Ilmiy tadqiqotlar va ularning yechimlari jurnali
Aoka guvohnoma № 323759 ISSN: 3060-4818

KORPORATIV MIJOZ TUSHUNCHASI, MOHIYATI VA TASNIFI KORPORATIV MIJOZ TUSHUNCHASINING ILMIY-NAZARIY TALQINI

Yusupov Abdulaziz Abubakr o‘g‘li
Andjion davlat texnika instituti talabasi
Email: yusupov43ab@gmail.com

Annotatsiya: Tijorat banklarida korporativ mijozlarga xizmat ko‘rsatish murakkab bank operatsiyalarini qamrab olgan. Birlamchi tushuncha keltirib olish uchun ushbu maqolada korporativ mijoz qanday tashkil topishi va tijorat banklarida boshqa mijozlardan qanday ajratib olish tasvirlanadi.
Kalit so‘zlar: korporativ mijoz, tijorat banklar, yuridik shaxs, kredit, valyuta.

ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО КЛИЕНТА НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОНЯТИЯ КОРПОРАТИВНОГО КЛИЕНТА

Аннотация: Обслуживание корпоративных клиентов в коммерческих банках включает в себя сложные банковские операции. Для обеспечения базового понимания в данной статье описывается, как формируется корпоративный клиент и как отличать его от других клиентов в коммерческих банках.
Ключевые слова: корпоративный клиент, коммерческие банки, юридическое лицо, кредит, валюта.

THE CONCEPT, ESSENCE AND CLASSIFICATION OF A CORPORATE CLIENT SCIENTIFIC AND THEORETICAL INTERPRETATION OF THE CONCEPT OF A CORPORATE CLIENT

Abstract: Serving corporate clients in commercial banks involves complex banking operations. To provide a basic understanding, this article describes how a corporate client is formed and how they are distinguished from other clients in commercial banks.
Key words: Coporate client, commercial banks, legal entity, credit, currency.

Kirish. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida tijorat banklarining raqobatbardoshligi ko‘p jihatdan ularning korporativ mijozlarga xizmat ko‘rsatish tizimining sifati va samaradorligiga bog‘liq. Korporativ sektor - ya‘ni yuridik shaxslar, yirik va o‘rta biznes sub‘ektlari bankning asosiy daromad manbalari sifatida alohida strategik ahamiyat kasb etadi. Shu bois, ushbu mijozlar guruhiga ko‘rsatiladigan xizmatlarning to‘liqligini ta‘minlash, ularni raqamli texnologiyalar asosida modernizatsiya qilish va mijoz ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish bugungi bankchilik amaliyotining markaziy muammolaridan biriga aylangan. O‘zbekiston Respublikasida bank tizimini isloh qilish va moliyaviy xizmatlar bozorini rivojlantirish borasida 2022-2025 yillarda keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilgan. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “Yangi O‘zbekiston” taraqqiyot strategiyasida hamda “O‘zbekiston - 2030” strategik maqsadlarda bank tizimining raqobatbardoshligini oshirish, moliyaviy faoliyatini kengaytirish va xususiy sektorda bank xizmatlariga bo‘lgan talabni qondirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan [1]. Ushbu maqsadlarga erishishda korporativ mijozlarga sifatli xizmat ko‘rsatish tizimini takomillashtirish muhim rol o‘ynaydi [2]. Bugungi kunda O‘zbekiston tijorat banklari korporativ mijozlarga kreditlash, hisob-kitob xizmatlari, to‘lov operatsiyalari, valyuta konvertatsiyasi, lizing va faktoring kabi xizmatlarning keng spektrini taqdim etmoqda. Biroq, amaliyot shuni ko‘rsatadiki, ushbu xizmatlarning sifati, tezligi va

raqamlashtirilganlik darajasi ko‘pincha xalqaro standartlarga to‘liq mos kelmasligini namoyon etadi. Korporativ mijozlarning raqamli tarmoqlari orqali xizmat olish imkoniyatlarini kengaytirish, xizmat ko‘rsatish vaqtini qisqartirish va individual yondashuv tamoyillarini amaliyotga joriy etish masalalari hali ham yetarli darajada hal etilmagan [3].

Asosiy qism. Zamonaviy bankchilik nazariyasi va amaliyotida “korporativ mijoz” tushunchasi bir necha o‘n yillar davomida shakllangan va hozirgi kunda ilmiy hamda amaliy nuqtai nazardan mustaqil kategoriya sifatida tan olingan. Biroq, ushbu tushunchaning yagona, umumqabul qilingan ta‘rifi ilmiy adabiyotlarda hali ham muhokama mavzusi bo‘lib qolmoqda. Turli maktablar vakillari, xalqaro moliya institutlari va milliy qonunchilik normalari bu tushunchaga har xil mazmun yuklaydi. Keng ma‘noda **korporativ mijoz** - bu bankka puli operatsiyalar bo‘yicha murojaat qiluvchi va tijorat yoki notijorat faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxs yoki yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lmagan, ammo tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi tashkiliy birlikdir [4]. Tor ma‘noda esa korporativ mijoz deganda, asosan, o‘rta va yirik biznes sub‘ektlari, aktsiyadorlik jamiyatlari, davlat korxonalari va ularga tenglashtirilgan tuzilmalar tushuniladi. Rus iqtisodchi olimasi O. I. Lavrushinning ta‘rifiga ko‘ra, korporativ mijoz - “bank bilan uzoq muddatli va ko‘p qirrali moliyaviy hamkorlikni amalga oshiradigan, bir nechta xizmat turlaridan birvarakayiga foydalanuvchi va bank uchun yuqori daromad potentsialini ifoda etuvchi yuridik shaxs” hisoblanadi [5]. Ushbu ta‘rifda korporativ mijozning uch muhim belgisi ajralib turadi: munosabatlarning uzoq muddatliligi, xizmatlar majmuasidan foydalanish va bank uchun moliyaviy ahamiyatning muhim o‘ringa ega ekanligi.

Xalqaro amaliyotda, xususan, Bazel qo‘mitasining hujjatlarida korporativ mijozlar odatda “corporate segment” yoki “wholesale banking clients” atamasi bilan belgilanadi va ular jismoniy shaxslar hamda kichik biznesdan ajratiladi. Jahon bankining 2023 yildagi tahliliy hisobotida esa korporativ mijozlar sifatida yillik aylanmasi ma‘lum chegaradan oshuvchi, rasmiy hisobot tuzuvchi va bank tizimi bilan tizimli aloqada bo‘luvchi biznes sub‘ektlari ko‘rsatiladi [6]. O‘zbekiston milliy qonunchiligida “korporativ mijoz” atamasi bevosita qonuniy ta‘riflanmagan bo‘lsa-da, “Banklar va bank faoliyati to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonunida yuridik shaxslarga bank xizmatlari ko‘rsatishga oid alohida normalar mavjud bo‘lib, ular amalda korporativ segmentni tartibga solishning huquqiy asosini tashkil etadi. Markaziy bankning 2023 yildagi yo‘riqnomasida esa korporativ mijozlar deganda yillik kredit hajmi yoki hisob-kitob operatsiyalari hajmi bo‘yicha belgilangan me‘yordan yuqori ko‘rsatkichga ega bo‘lgan yuridik shaxslar tushuniladi [7]. Shunday qilib, yuqoridagi ta‘riflarni umumlashtirish asosida quyidagi ilmiy xulosa chiqarish mumkin: **korporativ mijoz** - bu tijorat banki bilan tizimli, ko‘p qirrali va o‘zaro manfaatli moliyaviy munosabatlarni amalga oshiruvchi, bank uchun strategik ahamiyatga ega bo‘lgan yuridik shaxs yoki tashkiliy tuzilmadir. Ushbu ta‘rifda uch asosiy unsur mavjud: tizimlilik (doimiy hamkorlik), ko‘p qirralik (turli xizmatlardan foydalanish) va o‘zaro manfaatlilik (bank va mijoz uchun qiymat yaratish). Korporativ mijozning mohiyatini to‘liq anglash uchun uni faqat xizmat iste‘molchisi sifatida emas, balki bank bilan murakkab iqtisodiy munosabatlar sub‘ekti sifatida ko‘rib chiqish lozim. Ushbu munosabatlar bir necha o‘ziga xos xususiyat bilan tavsiflanadi.

Birinchidan, tranzaksiya hajmi va muntazamligi. Korporativ mijozlar odatda jismoniy shaxslarga nisbatan ancha katta miqdordagi moliyaviy operatsiyalarni amalga oshiradi. Masalan, yirik sanoat korxonasi kun davomida o‘nlab to‘lov topshiriqnomalarini yuborishi, valyuta konvertatsiya operatsiyalarini bajarishi va kredit liniyasidan foydalanishi mumkin. Bu holat bankdan mutaxassislashgan, tezkor va ishonchli xizmat ko‘rsatishni talab qiladi [8].

Ikkinchidan, xizmatlar majmuasidan foydalanish. Korporativ mijoz, qoida tariqasida, bankdan bir emas, balki bir vaqtning o‘zida bir necha xizmatni oladi: joriy hisob ochish va uni yuritish, kredit olish, kafolat berish, inkasso operatsiyalari, valyuta xizmatlari va hokazo. Bu holat bank bilan mijoz o‘rtasida o‘zaro bog‘liqlik va uzoq muddatli sheriklikni yuzaga keltiradi [9].

Uchinchidan, individual yondashuv zarurati. Korporativ mijozlarning ehtiyojlari xilma-xil bo‘lib, ular standart mahsulotlar bilan cheklanmaydi. Masalan, eksport-import operatsiyalari bilan shug‘ullanuvchi kompaniya valyuta xatarlarini boshqarish vositalariga ehtiyoj sezsa, ishlab chiqarish korxonasi uskunalar sotib olish uchun uzoq muddatli lizing moliyalashtirishni talab qilishi mumkin. Shu bois, korporativ mijoz bilan ishlashda universal yondashuv samarasiz bo‘lib, har bir mijozga nisbatan individual strategiya ishlab chiqish zarur.

To‘rtinchidan, uzoq muddatli sheriklik. Korporativ mijoz va bank o‘rtasidagi munosabatlar ko‘pincha yillar, hatto o‘n yillar davomida davom etadi [10]. Ushbu munosabatlarning barqarorligi ikki tomon uchun ham muhim: bank uchun - doimiy daromad manbai va likvidlik bazasi, mijoz uchun esa - ishonchli moliyaviy sherik va qulay xizmat shartlari. Korporativ mijozlarni tasniflash bank menejmentining muhim amaliy vazifasi hisoblanadi, chunki to‘g‘ri segmentatsiya banklarga resurslarni samarali taqsimlash, xizmat ko‘rsatish strategiyasini differensiallashtirish va mijozlar bilan munosabatlarni optimallashtirish imkoniyatini beradi. Ilmiy adabiyotlarda va bank amaliyotida korporativ mijozlarni tasnif qilishning bir necha yondashuvi mavjud.

Korporativ mijozlarning tasnifi

Tasnif mezoni	Guruhlar	Xarakteristika
Biznes miqyosi	Yirik korporativ mijozlar	Yillik daromad > 50 mlrd.so‘m, 250+ xodim
	O‘rta biznes	Yillik daromad 5–50 mlrd.so‘m, 50–250 xodim
	Kichik biznes	Yillik daromad < 5 mlrd.so‘m, < 50 xodim
Mulkchilik shakli	Davlat korxonalari	Davlat ulushi > 50% bo‘lgan tashkilotlar
	Xususiy kompaniyalar	To‘liq xususiy kapital asosida faoliyat ko‘rsatuvchi
	Qo‘shma korxonalar	Xorijiy investor ishtiroki mavjud tashkilotlar
Faoliyat sohasi	Sanoat	Ishlab chiqarish, kon sanoati, energetika
	Savdo va xizmat	Chakana va ulgurji savdo, transport, logistika
	Agrosanoat	Qishloq xo‘jaligi, oziq-ovqat ishlab chiqarish
	Qurilish va ko‘chmas mulk	Loyiha moliyalashtirish, ipoteka
Bank bilan munosabat davomiyligi	Yangi mijoz	Hamkorlik muddati < 1 yil
	Doimiy mijoz	Hamkorlik muddati 1–5 yil
	Strategik sherik	Hamkorlik muddati > 5 yil
Bank uchun daromadlilik	A-toifali (yuqori)	Yiliga > 500 mln. so‘m daromad keltiradi
	B-toifali (o‘rta)	Yiliga 100–500 mln. so‘m daromad keltiradi

Tasnif mezoni	Guruhlar	Xarakteristika
	C-toifali (past)	Yiliga < 100 mln. so‘m daromad keltiradi

Manba: Muallif tomonidan bank amaliyoti va ilmiy adabiyotlar asosida tuzilgan.

Jadvalda keltirilgan tasnifdan ko‘rinib turibdiki, korporativ mijozlarni bir necha mezon asosida guruhlash mumkin. Biroq, amaliyotda eng ko‘p qo‘llaniladigan mezon - biznes miqyosi bo‘yicha tasnif, ya‘ni yirik, o‘rta va kichik korporativ mijozlarga ajratishdir.

Xulosa. Korporativ mijoz tushunchasi zamonaviy bankchilik nazariyasida ko‘p qirrali mazmunni o‘z ichiga oladi. Tadqiqot davomida korporativ mijozning to‘liq ta‘rifi shakllantirildi: u bank bilan tizimli, ko‘p qirrali va o‘zaro manfaatli moliyaviy munosabatlarni amalga oshiruvchi, bank uchun strategik ahamiyatga ega bo‘lgan yuridik shaxs yoki tashkiliy tuzilmadir. Korporativ mijozlarni biznes miqyosi, mulkchilik shakli, faoliyat sohasi, bank bilan munosabat davomiyligi va bank uchun daromadlilik mezonlari asosida tasniflash banklarga differensial yondashuv ishlab chiqish va resurslarni optimallashtirish imkonini beradi. Tijorat banklarida korporativ mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar tizimi juda keng spektrni - hisob-kitob-kassa operatsiyalari, kreditlash, kafolat va akkreditivlar, valyuta xizmatlari, raqamli banking va strategik moliyaviy maslahatgacha bo‘lgan yo‘nalishlarni - qamrab oladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF–60-sonli “O‘zbekiston Respublikasi Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni. - https://lex.uz/docs/5841077 (murojaat: 15.05.2025)

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi PF-158-son "O'zbekiston - 2030" strategiyasi to'g'risidagi Farmoni. - https://lex.uz/docs/-6600413 (murojaat: 15.05.2025)

3. 'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 2 sentyabrdagi PF-5177-son "Valyuta siyosatini liberallashtirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni. - https://lex.uz/acts/-3326421 (murojaat: 16.05.2025)

4. Koch T.W., MacDonald S.S. “Bank Management”. 9th ed. - Cengage Learning, to‘g‘risidagi darslik 2022. - 850 p.

5. Sinkey J.F. “Commercial Bank Financial Management”. 7th ed. - Pearson, to‘g‘risidagi darslik. 2022. - 672 p.

6. Lavrushin O.I. “Bankovskoye delo: sovremennaya sistema kreditovaniya”. to‘g‘risidagi jurnal - Moskva: KnoRus, 2022. - 360 s.

7. Lavrushin O.I. “Bankovskiy menedzhment”. - to‘g‘risidagi darslik 2023. - 280 s.

8. Kumar V. “Customer Lifetime Value: The Path to Profitability” to‘g‘risidagi jurnal. - Now Publishers, 2023. - 180 p.

9. Kotler P., Keller K. “Marketing Management” to‘g‘risidagi jurnal. 15th ed. - Pearson, 2022. - 714 p.

10. Hammer M., Champy J. “Reengineering the Corporation” to‘g‘risidagi jurnal. - Harper Business, 2022. – 256.