
**“BANK MARKETING”
CHAPTER – 6.
IMPLEMENTATION OF COMPETITIVE STRATEGIES IN BANKS
HOME WORK WITH ANSWERS
XUSAINOV SH. - PhD**

**“БАНК МАРКЕТИНГИ” ФАНИ
6-МАВЗУ
БАНКЛАРДА РАҚОБАТ СТРАТЕГИЯЛАРИНИ АМАЛГА
ОШИРИШ
УЙ ВАЗИФАСИ ЖАВОБЛАРИ БИЛАН
ХУСАИНОВ Ш. -и.ф.н.**

САВОЛЛАРГА ЖАВОБ БЕРИШИНГИЗ КЕРАК:

1. Банк сифат сиёсати деганда нима тушунилади?

Сифат сиёсатининг роли банк рақобатининг кескинлиги ва банк хизматлари истеъмолчиларининг талаблари ортиб бориши муносабати билан кучайди. Сифатнинг қиймати унинг банк рентабеллиги билан боғлиқлиги билан боғлиқ: сифатни ошириш миқдорларни жалб қилади ва сотиладиган банк хизматлари ҳажмини оширади, бу фойданинг кўпайиши ва ўртача харажатларнинг камайишида намоён бўлади.

Сифат мезонларини тўғри белгилаш алоҳида аҳамиятга эга. Маҳсулот сифатининг характеристикалари унинг ишончлилиги, чидамлилиги, хавфсизлиги, фойдали таъсири, истеъмол харажатлари, ташқи кўриниши, хизмат кўрсатиши ва бошқалар бўлиши мумкин. Лекин банк хизматлари сифатини тушуниш керак бўлган нарсада ҳали ҳам бирлик йўқ. Банк хизматлари сифатига нисбатан турлича қарашлар уларнинг номоддийлиги билан боғлиқ. Умуман олганда, сифат субъектив категориядир.

2. . Банк коммуникация сиёсати нимага асосланиб таснифланади?

Банкнинг ҳажм (оммавий) сиёсатининг мақсади бозорга олиб келинган банк маҳсулотлари массаси ҳажми орқали нархларга таъсир этишдан иборат. Натижада (масалан, атайлаб яратилган танқислик) талабнинг сунъий ўсиши ва нархларнинг ошиши бўлиши мумкин. Айрим банкнинг молия бозорларининг асосий маҳсулоти - пул таклифига таъсири чекланганлиги сабабли (муомаладаги пул массасига асосий таъсир Марказий банк томонидан пул-кредит сиёсатининг бир қисми сифатида амалга оширилади), ҳажм сиёсати банклар учун ассортимент каби муҳим эмас.

3. Банкларда нарх сиёсатини биласизми?

уларнинг бозор конъюнктурасига мос равишда ўзгаришини ҳисобга олиш. Нарх сиёсатининг объектлари фоиз ставкалари, тарифлар, комиссиялар, бонуслар (мукофотлар), чегирмалар, омонатнинг минимал миқдори ҳисобланади. Нарх истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи ҳал қилувчи омиллардан биридир. Рақобат курашида нарх катта аҳамиятга эга.

Банк нархларини белгилашда учта асосий ёндашув мавжуд: 1) харажатларга йўналтирилган нарх белгилаш; 2) бозорга йўналтирилган нарх белгилаш; 3) мақсадли нархлаш.

Ҳар қандай банкнинг нарх сиёсатининг узоқ муддатли стратегик мақсади фойдани максималлаштиришдир. Бунга эришиш учун харажатларнинг ҳажми ва тузилишини билиш керак. Харажатга асосланган нархлаш банк ўз харажатларини ҳисоблаб чиқади ва уларнинг кўрсатилаётган хизматлар сонига боғлиқлигини аниқлайди, сўнгра банк хизматларининг нархи ва сотиш ҳажми шундай белгиланадики, сотишдан тушган тушум харажатларни қоплайди ва зарур фойда келтиради.

4. Банкнинг савдо сиёсати нимадан иборат?

Тижорат банкининг маркетинг сиёсати (товар ҳаракати) товарни потенциал харидорга етказишга қаратилган. У иккита асосий жиҳатни ажратиб туради: фазовий (жойлашув ва тарқатиш каналлари) ва вақтинчалик (иш вақти ва хизмат кўрсатишнинг долзарблиги).

Савдо тармоғини ташкил этиш

Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда банклар ва уларнинг филиалларининг зич тармоғи азалдан шаклланган. 1980-йилларда энг юқори банк зичлиги Белгияда бўлиб, у эрда ҳар 968 аҳолига битта банк филиали тўғри келган.

Кўриниб турибдики, ҳар бир аҳолига тўғри келадиган кредит ташкилотлари сони мамлакатда нақд пулсиз ҳисоб-китобларнинг ривожланиш даражасига боғлиқ.

Банкнинг савдо тармоғини ташкил этиш тўғрисида қарор қабул қилишда унинг нафақат истеъмолчиларнинг энг кенг доирасини қамраб олишига, балки банк имкониятларидан оқилона фойдаланишга, уларни тўлиқ юкланишига ҳам интилиш керак. Таклиф этилаётган банк хизматларининг табиати муҳим рол ўйнайди.

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.