

KORXONALAR FAOLIYATIDA MOLIYAVIY MARKETING MUNOSABATLARINI AMALGA OSHIRISH YO'NALISHLARI

DIRECTIONS FOR IMPLEMENTING FINANCIAL MARKETING RELATIONSHIPS IN ENTERPRISE ACTIVITIES

¹Aminova Maksuda
Saminovna

¹Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti,
"Biznes va boshqarish" kafedrasi dotsenti.

Annotatsiya Abstract

Uzb. - Ushbu maqolada korxonalar faoliyatida moliyaviy marketing munosabatlarini samarali tashkil etish va amalga oshirish masalalari atroflicha muhokama qilingan. Unda bozor kon'yunkturasi, raqobat sharoitida moliyaviy resurslarni boshqarishning marketing yondashuvlari hamda ular korxona barqarorligiga ko'rsatadigan ta'siri yoritib berilgan. Shuningdek, korxonalar faoliyatining rentabelligini oshirish, iqtisodiy xavfsizligini mustahkamlash hamda bozor ulushini kengaytirishda moliyaviy marketingning o'rni va afzalliklari tahlil qilingan. Maqola yakunida esa korxonalarda moliyaviy marketing munosabatlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosa va amaliy takliflar bayon etilgan.

Eng. - This article discusses in detail the issues of implementing financial marketing relationships in the activities of enterprises. It highlights market conditions, the application of marketing approaches in managing financial resources under competitive environments, and their impact on the stability of the enterprise. The study also analyzes the role and advantages of financial marketing in increasing enterprise profitability, strengthening economic security, and expanding market share. Finally, the article presents scientifically grounded conclusions and practical recommendations for improving the implementation of financial marketing relationships in enterprises.

Kalit so'zlar: Keywords:

- ❖ *korxona faoliyati, marketing, moliyaviy marketing, munosabat.*
- ❖ *enterprise activity, marketing, financial marketing, relationships.*

Kirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har qanday korxona o'z faoliyatini samarali tashkil etish uchun moliyaviy resurslarni to'g'ri boshqarish va ulardan maqsadga muvofiq foydalanishni bilishi zarur. Buning uchun moliyaviy marketing yondashuvi qo'llaniladi. Ushbu marketing yondashuvi moliya va marketing tizimlarining uzviy birlashuvi sifatida korxonada moliyaviy qarorlarni bozor ehtiyojlariga mos ravishda qabul qilish uchun qo'llaniladi. Mazkur yondashuv orqali korxona

moliyaviy siyosatini faqat ichki hisob-kitoblar asosida emas, ya'ni bozordagi talab va taklif, raqobat muhiti, sarmoyadorlar intilishlari va mijozlar ehtiyojlariga qarab shakllantiradi. Shu tariqa, moliyaviy marketing faqat pul mablag'larini jalb etish yoki taqsimlash jarayoni emas, aniqroq qilib aytganda, bozorni tahlil qilish, istiqbolni prognoz qilish va moliyaviy qarorlarni strategik jihatdan yo'naltirish jarayonini aks ettiradi. Bu esa korxonalar faoliyatini samarali tashkil etishda

moliyaviy marketing munosabatlarini amalga oshirishni taqozo qiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.

Korxonalar faoliyatida moliyaviy marketing munosabatlarini amalga oshirish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, ayrim tadqiqotlarda korxonalar faoliyatini samarali tashkil etishda moliyaviy marketing munosabatlari aloqalariga asoslangan marketing tushunchasi tadqiq qilinadi. Ya'ni, aloqalar marketingi so'nggi o'n yilliklar davomida dolzarb bo'lib qolgan zamonaviy biznesni rivojlantirish konsepsiyasini aks ettiradi [1]. Yana bir tadqiqotlarga ko'ra, korxonalarda marketing faoliyati ko'pincha sotish bilan bog'liq moliyaviy majburiyatlarni belgilashi aks ettiriladi. Unga asosan, xizmatlarni sotishda munosabatlar marketingi harakatlarining samaradorligi ko'p jihatdan mijozlarning tashkilot bilan munosabatlarining chuqurligi va kengligini oshirish majburiyatiga bog'liq bo'ladi [2]. Ushbu tadqiqotga ko'ra, mijozlar sodiqligini boshqarishda mijozlar ta'limi, ishtiroki va moliyaviy muammolarni boshqarishning nisbiy ahamiyatini o'rganadigan model taqdim etiladi. Boshqa bir tadqiqotlar korxona sifatida moliyaviy muassasa sifatida banklarning xizmatlari bevosita marketing faoliyatini samarali tashkil etishga bog'liqligini asoslaydi. Jumladan, bank xizmatlari bozorida marketing faoliyatini tashkil etish orqali tijorat banklari yuqori xo'jalik natijalariga erishish va daromad o'sishini ta'minlash imkoniyatiga ega bo'ladilar [3].

Tadqiqotlarga asosan, iqtisodiyotda faoliyat yuritayotgan korxonalar iqtisodiy va moliyaviy faoliyatidan qat'iy nazar, bir xil tarzda faoliyat ko'rsata olmaydilar. Buning uchun korxonalar o'z maqsadlarini amalga oshirishda bevosita hamkorlikda iqtisodiy munosabatlarni olib boradilar va natijada korxonalarning moliyaviy faoliyati shakllanadi. Shunga asosan, korxonalarning moliyaviy

faoliyati bevosita moliyaviy munosabatlar tizimi orqali amalga oshiriladi [4].

Boshqa xil tadqiqotlarda esa korxonalarda marketing faoliyati bevosita moliyaviy ko'rsatkichlar hisob-kitobi tahliliga ham asoslanishi qayd etiladi. Ya'ni, marketing faoliyati ta'siri klassik boshqaruv funktsiyalari doirasidagi har qanday boshqa faoliyat singari amalga oshirilib, kompaniyaning moliyaviy ko'rsatkichlariga ta'sir qiladi. Ushbu faoliyatni amalga oshirishda ishlab chiqarish faoliyatining ta'siri singari ish faoliyatini baholash, budjetni rejalashtirish va boshqalar uchun umumiy moliyaviy ko'rsatkichlardan ajratilgan holda tuzilishi lozim [5]. Bu orqali korxonalarda ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish va kompaniyaning mahsulot turlarini optimallashtirish asosiy maqsad qilib tanlanadi. Shularga bog'liq holda, boshqa turdagi tadqiqotlarga ko'ra, korxonalar moliyaviy yo'nalishlarga asoslangan marketing faoliyatini amalga oshirish bevosita uning marketing strategiyasini namoyon qiladi. Masalan, korxonaning moliyaviy strategiyasi tashqi va ichki muhit omillarining o'zgarishi asosida moliyaviy resurslarni samarali jalb qilish va ulardan foydalanish hamda ularning oqimini muvofiqlashtirish orqali korxona maqsadlarini shakllantirish va amalga oshirish tizimini ifodalaydi [6].

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur tadqiqotda empirik va nazariy darajadagi usullardan, ya'ni induksiya, deduksiya, tahlil va sintez, kuzatuv usullaridan foydalaniladi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Bugungi kunda korxona faoliyatida moliyaviy marketing munosabatlarni amalga oshirish holati quyidagi bir nechta yo'nalishlarda namoyon bo'ladi:

- moliyaviy resurslarni shakllantirishda marketing yondashuvi. Bu yo'nalish korxona kapitalini jalb etishda bozor talablarini, kredit va investitsiya sharoitlarini tahlil qilishni nazarda tutadi.

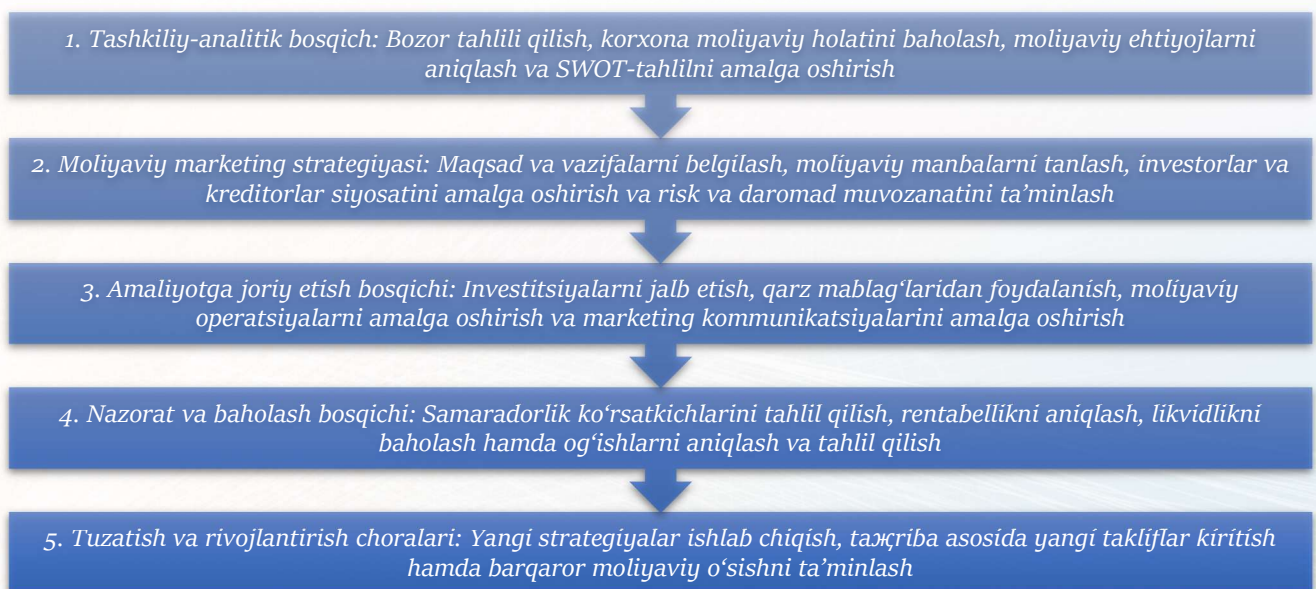
- sarmoyadorlar va mijozlar bilan munosabatlar. Ushbu yoʻnalish moliyaviy marketing sarmoyadorlarni jalb etishda ishonchli axborot berish, korporativ obroʻni oshirish va uzoq muddatli munosabatlarni barpo etishga qaratiladi.

- moliyaviy xizmatlar bozorida raqobat strategiyasi. Bu yoʻnalish esa korxona oʻzining moliyaviy mahsulotlarini (aksiyalar, obligatsiyalar, sugʻurta, kredit, investitsiya loyihalari va h.k.) samarali ilgari surish uchun bozordagi raqobat ustunliklarini belgilaydi.

- innovatsion moliyaviy instrumentlardan foydalanish. Ushbu yoʻnalish zamonaviy raqamli texnologiyalar, turli yechimlar va elektron toʻlov tizimlari orqali

moliyaviy jarayonlarni optimallashtirish mumkin.

Shularga asosan, korxonalar faoliyatida moliyaviy marketingni amalga oshirishda marketing va moliya boʻlimlari hamkorligini taʼminlash lozim. Bu orqali moliyaviy qarorlar bozor tahlili natijalari bilan uygʻunlashadi. Korxona moliyaviy siyosatida marketing strategiyasini aks ettirish orqali yangi bozorlarga chiqish yoki mijozlar doirasini kengaytirish uchun moliyaviy resurslar taqsimoti strategiyasi ishlab chiqiladi. Moliyaviy koʻrsatkichlar va marketing samaradorligini baholash tizimini yaratish orqali ROI (Investitsiyalar qaytimi) va ROMI (Marketing investitsiyalar qaytimi) kabi koʻrsatkichlardan foydalanish lozim.



1-rasm. Korxonalar faoliyatida moliyaviy marketing munosabatlarini amalga oshirish jarayoni

Mijozlar bilan moliyaviy kommunikatsiyalarni rivojlantirish esa korxona faoliyati ochiqqligi va shaffofligi orqali ishonchni mustahkamlashga xizmat qiladi. Biroq, korxonalar faoliyatida moliyaviy marketing tizimini joriy etishda kadrlar salohiyati yetishmasligi, axborot taʼminoti sustligi, raqamli infratuzilmani rivojlanmaganligi va moliyaviy maʼlumotlar shaffof emasligi kabi muammolar ham yuzaga

kelishi mumkin. Ushbu muammolarni bartaraf etish uchun davlat tomonidan moliya bozorida raqobat muhitini yaxshilash, innovatsion texnologiyalarni joriy qilish va taʼlim sohasida moliyaviy savodxonlikni oshirish lozim. Bu borada korxonalar faoliyatida moliyaviy marketing munosabatlarini amalga oshirish quyidagi bosqichlarga asoslanadi (1-rasm).

Ushbu 1-rasmga asosan, moliyaviy marketing munosabatlarini amalga oshirish

jarayonida birinchi bosqich tahlil va ma'lumot to'plashni, ikkinchi bosqich strategiyani belgilashni, uchinchi bosqich amaliy faoliyatni yo'lga qo'yishni, to'rtinchi bosqich natijalarni baholash va nazorat qilishni va beshinchi bosqich esa tahlil natijalariga ko'ra tuzatishlar kiritishni o'z ichiga oladi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, fikrimizcha, korxonalar faoliyatida moliyaviy marketing munosabatlarini amalga oshirish uchun quyidagi vazifalarning to'liq ravishda bajarilishi muhim o'rin tutadi:

- moliyaviy marketing konsepsiyasini strategik boshqaruv tizimiga integratsiya qilish. Buning natijasida korxonalar moliya va marketing faoliyati o'rtasidagi uzviy bog'liqlik kuchaytiriladi;

- korxonalarda moliyaviy tahlil va marketing tadqiqotlarini avtomatlashtirish. Natijada, zamonaviy raqamli platformalarni qaror qabul qilish tezligi oshiriladi;

- moliyaviy marketing kadrlarini tayyorlash. Bu bilan iqtisodiy ta'lim tizimida moliyaviy marketing fanini amaliyotga yaqinlashtirish mumkin bo'ladi;

- innovatsion moliyaviy xizmatlar bozorini rivojlantirish. Natijada, turli startaplar, elektron to'lov tizimlari va kraudfanding platformalarini qo'llab-

quvvatlash orqali korxonalar moliyaviy imkoniyatlari kengayadi;

- korxonalarda moliyaviy shaffoflikni ta'minlash. Shuni yordamida ochiq hisobot berishni yo'lga qo'yish orqali sarmoyador ishonchini oshirishga erishiladi.

Xulosa va takliflar.

Moliyaviy marketing munosabatlarini to'g'ri tashkil etish korxona faoliyatida strategik ahamiyatga ega yo'nalish bo'lib qaraladi. U moliyaviy barqarorlikni ta'minlaydi, bozordagi raqobatbardoshlikni mustahkamlaydi hamda investitsiya oqimlarini ko'paytirib, korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlaydi. Shu bois, har bir zamonaviy korxona moliyaviy marketingni o'z boshqaruv tizimining asosiy unsuri va ajralmas qismi sifatida ko'rishi lozim. Natijada, moliyaviy marketing munosabatlarini samarali yo'lga qo'ygan korxonalar moliyaviy barqarorlik va likvidlikni saqlab qoladilar, investitsiyalarni jalb etish imkoniyatlarini yanada kengaytiradilar, bozorda raqobatbardoshlikni oshiradilar, mijozlar va hamkorlar bilan uzoq muddatli ishonchli munosabatlarni shakllantiradilar hamda moliyaviy risklarni kamaytirish va kapitaldan foydalanish samaradorligini oshiradilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Соболева Ю.П., Головенков И.В. Практические аспекты внедрения маркетинговой концепции отношений в процесс управления организацией (на примере сферы креативного туризма). // *Естественно-гуманитарные исследования*, № 1 (51), 2024. - с. 429.
2. Eisingerich A., Bell S. Relationship marketing in the financial services industry: The importance of customer education, participation and problem management for customer loyalty. *J Financ Serv Mark* 10, 86-97 (2006). <https://doi.org/10.1057/palgrave.fsm.4760022>
3. Azlarova A.A., Abduraxmanova M.M. O'zbekiston bank tizimida marketing faoliyatini takomillashtirish istiqbollari. // *"Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar"* ilmiy-elektron jurnali. №1, yanvar-fevral, 1/2018 (№ 00033).
4. Sotvoldiev E. Importance of financial relations of enterprises in management. // *Экономика и социум*, №2(117), 1, 2024. - p. 669.
5. Рослякова С.А. Маркетинговая деятельность предприятия [Текст]: учеб. пособие./С.А.Рослякова. -Екатеринбург:Изд-во Урал, ун-та, 2008. -с. 83.
6. Saidnazarov F.A. Korxonalarda moliyaviy strategiyalarni ishlab chiqish va joriy etish ("O'zbekgidroenergo" AJ misolida). // *Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida qulay ishbilarmonlik muhitini rivojlantirish yo'nalishlari*, 2023, 1(01), - 332 b.