Emro Science and Education
Open-access scientific journal
Journal homepage: https://journal.emro.uz
OPEN ACCESS

CONFERENCE PAPER OPEN ACCESS

Vol. 1 No. 4 (2024) · “Milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish va yuqori iqtisodiy o‘sish sur’atlarini ta’minlashning ustuvor yo‘nalishla...

ta´minlashning ustuvor yo´nalishlari´ mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjuman

8. O‘zbekiston Fond birjasining rivojlanish statistikalari. URL: https://www.uzse.uz/ru

9. Shavkatov, A., & Tashkentov, B. (2022). Digital Finance in Central Asia: The Case of Uzbekistan. Asian Economic Policy Review, 13(2), 91-105.

LIZING MUNOSABATLARINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYASINING AHAMIYATI

G‘oyibnazarov Muhammad Xamidbekovich
Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrasi magistranti
muxammadg‘oyibnazarov@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada lizing munosabatlarini rivojlantirishda marketing strategiyalarining ahamiyatiga doir tadqiqotlar olib borilib, natijada tegishli xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so`zlar. Lizing strategiyalari, lizingda bozor segmentatsiyasi, mijozlarning sodiqligi lizingi, lizing uchun raqamli marketing, lizing kompaniyasining brendingi, maqsadli lizing yechimlari.

Kirish. Lizing tarmoqlar bo‘ylab biznes uchun muhim moliyaviy yechimga aylandi, bu moslashuvchanlik, iqtisodiy samaradorlik va ko‘p hollarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri xaridlar mos kelmaydigan kengayishni ta'minlaydi. Samarali marketing strategiyalari lizing munosabatlarini o‘rnatishda, nafaqat yangi mijozlarni jalb qilish, balki mavjud hamkorlikni davom ettirish va rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Ushbu maqola bozor segmentatsiyasi, raqamli mavjudligi, mijozlarning sodiqligi va hamkorlikni rivojlantirish kabi sohalarga e'tibor qaratib, lizing munosabatlarini rivojlantirishga yordam beradigan asosiy marketing strategiyalarini o‘rganadi.

Tadqiqot usuli. Tadqiqotda statistik ma'lumotlar tahlili, qiyosiy tahlil, mantiqiy tahlil, nazariy tahlil, tizimli tahlil, xronologik, monografik usullardan samarali foydalanildi.

Tadqiqot masalalari va muhokamasi. Lizing bozori va maqsadli segmentatsiyasi haqida shuni ko`rsatadiki, lizing sohasida hamma uchun yagona yondashuv kamdan-kam samara beradi. Lizing kompaniyalari mazmunli, moslashtirilgan marketing strategiyalarini yaratish uchun maqsadli bozor segmentlarini chuqur tushunishlari kerak. Masalan, ofis jihozlarini qidirayotgan kichik startapning ehtiyojlari transport vositalari parkiga muhtoj bo‘lgan transmilliy korporatsiyaning ehtiyojlaridan tubdan farq qiladi.

Bozorni segmentatsiyalash va maqsadli belgilashda kichik biznes, korporatsiyalar va frilanserlar kabi asosiy mijozlar guruhlarini aniqlab olish talab etiladi. Har bir segment uchun maxsus mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqish zarur. Masalan, lizing firmalari takliflarni soha bo‘yicha (masalan, sog‘liqni saqlash, IT, logistika) yoki muayyan mahsulot liniyalari (masalan, ofis uskunalari, ko‘chmas mulk) bo‘yicha moslashtirishi mumkin.

Mahsulotlarni birlashtirish va moslashtirishda uskuna lizingi bilan texnik xizmat ko‘rsatish kabi mahsulot to‘plamlarini taklif qilish qiymat qo‘shadi va mijozlarni jalb qiladi. Erta tugatish shartlari yoki turli xil lizing shartlari kabi moslashuvchan variantlar mijozning turli ehtiyojlarini qondiradi va lizingning jozibadorligini oshiradi.

Segmentatsiyaga sarmoya kiritib, lizing kompaniyalari yanada samarali muloqot qilishlari, kerakli mijozlarni jalb qilishlari va uzoq muddatli lizing munosabatlari uchun mustahkam poydevor yaratadi.

Published: 23.12.2024

Cite this article: G‘oyibnazarov Muhammad Xamidbekovich (2024). Lizing munosabatlarini rivojlantirishda marketing strategiyasining ahamiyati. Emro Science and Education, 1(4). https://journal.emro.uz/public/maqola/1120

© 2024 The Author(s). Published by Emro Science and Education. This is an open access article.

Bugungi kunda mijozlar lizing imkoniyatlarini o‘rganish va solishtirish uchun internetga murojaat qilishadi, bu esa kuchli raqamli marketing zaruratini keltirib chiqaradi. Raqamli marketing lizing kompaniyalariga keng auditoriyani qamrab olish, potentsial mijozlarni jalb qilish va ishonchlilik va tajriba uchun obro‘ qozonish imkonini beradi.

Raqamli marketing quyidagilarni o`z ichiga oaldi:

1. Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO):

❖ Veb-saytlarni maqsadli kalit so‘zlar bilan optimallashtirish, masalan, "arzon uskunalar lizingi" yoki "moslashuvchan avtomobil ijarasi shartlari" qidiruv tizimlarida ko‘rinishni oshiradi;

❖ Yaxshi optimallashtirilgan sayt lizing yechimlarini faol izlayotgan mijozlarga lizing kompaniyasini osongina topish imkonini beradi.

2. Ijtimoiy media va kontent marketingi:

❖ LinkedIn va Instagram kabi platformalar mijozlar muvaffaqiyati hikoyalari, soha tushunchalari va lizing bo‘yicha maslahatlarni namoyish qilish uchun joylarni taqdim etadi;

❖ "Kichik biznes uchun lizingning afzalliklari" yoki "To‘g‘ri ijara shartlarini tanlash" kabi bloglar kabi jozibali kontent potentsial mijozlarni o‘rgatadi va kompaniyani sanoat yetakchisi sifatida belgilaydi.

3. Etakchi ishlab chiqarish vositalari:

❖ Ijara kalkulyatorlari yoki yuklab olinadigan qo‘llanmalar kabi interaktiv vositalar lizing kompaniyalariga qiymat taklif qilishda mijozlar ma'lumotlarini olishda yordam beradigan yetakchi jalb qiluvchi bo‘lib xizmat qiladi.

Mijozlar ko‘pincha uzoq muddatli shartnomalar tuzadigan lizingda mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifati hal qiluvchi ahamiyatga ega. Shaxsiylashtirilgan, mijozga yo‘naltirilgan yondashuvni va sodiqlikni oshiradi.

Shaxsiylashtirilgan ijara shartlari kechiktirilgan to‘lovlar yoki oldindan to‘lovsiz variantlar kabi moslashuvchan lizing tuzilmalarini taklif qilish turli moliyaviy imkoniyatlar va biznes ehtiyojlarini qondiradi. Mijozlar tarixi yoki sektori (masalan, qishloq xo‘jaligi korxonalari uchun mavsumiy to‘lov rejalari) asosida shartlarni o‘zgartirish lizingni yanada jozibador qilishi mumkin.

Kattaroq mijozlar uchun hisob menejerlarini tayinlash ijarani boshqarish va qo‘llab-quvvatlash uchun yagona aloqa nuqtasini ta'minlaydi.

Muntazam ro‘yxatdan o‘tish va mijozlarni faol jalb qilish munosabatlarni o‘rnatishi va kelajakda ijara yoki qo‘shimcha xizmatlar imkoniyatlarini aniqlashga yordam beradi.

Shaxsiylashtirilgan xizmatga ustuvor ahamiyat berish orqali lizing kompaniyalari mijozlarni lizingni yangilashga undaydigan ijobiy tajribalarni yaratishi mumkin, bu esa ishdan chiqishni kamaytiradi va mijozlarning sodiqligini kuchaytiradi.

Ishlab chiqaruvchilar va yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik lizing kompaniyalari ishlab chiqaruvchilar bilan hamkorlikda muayyan mahsulotlarga eksklyuziv yoki chegirmali lizing taklif qilishlari mumkin. Masalan, kompyuter ishlab chiqaruvchisi startaplar uchun texnologik uskunalar lizingini ilgari surish uchun lizing firmasi bilan hamkorlik qilishi shular jumlasidan.

Ushbu hamkorliklar lizing kompaniyalariga o‘rnatilgan texnik xizmat ko‘rsatish bilan kompyuter lizingi kabi paketlarni taklif qilish imkonini beradi, bu esa lizing shartnomasini yanada jozibador qiladi.

Bir-birini to‘ldiruvchi korxonalar bilan o‘zaro reklama aktsiyalari ofis mebellarini yetkazib beruvchilar yoki avtoulovlarga texnik xizmat ko‘rsatish kompaniyalari kabi

qo‘shimcha xizmatlar bilan hamkorlik qilish lizing kompaniyalariga paketli bitimlar taklif qilish imkonini beradi.

Mijozlarning sodiqlik dasturlarini yaratish ha muhim hisoblanadi. Sodiqlik lizingda ayniqsa qimmatlidir, chunki u ijarani yangilashdan takroriy daromad olishga olib keladi va o‘zaro sotish va sotish imkoniyatlari orqali mijozlar munosabatlarini kengaytirishi mumkin. Sodiqlik dasturlarini ishlab chiqish mijozlar o‘rtasidagi munosabatlarni mustahkamlaydi va uzoq muddatli lizing majburiyatlarini rag‘batlantiradi. Rag‘batlantirish va mukofotlar lizingni uzaytirish uchun chegirmalar yoki maxsus tariflarni taklif qilish mijozlarni lizing shartnomalarini davom ettirishga undaydi. Misol uchun, ijara muddatini uzaytirishda 10 foiz chegirma mijozlar uchun jozibali rag‘bat bo‘lishi mumkin. Yangi biznes olib borayotgan mijozlar uchun tavsiya etilgan bonuslar kompaniyaning mijozlar bazasini kengaytiradi va mijozlarni himoya qilish uchun mukofot beradi.

Qayta aloqa mexanizmlari so‘rovlar yoki ijaradan keyingi baholashlar orqali fikr-mulohazalarni to‘plash mijozning qoniqishini tushunish imkonini beradi. Ushbu fikr-mulohazaga muvofiq harakat qilish mijozlar tajribasini yaxshilash, mijozlar ishonchini mustahkamlash majburiyatini namoyish etadi.

Ishonchlilikni oshirish uchun esa marketing materiallarida ijobiy sharhlarni ham ko‘rsatilishi mumkin.

Xulosa. Lizing sohasidagi marketing strategiyalari shaffoflik, qulaylik va shaxsiylashtirilgan xizmatni qadrlaydigan zamonaviy mijozlar ehtiyojlarini qondirish uchun rivojlanishi kerak. Bozorlarni samarali segmentatsiyalash, raqamli marketingdan foydalanish, mijozlarning shaxsiy o‘zaro munosabatlariga e'tibor qaratish, strategik hamkorlikni shakllantirish va texnologiyalardan foydalanish lizing kompaniyalari kuchliroq va foydali munosabatlarni rivojlantirishi mumkin. Bunday strategiyalar nafaqat yangi mijozlarni jalb qiladi, balki mavjud mijozlarni ijara shartnomasini yangilashga undaydi, bu esa tobora kuchayib borayotgan raqobat bozorida barqaror o‘sish traektoriyasiga olib keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (latest edition). Marketing Management. This foundational text covers various marketing strategies, consumer behavior, and market analysis.
2. Buttle, F., & Maklan, S. (latest edition). Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. This book covers strategies for managing customer relationships effectively.
3. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (latest edition). Digital Marketing. This book explores digital marketing strategies and their applications in various industries, including leasing.
4. Creswell, J. W. (latest edition). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. This book provides insights into designing qualitative research, including interviews and focus groups.
5. Field, A. (latest edition). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. A comprehensive guide on quantitative research methods and statistical analysis.

QISHLOQ XO‘JALIGIDA ISHLAB CHIQARISHDAGI INVESTITSIYA AHAMIYATI

Zaripov Azamat Djurayevich
Guliston davlat universiteti Buxgalteriya hisobi va moliya kafedrasi o`qituvchi