



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 09 | pp. 236-241 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### BANKLARDA MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISH VA UZOQ MUDDATLI KREDIT BERISH JARAYONIDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISH TAJRIBALARI



**Razzoqov Nozim Abdiroziqovich.**

Buxoro davlat universiteti.

Buxgalteriya hisobi va statistika kafedrası

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada banklarda mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida va uzoq muddatli kreditlar berish tizimida marketing tadqiqotlarining qo'llanilishi tahlil qilinadi. Marketing tadqiqotlari banklar tomonidan mijozlar ehtiyojlarini aniqlash, bozor talablarini o'rganish va samarali kredit siyosatini ishlab chiqishda muhim rol o'ynaydi. Maqolada marketing strategiyalarining uzoq muddatli kreditlash jarayonidagi ahamiyati va tajribasi haqida fikr yuritiladi, shuningdek, mijozlarning ehtiyojlarini qondirish orqali bank xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish yo'llari ko'rsatiladi.

**Kalit so'zlar:** Bank xizmatlari, uzoq muddatli kreditlar, marketing tadqiqotlari, mijozlar ehtiyojlari, kreditlash siyosati, bank marketingi.

**Аннотация.** В данной статье рассматривается использование маркетинговых исследований в процессе обслуживания клиентов в банках и при долгосрочном кредитовании. Маркетинговые исследования играют важную роль для банков в определении потребностей клиентов, изучении спроса на рынке и разработке эффективной кредитной политики. В статье обсуждается значение и опыт маркетинговых стратегий в процессе долгосрочного кредитования, а также способы повышения конкурентоспособности банковских услуг через удовлетворение потребностей клиентов.

**Ключевые слова:** Банковские услуги, долгосрочные кредиты, маркетинговые исследования, потребности клиентов, кредитная политика, банковский маркетинг.

**Annotation.** This article examines the application of marketing research in the process of customer service and long-term lending in banks. Marketing research plays a crucial role for banks in identifying customer needs, studying market demand, and developing effective credit policies. The article discusses the importance and experience of marketing strategies in long-term lending processes, as well as ways to enhance the competitiveness of banking services by meeting customer needs.

**Keywords:** Bank services, long-term loans, marketing research, customer needs, credit policy, bank marketing.

#### **Kirish.**

Zamonaviy bank tizimida mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va uzoq muddatli kreditlash jarayonlarini samarali tashkil etish bugungi kunda banklar uchun muhim vazifalardan biriga aylangan. Bank xizmatlari bozori rivojlanib, raqobat

kuchaygani sari, banklar o'z mijozlari ehtiyojlarini chuqur o'rganishga va ularga mos mahsulot va xizmatlar taklif qilishga intilishadi. Shu jarayonda marketing tadqiqotlari alohida ahamiyatga ega bo'lib, banklarning samaradorligini oshirish va mijozlar bazasini kengaytirishda asosiy vosita sifatida maydonga chiqmoqda. Marketing tadqiqotlari orqali banklar mijozlarining moliyaviy xulq-atvorini, ehtiyojlarini, kredit olishga bo'lgan qiziqishlarini aniqlaydi, shuningdek, bozorning hozirgi va kelajakdagi tendensiyalarini tahlil qiladi. Ayniqsa, uzoq muddatli kreditlar berish jarayonida marketing tadqiqotlaridan foydalanish, banklarga uzoq muddatli strategik rejalashtirishda yordam beradi va bu orqali mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishga imkon yaratadi. Mazkur maqolada banklarda marketing tadqiqotlarining mijozlarga xizmat ko'rsatish va uzoq muddatli kreditlash jarayonlarida qanday qo'llanilishi, bu jarayonlarda olgan tajribalar va marketing strategiyalarining bank faoliyatidagi ahamiyati tahlil qilinadi. Shu bilan birga, marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanish orqali bank xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlari o'rganiladi.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Mamlakatimiz olimlari va chet el tadqiqotchilari o'zlarining ilmiy ishlarida bank marketingining kredit siyosatini ishlab chiqishdagi o'rni, uning nazariy jihatlarini tahlil qilishga bag'ishlangan. Mamlakatimiz iqtisodchi olimlari B. Navruzzoda, A.Vaxobov, A. Ibrohimov, A. Rahimov, A. Azlarova, M. Abduraxmanova, J. Toxirov, N. Kuliyeu, Sh. Xusainov, S.G'ulomov, O.A Ortiqov, I.Ya Qulliev, Z. Abdullayeva[1,2]va boshqalar tomonidan mazkur sohada izlanishlar olib borganlar. Bank marketingi vositasida xizmat ko'rsatish hamda kredit siyosatiga oid muammolar chet ellik olimlar, ayniqsa, O. Lavrushin, F.Kotler, K.Keller, Y.Redli, T. Nikolaeva, G.Makarovalar tomonidan tahlili qilingan.

### **Asosiy qism.**

Bank xizmatlari bozori tobora kengayib, raqobat kuchaygan sharoitda mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish va uzoq muddatli kreditlar berish bank faoliyatida asosiy yo'nalishlardan biriga aylanib bormoqda. Banklar o'z mijozlari ehtiyojlarini chuqur o'rganish va ularga individual yechimlar taklif qilish orqali bozor ulushini kengaytirishga intilishadi. Ushbu maqsadga erishishda marketing tadqiqotlarining o'rni beqiyos. Marketing tadqiqotlari banklarga mijozlarining moliyaviy ehtiyojlarini aniqlash, kredit olishga bo'lgan qiziqishlarini o'rganish va bozorning kelajak tendensiyalarini aniqlashda yordam beradi. Ayniqsa, uzoq muddatli kreditlar bozorida marketing tadqiqotlari strategik rejalashtirish jarayonining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi.

Bank xizmatlarini taklif etish jarayonida marketing tadqiqotlari muhim o'rin tutadi, chunki ular orqali banklar o'z mijozlari ehtiyojlarini aniqlash, bozor segmentlarini o'rganish, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish va yangi mahsulotlarni ishlab chiqishda foydalanadi. Marketing tadqiqotlari quyidagi vazifalarni hal etishga yordam beradi:

1. Mijoz ehtiyojlarini aniqlash: Mijozlar qanday xizmatlarga va kredit mahsulotlariga qiziqish bildirayotgani, ularning moliyaviy afzalliklari va xavotirlarini tushunishga imkon beradi.
2. Bozor tahlili: Bozorda mavjud tendensiyalar va istiqbolli yo'nalishlarni aniqlashga yordam beradi. Ayniqsa, uzoq muddatli kredit bozorida bu omillar kelajakdagi biznes qarorlarini qabul qilishda hal qiluvchi bo'lishi mumkin.

3. Raqobatchilarni tahlil qilish: Bankning raqobatbardoshligini oshirish uchun raqobatchilarning mahsulot va xizmatlarini chuqur o'rganish muhimdir.

Uzoq muddatli kreditlar banklar uchun katta tavakkalchiliklarni o'z ichiga oladi, shuning uchun bu jarayonda marketing tadqiqotlaridan foydalanish muhim strategik yondashuv hisoblanadi. Marketing tadqiqotlari orqali banklar quyidagi yo'nalishlarda samarali qarorlar qabul qilishi mumkin:

1. Mijozlarning kreditga bo'lgan talabini aniqlash: Marketing tadqiqotlari banklarga mijozlarning uzoq muddatli kredit mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojini chuqur o'rganish va ularning to'lov qobiliyatini baholash imkonini beradi. Shu orqali banklar kredit siyosatini mijozlar talabiga moslashtiradi.

2. Kredit xavflarini boshqarish: Bozor va mijozlar to'g'risidagi ma'lumotlar asosida banklar kredit xavfini kamaytirish bo'yicha samarali choralar ko'rishi mumkin. Bu jarayonda marketing tadqiqotlari raqobatchilar tahlili va bozor barqarorligini baholashga yordam beradi.

3. Kredit mahsulotlarini diversifikatsiya qilish: Marketing tadqiqotlari asosida banklar turli mijoz guruhlari uchun individual kredit mahsulotlarini ishlab chiqishi mumkin. Bu bankning raqobatbardoshligini oshiradi va mijozlar bazasini kengaytiradi.

Xorijiy va mahalliy banklar uzoq muddatli kreditlash jarayonida marketing tadqiqotlaridan foydalanishda turli tajribalarni qo'llab kelmoqda. Xususan, ko'pgina yirik banklar mijozlarga xizmat ko'rsatishda innovatsion yechimlarni tadbiq etish uchun muntazam marketing tahlillarini o'tkazadilar. Bunday tadqiqotlar natijasida banklar yangi mijozlar segmentlarini ochish va yangi kredit mahsulotlarini joriy qilishda muvaffaqiyatga erishmoqda.

Mahalliy banklar esa ko'proq an'anaviy marketing usullaridan foydalanmoqda, lekin so'nggi yillarda ularning ko'pchiligi ham marketing tadqiqotlariga katta e'tibor qaratmoqda. Xususan, kredit siyosatini yanada moslashtirish va raqobatbardosh mahsulotlar yaratish uchun mijozlar to'g'risidagi ma'lumotlarni muntazam tahlil qilish yo'lga qo'yilgan.

Kredit tizimi rivojlangan mamlakatlarda zamonaviy bank faoliyatining o'ziga xos xususiyati bu mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida bank turli xildagi operatsiyalardan foydalanishdir. Masalan, Buyuk Britaniyadagi eng yirik tijorat banklari o'z faoliyatlarida mijozlarga xizmat ko'rsatish operatsiyalarining 100 ga yaqin turlaridan, AQSH tijorat banklari 150 dan ortiq, Yaponiya banklari esa 300 ga yaqin turdagi operatsiyalardan foydalanadilar. Hozirgi vaqtda AQShda 15 mingdan ortiq tijorat banklari mavjud bo'lib, ular mamlakat boylab eng keng tarqalgan bo'lib, ular jismoniy va yuridik shaxslarni qisqa va uzoq muddatli kreditlash siyosatini amalga oshiradilar. Ulardan eng keng tarqalganlari filialsiz banklar, ya'ni filiallari bo'lmagan banklardir. Shuning uchun ham AQSh eng ko'p tijorat banklariga ega davlat hisoblanadi. Kanadada esa barcha bank xizmatlari, shu jumladan korxonalarining investitsiya loyihalarini uzoq muddatli kreditlash ko'p sonli filiallar tarmog'iga ega bo'lgan 20 dan ortiq bo'lmagan banklar tomonidan taqdim etiladi.

Tijorat banklari kredit kapitali bozorining turli sohalarida operatsiyalarni amalga oshiradigan universal institutlardir. Qo'shma Shtatlardagi tijorat banklari mamlakatdagi barcha moliya institutlari jami aktivlarining taxminan 35% ni tashkil qiladi. Yirik banklar kreditlarni istemolchilarga taklif qilish, omonatlarni qabul qilish, hisob-kitoblar va boshqa

turdagi moliyaviy xizmatlarni amalga oshiradilar va barcha operatsiyalar yuqori darajadagi xizmat ko'rsatish bilan birga olib boriladi. Tijorat banklari AQSH kredit tizimining, ayniqsa uzoq muddatga mo'ljallangan ishlab chiqarish loyihalarini kreditlovchi asosiy bo'g'ini tashkil etadi.

Germaniyada yetakchi o'rinni Deutschebank, Drezdennerbank va Commerzbank boshchiligidagi tijorat banklari guruhi egallaydi. Bularda yirik investitsiya loyihalarni uzoq muddat davomida moliyalashtirishni tashkil etish ishlarini amalga oshiruvchi maxsus bo'limlar tuzilgan va bunday tijorat banklari qimmatli qog'ozlarni joylashtirish va uzoq muddatli kreditlash bilan shug'ullanuvchi investitsiya banklari funksiyalarini ham bajaradi. Bugungi kunda Germaniya va Irlandiya sarmoyalari asossida faoliyat yurituvchi "Depfa Bank" Evropa loyiha bozorining eng yirik ishtirokchisi bo'lib, uning aktivlari 200 milliard evroni tashkil qiladi va "cheklangan resurs" infratuzilma loyihalari bo'yicha jami majburiyatlar 2,6 milliard dollarni tashkil etadi. Bank Yevropa, Yaponiya va Shimoliy Amerikada investitsiya loyihalarini moliyalashtirish faoliyatini amalga oshiradi. Yevropada ushbu bank ishtirok etgan yigirma bitta loyihadan o'n to'rttasi Yevropa bozorida (shundan sakkiztasi Buyuk Britaniyada) bo'lgan. Shu bilan birga, mazkur bank yirik loyihalarda (ularning eng kattasi Tube Line - 317 milliard dollar) va nisbatan kichik - East Renfrewshire Schools PFI (68 million yevro)da ishtirok etadi. Bank tomonidan amalga oshirilayotgan loyihalarning katta qismi infratuzilma sohasiga to'g'ri keladi.

G'arbiy Yevropaning yetakchi davlatlari va AQSH bank amaliyotida so'nggi yigirma yillikda jismoniy shaxslar va korxonalarni ishlab chiqarish loyihalarini moliyalashtirishga qaratilgan kreditlar, ipoteka, iste'mol va boshqa turdagi kreditlar bo'yicha operatsiyalar hajmi ayniqsa tez sur'atlar bilan oshdi. Bundan tashqari, ipoteka va kapital qurilishga yo'naltirilgan kreditlari, 80-yillarning ikkinchi yarmida tijorat banklari oldidagi umumiy qarz miqdorining yarmidan ko'pini tashkil etdi. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, 80-90-yillarda, uzoq muddatli kreditlar yirik banklarning eng foydali operatsiyalari qatoriga kirdi. Kredit xizmatlari ko'lami ham tobora kengayib bordi va ishlab chiqarish obektlarini qurish, asbob-uskunalarini sotib olish, kompyuter tizimlarini sotib olish, uy-joy va boshqalar maqsadlar uchun kreditlar korxonalariga taklif etilmoqda.

Jahon banklari amaliyotida uzoq muddatli ipoteka kreditlari bo'yicha ko'plaab operatsiyalar amalga oshirilmoqda va ularning asosiy afzalliklaridan biri shundaki, u ko'chmas mulkka nisbatan yuridik ahamiyatga ega bo'lgan harakatlar aniqligini kafolatlaydi. G'arbiy Evropa va AQShda ko'chmas mulkni ro'yxatga olishning aniq usullariga, shuningdek, ko'chmas mulkka garovning paydo bo'lishi va bekor qilinishini qat'iy huquqiy rasmiylashtirishga asoslangan rivojlangan va qonuniy tartibga solinadigan ipoteka tizimi uzoq vaqtdan beri shakllangan. Masalan, Germaniyada ro'yxatga olish tizimining asosi yer reestri bo'lib, uni yuritishning roli va tartibi Germaniya "Yer reestrini yuritish qoidalari" maxsus akti bilan tartibga solinadi. Bu sohaga eng katta qiziqish Amerika Qo'shma Shtatlarida namoyon bo'lmoqda, u yerda ipoteka kreditlari bozori yuqori darajada rivojlangan va uy-joy qurilishini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirishning kredit hamda garov mexanizmidan samarali foydalanilmoqda. Amerika Qo'shma Shtatlarida ipoteka munosabatlari federal va shtat qonunlariga muvofiq tartibga solinadi. Shunga ko'ra, qarz beruvchi qarz oluvchiga kredit to'g'risida batafsil ma'lumot berishga majburdir va jismoniy shaxsning kredit olish huquqi hech

qanday tarzda cheklanmasligi kerak. Agar yetakchi xorijiy mamlakatlar tajribasiga foydalanilsa, O'zbekiston banklarida uzoq muddatli ipoteka kreditlash tizimini takomillashtirish mumkin.

Buyuk Britaniya banklari tomonidan qo'llaniladigan yana bir an'anaviy kreditlash shakli - bu ssuda hisobvarag'i bo'yich ajratiladigan kreditdir. Korxonaga uchun maxsus kredit hisobvarag'i ochiladi. Shunga qaramay, korxonaning joriy hisobvarag'i kreditlanadi. Bu amaliyotning yana bir ijobiy tomoni cheklar yozish va naqd pul olish orqali ham uni amlga oshirish mumkin. Kredit hisobvarag'i bo'yicha kredit kapital xarajatlarni moliyalashtirish va turli xil tijorat loyihalarini amalga oshirish uchun beriladi. Bu jarayonda investitsiya loyihasini kreditlash shartlari har xil bo'lishi mumkin. Ular sotib olingan asosiy vosita yoki uskunaning iqtisodiy muddatiga yoki ishlab chiqarish loyihasining taxminiy vaqtiga bog'liq. Odatda bu kreditlar o'rta va uzoq muddatli toifaga kiradi. Foizlar har chorakda kreditning to'lanmagan qismi bo'yicha hisoblanadi va mijozning joriy hisobvarag'idan yechib olinadi. Ba'zi hollarda ularni qarzni asosiy summasini to'lash uchun badallar bilan birga ssuda hisobiga o'tkazish amaliyoti qo'llaniladi. Foiz stavkasining o'lchami bankning bazaviy stavkasi bo'yicha (belgilangan stavka bo'lsa) bilan belgilanadi [2]. Investitsion loyihalarni moliyalashtirish bilan shug'ullanuvchi banklar loyihalarni amalga oshirishni tashkil etish, monitoring qilish va tahlil qilish bo'yicha ixtisoslashgan bo'limlarga ega. Ushbu banklarda loyihani o'zlashtirish va moliyalashtirish quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- loyihalarni dastlabki tanlovi;
- loyiha takliflarini baholash;
- loyihani moliyalashtirishga qabul qilish;
- loyihaning amalga oshirilishini nazorat qilish;
- dinamik va statik tahlil.

Loyiha takliflari muayyan mezonlarga muvofiqligi asosida tanlanadi. Loyiha to'g'risidagi umumiy ma'lumotlar, jumladan, investitsiya loyihasining turi, uning sohasi va hududiy mansubligi, so'ralgan mablag' miqdori, loyihani ishlab chiqish darajasi, kafolatlarning mavjudligi va sifati va boshqalar to'g'risidagi ma'lumotlarga dastlabki baho beriladi.

Investitsiya loyihalarini moliyalashtirish jarayonida xalqaro ahamiyatga ega banklar ham muhim ahamiyat kasb etadilar. Masalan Evropa tiklanish va taraqqiyot banki (YTTB) tomonidan Markaziy va Sharqiy Yevropa, Shimoliy Afrika, Markaziy Osiyo mamlakatlarida barqaror rivojlanish strategiyasiga tegishli investitsiya loyihalarini moliyalashtirish ishtirok etadi. Ushbu bank aksiyadorlari tarkibiga dunyoning 73 mamlakatlari kiritilgan. YeTTBning investitsiyalari 2023 yilda 13,1 milliard evro, bu esa 2022 yilgdagiga nisbatan 58 million evroga ko'pdir. Ushbu bank tomonidan moliyalashtirilgan investitsiya loyihalar soni 2019 yilda 452 tani, 2020 yilda 411 tani, 2022 yilda 431 tani va 2023 yilda esa 464 tani tashkil etgan.

#### **Xulosa.**

Ma'lumki, marketing jarayoni mijozni o'rganish, shuningdek, uning ehtiyojlarini aniqlashdan boshlanadi va tovarlarni (xizmatlarni) sotib olish va uning real va potentsial ehtiyojlarini qondirish bilan yakunlanadi. Bank marketingini bankning korxonalarini uzoq muddatli kreditlashning ajralmas qismi deb hisoblash ham mumkin. Ushbu

marketingning mohiyati, uning bank kredit siyosatida aks etishidir, ya'ni yangi bank mahsulotlarini tadqiq qilish, joriy etish va o'rganish oldindan o'tkazilgan marketing tadqiqotlari asosida amalga oshiriladi. Ushbu jarayonda bank taktik marketingi, bank mahsulotlari iste'molchilari bilan ishlash texnologiyasini, bank mahsulotlari bozoridagi raqobatchilarni ta'sir doirasini to'g'ri baholash usullarini - ularning kuchli va zaif tomonlarini, bank xizmatlari uchun segment va joy tanlash mezonlarini aniqlash imkonini beradi. Uzoq muddatli bank kreditlarini iste'molchilarga berish jarayonida, ularning kreditni qaytarib berish qobiliyatini, taklif etilayotgan investitsion loyihaning samaradorlini o'rganish maqsadga muvofiqdir. Banklarda uzoq muddatli kreditlar berish va mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish jarayonida marketing tadqiqotlari bankning bozor talablariga moslashishi va raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Marketing tadqiqotlari orqali banklar mijoz ehtiyojlarini aniqlash, yangi kredit mahsulotlarini yaratish va kredit xavflarini boshqarishda samarali yechimlarni ishlab chiqadi. Shu sababli, banklar o'z faoliyatlarida marketing tadqiqotlariga ko'proq e'tibor qaratishlari zarur.

#### Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O.A Ortiqov, I.Ya Qulliev. Bank menejmenti va marketingi- Toshkent.: "Tafakkur Bo'stoni", 2U15. - 224 b.
  2. Abdullayeva Z. Bank ishi. -T.: —Moliya, 2009. 304 b. B – 166.
  3. Bankovskie operasii: ucheb. posob. dlya sredn. Prof. Obrazovaniya / pod red. Yu.I. Korobova. – M.: Magistr, 2007. – 446 s.
  4. Bankovskie operasii: uchebnoe posobie / kol. avtorov ; pod red. O.I. Lavrushina. - M.: KNORUS, 2007. - 384 s.
  5. Bankovskoe delo: Ucheb. / Pod red. G. Beloglazavoy, L. Kroliveskoy - SPb: Piter, 2008. - 400s.
  6. Navruzova K.N.,Ortikov O.A. Naqd pulsiz hisob-kitoblar va to'lov tizimi – T.: «IQTISOD-MOLIYA», 2014 y.
  7. Bekmurot Isomov. Real investments and investing in market conditions. "Economics and Tourism" international scientific and innovative journal. №1(1) 2021, 77-83 page.
  8. Bakayeva M. Budget-Tax Policy As A Means Of State Regulation Of The Market Economy //Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz). – 2023. – Т. 43. – №. 43.
  9. Bakayeva M. The Role of Islamic Finance in the Capital Market in Uzbekistan //Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz). – 2022. – Т. 11. – №. 11.
  10. Axrorovna B. M. The Importance of Digitizing the Tax System //European Journal Of Business Startups And Open Society. – 2022. – Т. 2. – №. 11. – С. 1-5.
  11. Bakayeva M. The Impact Of Tax And Customs Privileges On The Prosperity Of The Population //Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz). – 2022. – Т. 11. – №. 12.
- Bakayeva M. BUDJET VA SOLIQ SIYOSATI ORQALI MILLIY IQTISODIYOTGA XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB QILISHNI RAG'BATLANTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH //ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz). – 2023. – Т. 44. – №. 44.

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

