



LOGISTIKA SOHASIDA MARKETINGNI O‘RNI VA RO‘LI

Nematjonov Feruzbek

Fan va texnologiyalar universiteti Logistika 1/24-guruh talabasi

Annotatsiya . Ushbu maqolada logistika sohasida marketingning tutgan o‘rni va uning ahamiyatini tahlil qilingan. Marketingning asosiy vazifalari – bozorni o‘rganish, xizmatlar ustida ishlash, mijozlar bilan foydali aloqa o‘rnatish hamda raqobatbardosh bo‘lish ustunligini ta‘minlash yo‘nalishlarida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotda marketing strategiyalarining logistika jarayonlariga ta‘siri, mijozlar ehtiyojini aniqlash va samarali xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishdagi roli ochib berilgan. Maqola xulosalariga ko‘ra, marketing yondashuvi logistik xizmatlar samaradorligini oshirishning muhim yo‘nalishi hisoblanadi.

Kalit so‘zlar. Logistika, marketing, mizojlarni ehtiyoji, raqobatbardoshlik, bozor tahlili.

Annotatsiya. V state analiziruetsya rol i znachenie marketinga v sfere logistiki. Osnovnye zadachi marketinga rassmatrivayutsya v oblastyax issledovaniya rynka, razvitiya uslug, ustanovleniya vygodnykh otnosheniy s klientami i obespecheniya konkurentnykh preimuyestv. Issledovanie raskryvaet vliyaniye marketingovykh strategiy na logisticheskie protsessy, ix rol v vyavlenii potrebnostey klientov i povyshenii kachestva effektivnogo predostavleniya uslug. Soglasno vyvodom stati, marketingovyy podxod yavlyaetsya vajnym napravleniem povysheniya effektivnosti logisticheskix uslug.

Klyuchevye slova. logistika, marketing, potrebnosti klientov, konkurentosposobnost, analiz rynka

Abstract. This article analyzes the role and importance of marketing in the logistics sector. The main tasks of marketing are considered in the areas of market research, service development, establishing beneficial relationships with



customers, and ensuring competitive advantage. The study reveals the impact of marketing strategies on logistics processes, their role in identifying customer needs and improving the quality of effective service provision. According to the conclusions of the article, the marketing approach is an important direction for improving the efficiency of logistics services

Key words. *logistics, marketing, customer needs, competitiveness, market analysis*

Bugungi kunda globallashuv va raqobat sharoitida korxonalar , firmalar va tadbirkorlar nafaqat sifatli mahsulot ishlab chiqarish, balki uni o'z vaqtida va samarali tarzda yetkazib berish tufayli ham raqobatda ustunlikka erishmoqda. Shu bilan bir qatorda bu logistika va marketing sohalarining uzviy hamkorligi taqazo etadi. Aynan shu nuqtada marketing logistikaga xizmat ko'rsatish, mijozlar ehtiyojini aniqlash va ularga mos yechimlarni ishlab chiqishda muhim rol o'ynaydi. Marketing va logistika — bir qarashda alohida yo'nalishlar bo'lib ko'rinsa ham, amaliyotda ular bir-birini to'ldiruvchi hamkor tizim sifatida ish yuritadi. Marketing bozordagi ehtiyojlarni aniqlab, haridorlarga nima kerakligini aniqlaydi. Logistika esa ayni shu mahsulot yoki xizmatni kerakli joyga, kerakli vaqtda, kerakli miqdorda yetkazib berish orqali marketing strategiyalarining amalda ishlashini ta'minlaydi.

Marketingning logistikadagi asosiy vazifalari :

1. **Bozorni tahlil qilish** : qayerda qanday logistika xizmatlariga ehtiyoj borligini aniqlash, orqali firma korxona o'z resuslarini to'g'ri yo'naltiradi.
2. **Xizmatlarni targ'ib qilish**: logistika xizmatlari (transport , saqlash, yetkazib berish va h.k) bo'yicha ma'lumotlarni ommaga targ'ib qilish orqali mijozlarni o'ziga jalb qiladi,



3. **Narx strategiyasini belgilash:** marketing bozor sharoitlarini ko'rib chiqib, raqobatbardosh daromadli narx strategiyasini ishlab chiqadi.

4. **Iste'molchilar bilan aloqani yaxshilash:** Doimiy aloqa, fikr-mulohazalarni yig'ish va ularga asoslangan xizmatlar ko'rsatish orqali iste'molchining sadoqatiga erishiladi.

5. **Brend va imijni shakllantirish:** Ishonchli, sifatli va samarali logistika xizmatlari korxonaning ijobiy brend imijini shakllantiradi.

Marketing yondashuvlarining amaliy ahamiyati:

Raqobatbardosh bo'lish uchun logistik firmalar, tashlikotlar, kompaniyalar marketing vositalaridan faol foydalanmoqda. Jumladan:

- **Raqamli marketing** orqali iste'molchilarga xizmatlar haqida tezkor ma'lumot beriladi.

- **CRM tizimlari** orqali iste'molchilar ehtiyojlari individual tarzda o'rganiladi.

- **Tashqi va ichki brending** orqali kompaniya o'z xizmatlarining ishonchliligini targ'ib qiladi.

- **Ko'rsatilgan xizmatlar sifati bo'yicha tahlillar** orqali xizmatlar takomillashtiriladi.

Zamonaviy marketing texnologiyalari logistika sohasini tubdan o'zgartirmoqda. Raqamli vositalar yordamida xizmatlarni tez va sifatli ishlab chiqish, mijozlar bilan interaktiv aloqa o'rnatish va jarayonlarni avtomatlashtirish imkoniyatlari paydo bo'ldi. Ayniqsa, **CRM tizimlari, mobil ilovalar, onlayn platformalar va sun'iy intellekt** asosida ish yurutuvchi marketing strategiyalari logistika kompaniyalarining firmalarining korxonalarining raqobatbardoshligini oshirib kelmoqda.

Asosiy raqamli vositalar:



- **Veb-saytlar va mobil ilovalar:** iste'molchilarga xizmatlar haqida to'liq va aniq ma'lumot taqdim etadi va buyurtma jarayonini soddalashtiradi.

- **Ijtimoiy tarmoqlar marketingi:** Facebook, Instagram, Telegram kabi platformalarda xizmatlarni targ'ib qilish iste'molchilar bilan bevosita aloqa va mu'loqot qilish imkonini beradi.

- **Google Analytics, Yandex Metrika:** Veb-trafikni sintez qilish orqali marketing strategiyasini aniq yo'naltirishga xizmat ko'rsatadi.

- **Sun'iy intellekt asosida ko'nikmalar:** iste'molchilar tarixini tahlil qilish orqali individual takliflar va shikoyatlari ishlab chiqiladi.

- **Elektron tijorat bilan integratsiya:** E-commerce ilovalari bilan uzviy bog'liq ishlovchi logistika xizmatlari iste'molchilarga yetkazib berishdagi ishonchlilikni oshiradi bormoqda.

Raqamli marketingning afzalliklari:

- Harajatlarni kamaytiradi;
- Auditoriyani kengaytiradi;
- Xizmatlarni real vaqt rejimida kuzatish imkonini beradi;
- Mijozlar ehtiyojini chuqurroq o'rganishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Kotler, F. "Marketing asoslari." – Toshkent: "O'zbekiston", 2020.
2. Christopher, M. "Logistics and Supply Chain Management." – Pearson Education, 2016.



- 3.Yusupov, I. “Marketing va logistika integratsiyasi.” – Toshkent moliya instituti, 2021.
- 4.Murodov, A. “Logistika asoslari.” – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2019.
- 5.Porter, M. “Raqobat ustunligi.” – Harvard Business Review, 2015.
- 6.www.stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi rasmiy sayti.
- 7.www.marketingdon.com – Marketing va logistika sohasidagi zamonaviy tahlillar va maqolalar.
- 8.www.sciencedirect.com – Ilmiy maqolalar bazasi (logistika va marketing yo‘nalishida).