотнинг келажақдаги фаолиятини тавсифлайди ва миқдорий ёки сифат жиҳатидан ифодаланади.

**Маркетинг режалари бўлимларни ўз ичига олиши мумкин:**

ижро этувчи хулоса, жорий маркетинг ҳолати, хавф ва имкониятлар, маркетинг мақсадлари, маркетинг стратегиялари, ҳаракат дастурлари, маркетинг бюджети ва назорати.

**Стратегик ва тактик маркетинг режалар**

маркетинг режасининг алоҳида бўлимларини ишлаб чиқишнинг батафсил даражасида бўлиб, уни ишлаб чиқиш бутун ташкилот режасини ишлаб чиққандан кейин амалга оширилади.



# 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

## МАРКЕТИНГ РЕЖАСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ БОСҚИЧЛАРИ

1-босқич навбатдаги босқичи ташкилот фаолиятига таъсир қилувчи баъзи ташқи омилларга оид прогнозлар, гипотезаларни шакллантиришдир. Прогнозлар қуйидаги йўналишлар бўйича таснифланади: бутун мамлакат, муайян саноат, ушбу ташкилот.



2-босқич маркетинг мақсадларини белгилашдир. Уларни аниқлаш ва тартибга солиш маркетинг фаолиятининг муҳим жиҳати ҳисобланади. Кўпгина ҳужжатлар (маркетинг режаси, маълум маҳсулотлар билан маълум бозорга кириш дастури ва бошқалар) мақсадлар рўйхатини ўз ичига олади.

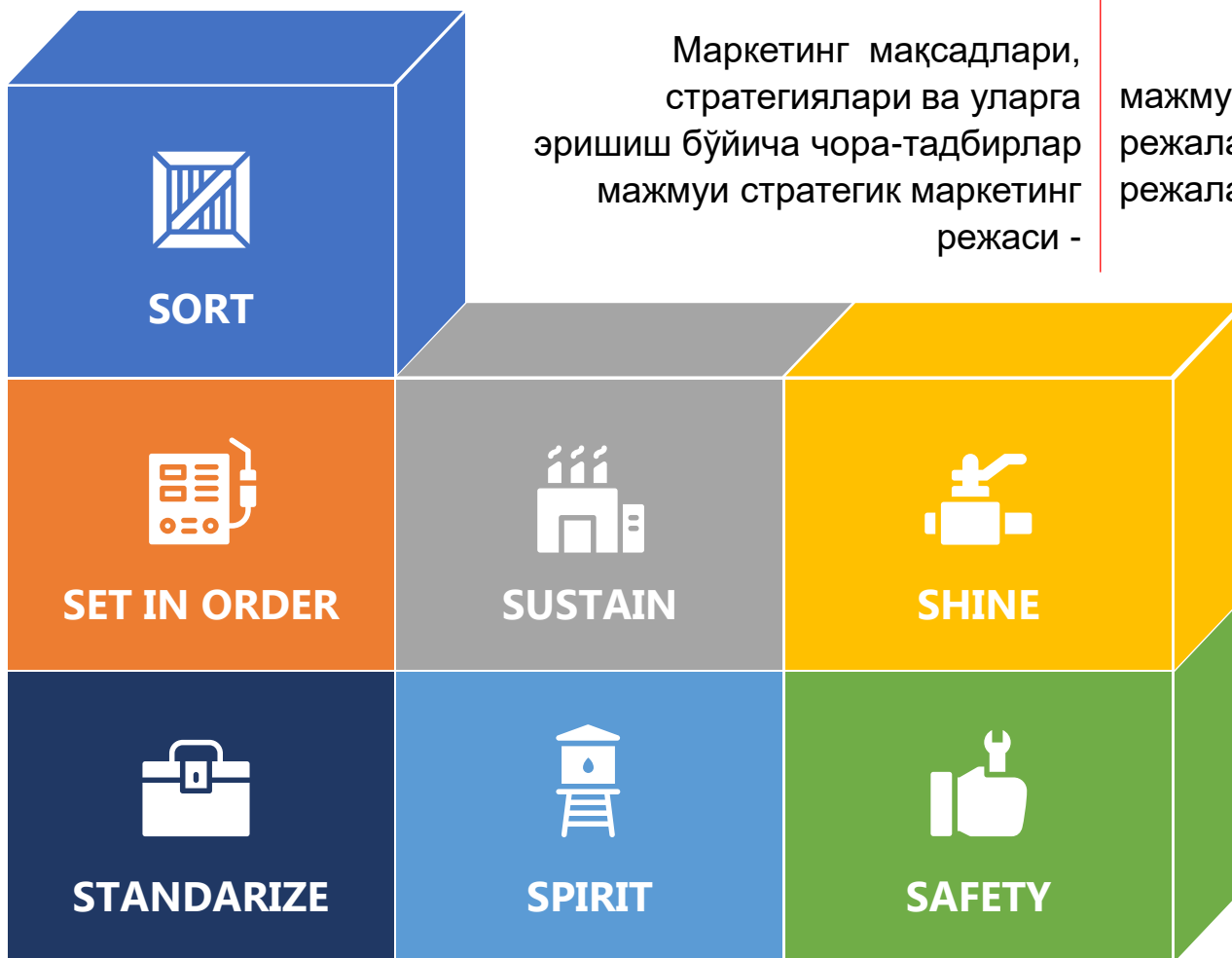


3-босқич - маркетинг фаолиятининг мақсадларига эришишга қаратилган муқобил стратегияларни ишлаб чиқиш. Масалан, маҳсулот соҳасида қуйидаги стратегияни амалга ошириш мумкин: маҳсулот ассортиментини доимий янгилаш.



## 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

# 10



мажмуа режалаштиришнинг кейинги босқичида ишчи режалаштириш ҳужжатларида - **оператив-календар** режалаштириш амалга оширилиши керак.

**Операцион календар режалаштириш** босқичида маркетинг стратегияларини маркетинг комплексининг ҳар бир элементи контекстида батафсил режалар ва дастурларга аниқлаштириш керак.

Ташкилотнинг ҳар бир бўлинмасининг иш режасида маркетинг режалари ва дастурлари вазифаларини амалга ошириш учун ким, нима, қачон, қаерда, қандай ресурслар билан ва қандай қилиш кераклиги ҳақидаги саволларга жавоблар бўлиши керак.

Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс Николаева Т. П.. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. - 224 с.

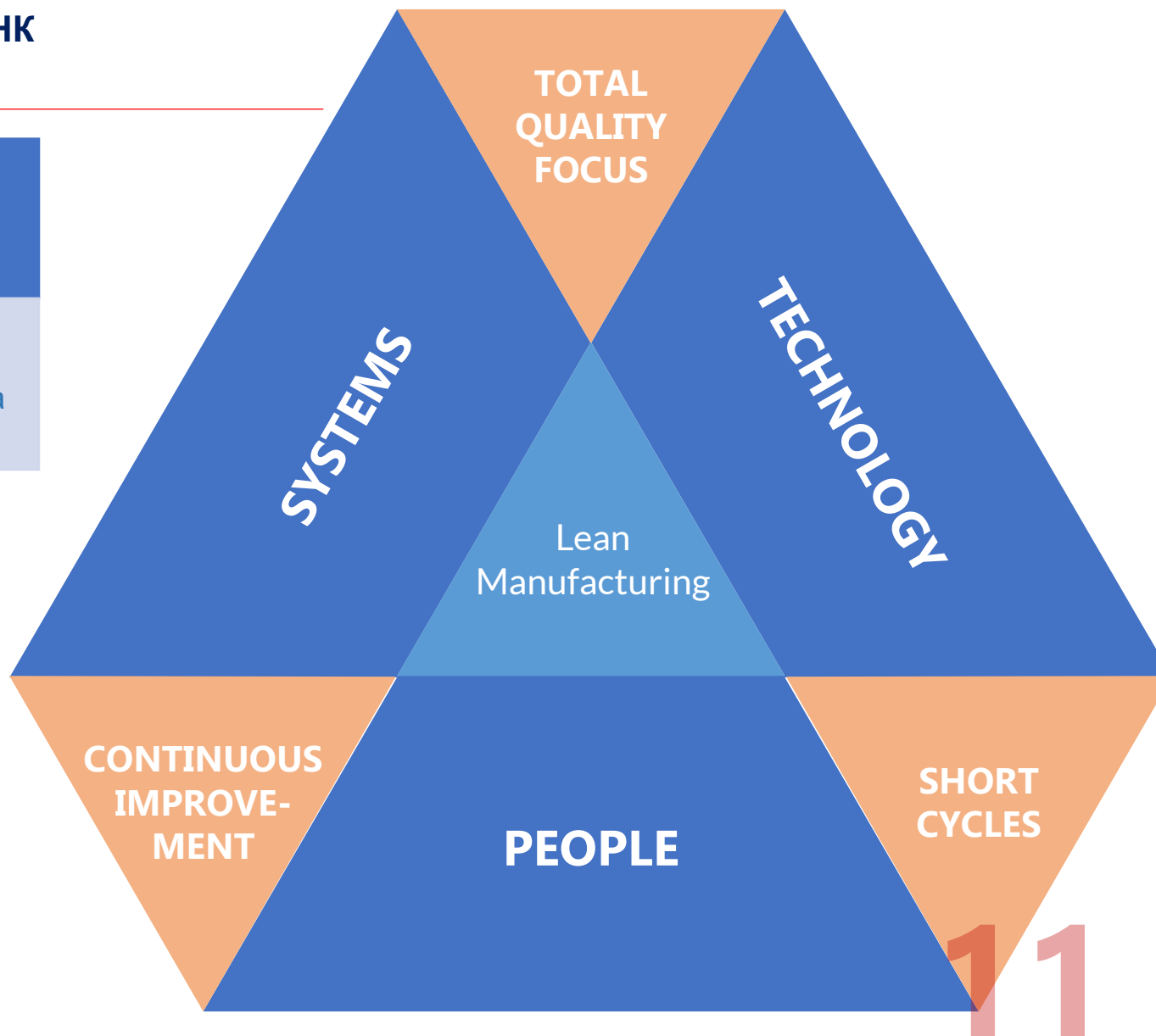


## 1. МАРКЕТИНГНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ВА БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ

Маркетинг режалари одатда менежментга икки босқичда тақдим этилади:

- биринчиси - стратегик режа сифатида,
- иккинчиси - ушбу стратегияларни амалга ошириш режаси (ҳаракат режаси ёки операцион режалар ва дастурлар)

маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишга эътибор қаратиш ҳамда стратегияни амалга оширишни талаб этади.



11





## 2. МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИ ТИЗИМИ. БАНК БОЗОРИНИ ЎРГАНИШ

Маркетинг таҳлили асосида олиб борилган бозор тадқиқотлари натижалари мавжуд рақобат стратегияларининг турларидан бирини танлаш учун асос бўлади.

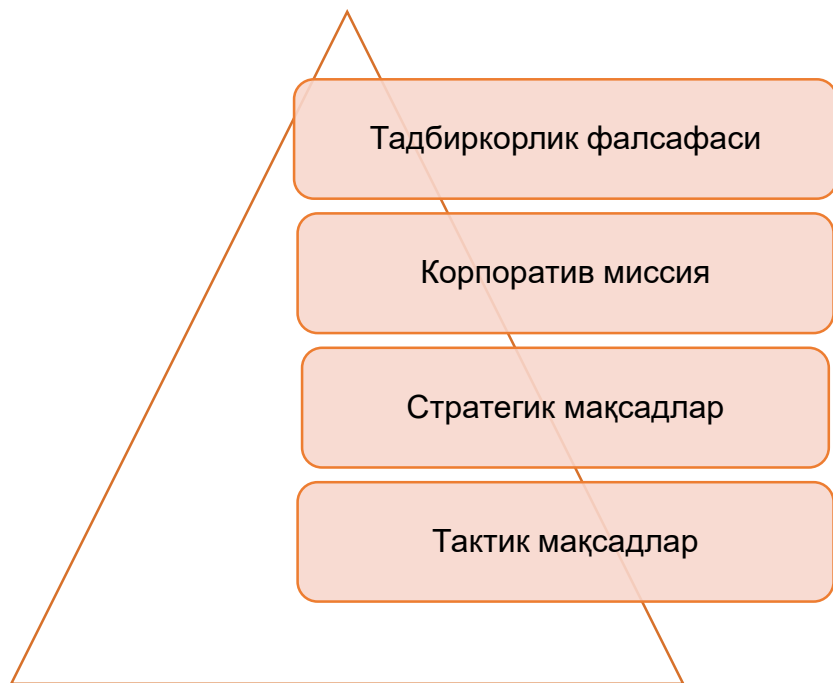
Бозор ва хизматларнинг янгилик принципига кўра улар қуйидагиларга ажратадилар:

- эски бозорда эски хизматларни таклиф қилиш стратегияси, географик ёки мижоз хусусиятлари билан белгиланади;
- эски бозорда янги хизматларни таклиф қилиш;
- янги бозорга эски хизматларни таклиф қилиш;
- янги бозорга янги хизматларни таклиф қилиш.

Танланган стратегия банкнинг стратегик режасида акс эттирилади ва жорий режалаштиришнинг ажралмас қисми бўлган маркетинг режасида кўрсатилади.



## 2. БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ. “СТРАТЕГИЯ” ТУШУНЧАСИ, СТРАТЕГИЯ ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ЭВОЛЮЦИЯСИ, МАҚСАДЛАР ПИРАМИДАСИ.



Банк маркетинг воситалари тизимининг энг муҳим элементи бу рақобат стратегиясини шакллантиришдир.

Кенг маънода тадбиркорлик стратегияси деганда корхонанинг узоқ муддатли ривожланишига йўналтирилган ҳаракатларнинг умумлаштирувчи модели тушунилади.



## 2. БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ. “СТРАТЕГИЯ” ТУШУНЧАСИ, СТРАТЕГИЯ ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ЭВОЛЮЦИЯСИ, МАҚСАДЛАР ПИРАМИДАСИ.

01

корxonанинг фаолият соҳаси;



02

ходимлар, мижозлар, акциядорлар,  
давлат ва жамият билан  
муносабатларнинг асосий нормалари;



03

бошқа корxonалар билан муносабатлар  
тамойиллари (бирлашиш, иштирок  
этиш ва ҳамкорлик соҳасидаги сиёсат);



04

корxonанинг иқтисодий ўсиш, илмий-  
техникавий тараққиёт, ресурслардан  
фойдаланиш, атроф-муҳитни муҳофаза  
қилиш масалалари бўйича позицияси;



05

компаниянинг фойда олишга интилиши.



15



## 2. БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ. “СТРАТЕГИЯ” ТУШУНЧАСИ, СТРАТЕГИЯ ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ЭВОЛЮЦИЯСИ, МАҚСАДЛАР ПИРАМИДАСИ.

Тадбиркорлик  
фалсафасининг ифодаси  
корпоратив миссиясидир:

Тадбиркорлик  
фалсафаси  
қондирилган  
истеъмолчилар  
эҳтиёжлари,  
ишлаб чиқарилган  
маҳсулотлар ва  
рақобатдош  
устунликларнинг  
йиғиндиси билан  
белгиланади.

### Корпоратив миссиянинг мазмуни қуйидаги талаблар билан белгиланади:

- оддий таърифлар билан, тушунарли шаклда ифодаланиши керак;
- истеъмолчиларнинг қизиқишлари ва талабларини қондириш вазифасига асосланиши керак;
- нима учун истеъмолчилар ушбу корпорациянинг товарлари ва хизматларини бошқаси эмас, балки сотиб оладилар деган саволга жавоб бериши керак.



## 2. БАНК СТРАТЕГИЯСИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ. “СТРАТЕГИЯ” ТУШУНЧАСИ, СТРАТЕГИЯ ТУШУНЧАЛАРИНИНГ ЭВОЛЮЦИЯСИ, МАҚСАДЛАР ПИРАМИДАСИ.

Стратегик мақсадлар вақт билан чекланган, узоқ, аммо олдиндан белгиланмаган даврга мўлжалланган. Улар тадбиркорлик фалсафаси, корпоратив миссияси, таҳлил ва прогноз натижалари асосида аниқланади, муайян бозорлар ва маҳсулотларга тааллуқлидир.

Стратегик мақсадлар жорий рақобат вазиятини ҳисобга олган ҳолда ва керакли марраларни аниқ белгилаб олган ҳолда, тактик мақсадлар нуқтаи назаридан конкретлаштирилади. Улар қисқа муддатли, оператив характерга эга.

Мақсадлар пирамидаси бўйлаб юқоридан пастгача ҳаракатланаётганда, мақсадлар аниқлаштирилади ва уларнинг вақти тораяди.

Стратегик мақсадлар нисбатан узоқ муддатли бўлиб, банк мақсадлари тизимида марказий ўринни эгаллайди.



### 3. ТАДБИРКОРЛИК СТРАТЕГИЯСИ ТУРЛАРИНИНГ ТАСНИФИ



**Портфел стратегияси инвестициялар учун йўналишларни (иқтисодий объектларни) танлашни, ташкилотнинг инвестиция портфелини шакллантиришни ўз ичига олади. Бу қуйидагилар билан боғлиқ:**

- янги тармоқларда харидлар;
- сотиб олиш орқали мавжуд бўлинмаларни мустаҳкамлаш;
- номақбул тармоқлардан босқичма-босқич чиқиш;
- улар учун қулайроқ иншоотларда қурилиши мумкин бўлган бўлинмаларни сотиш;
- ресурсларни капитал ва харажатлар кўринишида тақсимлаш;
- бўлинмаларнинг стратегик бошқарув объектлари эканлигига ишончни шакллантириш;
- портфелдаги компаниялар ўртасидаги синергия эффектидан фойдаланиш.

Самарали рақобат зарурати тобора ортиб борар экан, стратегик менежментнинг диққат марказида инвестицион портфелдан юқори рақобатбардошликка эришишга, стратегия эса портфелдан рақобатбардошликка ўтди.



### 3. ТАДБИРКОРЛИК СТРАТЕГИЯСИ ТУРЛАРИНИНГ ТАСНИФИ

#### Рақобат стратегияси



узоқ муддатда рақобатбардошликка эришиш ва уни сақлаб қолиш учун ташкилот амал қилиши керак бўлган қоидалар тўпламини ўз ичига олади. У банк мақсадлари тизимининг ажралмас қисми ҳисобланади.

Стратегик алтернативалар орасида яхшироқ йўналтириш учун иқтисодий фан ва амалиёт стратегия турларини таснифлашда бир қатор ёндашувларни ишлаб чиқди.

Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс Николаева Т. П.. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. - 224 с.



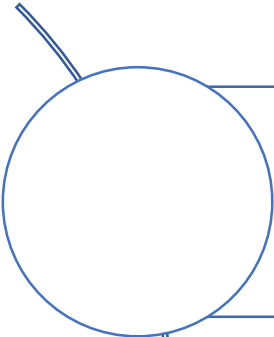
Банк мақсадлари тизимининг элементи (даражаси) бўлган стратегия кўп босқичли тизимдир. Демак, Америка иқтисодий адабиётида тадбиркорлик стратегиясининг тўрт даражаси мавжуд: 1) корпоратив; 2) бизнес (бизнес стратегияси); 3) функционал; 4) оператив.

<https://kapitalbank.uz/uz>

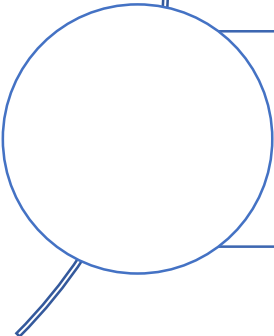


### 3. ТАДБИРКОРЛИК СТРАТЕГИЯСИ ТУРЛАРИНИНГ ТАСНИФИ

---



Корпоратив стратегия (corporate strategy) - бу бутун банкнинг стратегияси. У корпоратив миссияга бевосита “қўшилади”, ташкилот қайси бизнес йўналишларида (қайси бозорларда) фаолият юритаётганини, у диверсификацияланган ёки ягона маҳсулот бўладими, кенг ёки тор доирадаги истеъмолчиларга йўналтирилганлигини аниқлайди.



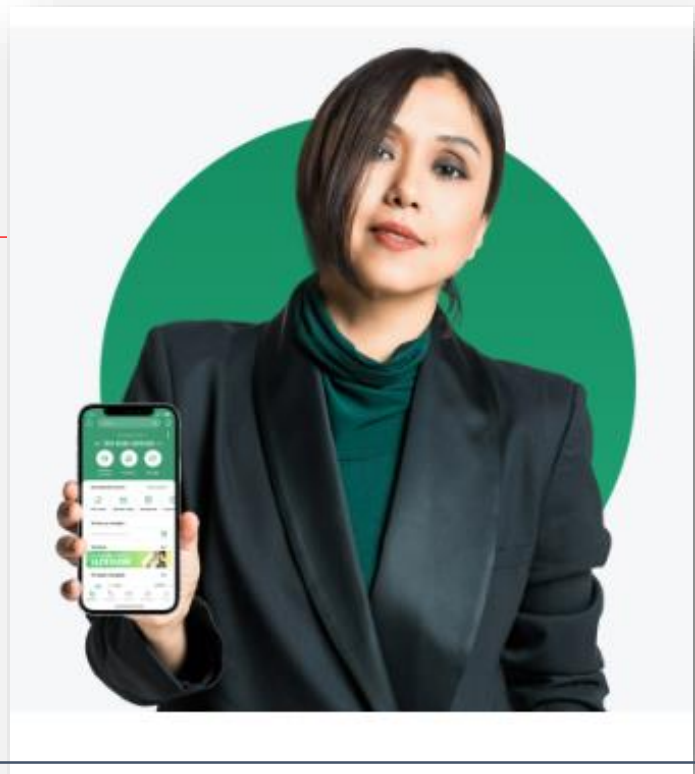
Бизнес стратегияси (business strategy) - банкда аниқланган ҳар бир бизнес соҳаси учун ишлаб чиқилади. Агар банкда битта маҳсулот бўлса, у ҳолда корпоратив ва бизнес стратегиялари бир хил бўлади. Диверсификацияланган ташкилот (шу жумладан банк) бир нечта бизнес стратегияларига эга.



### 3. ТАДБИРКОРЛИК СТРАТЕГИЯСИ ТУРЛАРИНИНГ ТАСНИФИ



Маркетинг соҳасида қарор қабул қилиш одатда хавф ва ноаниқлик шароитида амалга оширилади, бунинг олдини олиш мумкин эмас.



Функционал стратегия ташкилотнинг ҳар бир функционал соҳаси, масалан, ишлаб чиқариш, сотиш, молия учун белгиланади.

Операцион стратегия ташкилотнинг алоҳида бўлинмалари - функционал бўлимлар, бўлимлар, филиаллар, ваколатхоналар ва бошқалар учун тузилган.

Стратегияни шакллантириш босқичидаги энг муҳим даражалар корпоратив ва бизнес даражаларидир (функционал ва операцион даражалар стратегияни амалга ошириш босқичига кўпроқ мос келади).

<https://ru.ipakyulibank.uz/physical/>



## 4. БАНКНИНГ РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИ

Савдонинг мақсадли бозори	Стратегик устуворлик	Кам харажатлар	Харажатлар дифференциацияси
Кенг		Харажатларда етакчилик стратегияси	Дифференциация стратегияси
		Фокус қилинадиган стратегия	
Топ		Харажатларни камайтиришга қаратилган	Дифференциацияга қаратилган

Портер матрицаси



#### 4. БАНКНИНГ РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИ

Харажатларни бошқариш стратегияси ташкилотнинг кенг бозорга эътибор қаратишини ва кўп миқдорда маҳсулот ишлаб чиқаришини назарда тутаяди.

Оммавий ишлаб чиқариш билан у ўртача нархини минималлаштириши ва нисбатан арзон нархларда сотиши мумкин.

Бундай стратегия стандартлаштирилган товарлар ва хизматлар бозорларида қўлланилади. Банк соҳасида - аҳолига оммавий хизмат кўрсатиш соҳасида.



## 4. БАНКНИНГ РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИ

24



01

Дифференция стратегияси ташкилотнинг ўз йўлида ўзига хос бўлган, ажралиб турадиган (дизайн, сифат ва ҳ.к.) маҳсулотни таклиф қилиш орқали катта бозорга йўналтирилишини англатади.



02

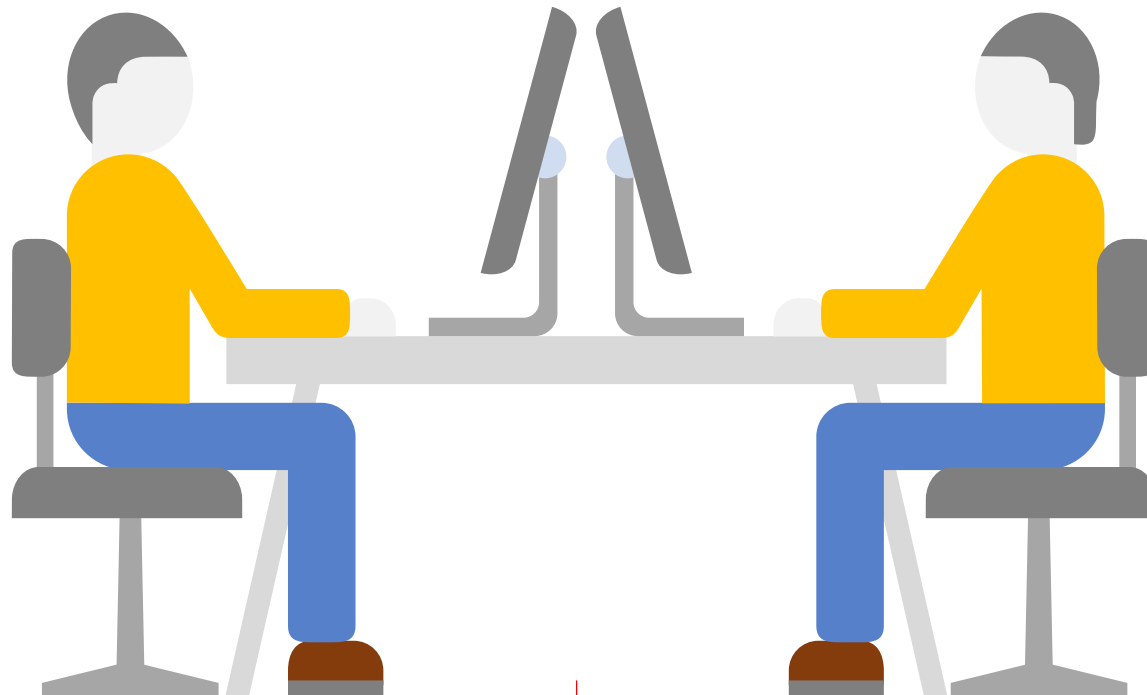
Бу нархга кучли боғлиқ бўлмаган истеъмолчиларнинг афзалликларини шакллантириш имконини беради. Ушбу стратегия табақалаштирилган маҳсулот бозорларида афзаллик берилади.



03

Банклар уни корхоналар учун хизмат кўрсатиш соҳасида ва аҳолига индивидуал хизматлар кўрсатишда, бозорга янги хизматларни киритишда ва ҳоказоларда қўллашлари мумкин.

## 4. БАНКНИНГ РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИ



01

Фокус стратегияси ташкилот эътиборини тор бозор ёки бозор сегментига (маълум бир харидорлар гуруҳига, маълум бир маҳсулот ёки хизмат турига, маълум бир минтақада) қаратишини назарда тутди. Агар биринчи иккита стратегия биринчи навбатда универсал банклар томонидан қўлланилиши мумкин бўлса, унда бу стратегия ихтисослашган молия институтлари учун мақбулдир.

02

Фокус стратегиясининг иккита варианти мавжуд. Улардан биринчиси билан танланган сегментдаги ташкилот иқтисодий афзалликларга эришишга ҳаракат қилади, иккинчиси билан маҳсулот дифференциациясини кучайтиради ва шу билан бошқа шунга ўхшаш корхоналардан ажралиб туришга ҳаракат қилади. Вариантни танлаш маҳсулотнинг табиатига ва мақсадли бозорга боғлиқ.



#### 4. БАНКНИНГ РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИ

Дифференциация билан боғлиқ хавфлар қуйидагилардан иборат:



Ўз маҳсулотларини фарқловчи ташкилот ва харажатлар бўйича етакчилик стратегиясини танлаган рақобатчилар ўртасидаги харажат фарқи жуда катта бўлиши мумкин, бу ташкилот ўз мижозларига таклиф қилиши мумкин бўлган махсус ассортимент, хизматлар ёки обрў-эътибор билан қопланиши мумкин;

Харидорларнинг товарни фарқлашга бўлган эҳтиёжи уларнинг хабардорлиги ўсиши тўғрисида камайиши мумкин;

Етуклик босқичига чиққан тармоқлар учун хос бўлган маҳсулотларга тақлид қилиш



## 4. БАНКНИНГ РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИ

### Фокус стратегияси хавфи қуйидагилардан иборат:

Фокус стратегиясини танлаган ташкилотлар ва бошқа ишлаб чиқарувчилар ўртасида кенгайиб бораётган харажат фарқи тор мақсадли гуруҳга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ фойдани инкор этиши ёки диққатни жамлаш орқали эришилган фарқлаш самарасидан устун бўлиши мумкин;

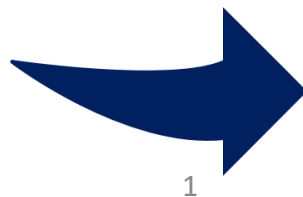
Тор мақсадли мижозлар гуруҳи ва умуман бозор талаб қиладиган маҳсулот ва хизматлар турлари ўртасидаги фарқлар камайиши мумкин;

Рақобатчилар фокус стратегиясини танлаган ташкилот томонидан хизмат кўрсатадиган мақсадли гуруҳ ичида мақсадли гуруҳларни топишлари ва янги ташаббусларида муваффақиятга эришишлари мумкин.



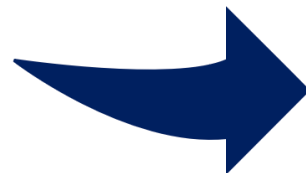
## Фойдаланилган адабиётлар:

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. Банковский маркетинг: Учебно-методический комплекс Николаева Т. П.. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2009. - 224 с.
4. Управление деятельностью коммерческого банка (Банковский менеджмент). Под ред. О.И. Лаврушина. - М.: Юристъ, 2010.



1

ЭЪТИБОРИНГИЗ УЧУН  
**РАҲМАТ !**



1

29

