
**“BANK MARKETING”
CHAPTER – 4.
TYPES OF MARKETING STRATEGIES
HOME WORK WITH ANSWERS
XUSAINOV SH. - PhD**

**“БАНК МАРКЕТИНГИ” ФАНИ
4-МАВЗУ
БАНК МАРКЕТИНГИ СТРАТЕГИЯЛАРИНИНГ ТУРЛАРИ
УЙ ВАЗИФАСИ ЖАВОБЛАРИ БИЛАН
ХУСАИНОВ Ш. -и.ф.н.**

САВОЛЛАРГА ЖАВОБ БЕРИШИНГИЗ КЕРАК:

1. Банк стратегияси деганда нима тушунилади?

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

“Стратегия” атамаси иқтисодиётга ҳарбий лексикондан кириб келган. Дастлаб, у ишлаб чиқаришга нисбатан кичик А.Чандлер томонидан “Стратегия ва тузилма” (1962) китобида ишлатилган бўлиб, унинг асосий мавзуси йирик корпорацияда менежмент эволюциясини таҳлил қилиш эди. Бу концепциянинг кейинги қўлланилиши П.Друкер («Самарали бошқарув», 1963) ва М.Портер («Рақобат стратегияси», 1980) номлари билан боғлиқ.

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

Стратегия банк мақсадлари тизимининг маълум бир даражаси сифатида қаралади. У кўп даражали пирамида шаклида тақдим этилган.

2. Банк стратегиялари нимага асосланиб таснифланади?

Стратегик мақсадлар вақт билан чекланган, узоқ, аммо олдиндан айтиб бўладиган даврга мўлжалланган. Улар тадбиркорлик фалсафаси, корпоратив миссияси, таҳлил ва прогноз натижалари асосида аниқланади, муайян бозорлар ва маҳсулотларга тааллуқлидир. Масалан, ҳар қандай соҳага кириб бориш, бозорни кенгайтириш, мижозларнинг маълум бир гуруҳига қизиқиш.

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. Масалан, маълум миқдорда фойда ёки рентабелликка эришиш, сотиш ҳажми ёки бозор улуши, ишлаб чиқариш ва сотишнинг ўсиш суръатлари ва бошқалар.

Мақсадлар пирамидаси бўйлаб юқоридан пастгача ҳаракатланаётганда, мақсадлар аниқлаштирилади ва уларнинг амалга ошириш даври тораяди. Стратегик мақсадлар нисбатан узоқ муддатли бўлиб, банк мақсадлари тизимида марказий ўринни эгаллайди.

3. Энг кенг тарқалган банк стратегияларини биласизми?

Урушдан кейинги давр учун банк стратегияси концепцияси маълум бир эволюцияни бошдан кечирди, бу рақобат табиати ва интенсивлигининг ўзгариши билан бевосита боғлиқ эди. Иккинчи жаҳон урушидан кейин банк бозори тўлдирилмади ва талабнинг юқори даражаси одатий ҳодиса сифатида қабул қилинди. Рақобат паст интенсивликда бўлиб, банк стратегиясининг асосий муаммоси ресурсларни, биринчи навбатда капитални бошқариш эди. Ушбу стратегия портфел стратегияси деб аталади.

Портфел стратегияси инвестициялар учун йўналишларни (иқтисодий объектларни) танлашни, банкнинг инвестиция портфелини шакллантиришни ўз ичига олади.

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

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

4. Банкнинг корпоратив миссиясининг мазмуни нимадан иборат?

Тадбиркорлик фалсафасининг ифодаси корпоратив миссия бўлиб, у 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,

Тадбиркорлик фалсафаси ва корпоратив миссияси олдиндан белгиланган муддатга эга эмас ва нисбатан барқарордир.

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.