

LOGISTIKA VA MARKETINGNING O'ZARO ALOQADORLIGI

Mamadaliyev Azizbek Umrzoq**o'g'li**

Andijon davlat texnika

instituti

Avtomobilsozlik va Transport

fakultiteti

Transport logistikasi yo'nalishi 4-kurs

talabasi

Annotasiya. Hozirgi vaqtda jamiyat tomonidan hal etilayotgan yirik iqtisodiy, xom ashyoviy, energetik va boshqa muammolar jamiyat ehtiyojlarini va iqtisodiy resurslarga yo'naltirilganlikni kuchaytirib, marketingning iste'molchilik kontseptsiyasini ancha o'zgartirib yubordi. Marketing kontseptsiyasi shakllanib bormoqda. U nafaqat bitta shaxsning, balki butun jamiyat ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Korxona foydasi, xaridor ehtiyojlari va jamiyat manfaatlarining o'ziga xos muvofiqlashuvi va o'zaro bog'lanishi sodir bo'ladi. Logistika, marketing kabi, iste'molchining manfaatlaridan kelib chiqadi.

Kalit so'zlar: asosiy elementlari, skladlash, inventarizatsiya boshqaruvi, ombor boshqaruvi, taqsimot tarmoqlari, narx belgilash strategiyasi, distribyutsiya kanallari, integratsiya, narx strategiyasi,

Annotation. At present, major economic, raw material, energy and other problems being solved by the society have strengthened the needs of the society and orientation to economic resources, and have significantly changed the consumer concept of marketing. The marketing concept is taking shape. It is aimed at satisfying the needs of not only one person, but also the whole society. There is a unique coordination and interconnection of the company's profit, customer needs and society's interests. Logistics, like marketing, is driven by the interests of the consumer.

Key words: basic elements, warehousing, inventory management, warehouse management, distribution networks, pricing strategy, distribution channels, integration, pricing strategy.

Logistika va marketing zamonaviy biznesning ikki muhim jihatini ifodalaydi. Ular bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lib, kompaniyaning raqobatbardoshligini va muvaffaqiyatini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Logistika – bu mahsulotlar va xizmatlarning ishlab chiqarish jarayonidan iste'molchiga yetkazilishigacha bo'lgan jarayonlarni boshqarish san'atidir. U quyidagi asosiy elementlarni o'z ichiga oladi:

1. Transport: Mahsulotlarni bir joydan boshqa joyga o'tkazish. Transport — logistikaning ajralmas qismi bo'lib, u tovarlarning harakatini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Har bir transport turi o'ziga xos afzalliklarga ega bo'lib, kompaniyalar o'z ehtiyojlariga qarab eng mos variantni tanlashlari lozim. Samarali transport tizimlari orqali logistika jarayonlarini optimallashtirish mumkin, bu esa umumiy samaradorlikni oshiradi va xarajatlarni kamaytiradi.
2. Skladlash: Mahsulotlarni vaqtincha saqlash va taqsimlash. U logistikaning asosiy elementlaridan biri bo'lib, u tovarlarni saqlash, qayta ishlash va tarqatish jarayonlarini o'z ichiga oladi.
3. Inventarizatsiya boshqaruvi: Ombordagi mavjud mahsulotlar miqdorini nazorat qilish. U mahsulotlar, materiallar va resurslarning hisobini yuritish, ularni nazorat qilish va samarali boshqarish jarayonlarini o'z ichiga oladi.
4. Ombor boshqaruvi: Ombordagi operatsiyalarni samarali tashkil etish. U tovarlarning samarali saqlanishi, tarqatilishi va boshqarilishi uchun zarur. ombor boshqaruvi logistik jarayonlarning ajralmas qismi bo'lib, tashkilotning umumiy faoliyatida muhim ahamiyatga ega. Samarali ombor boshqaruvi nafaqat iqtisodiy foyda keltiradi, balki kompaniyaning raqobatbardoshligini ham oshiradi.
5. Taqsimot tarmoqlari: Mahsulotlarning iste'molchilarga yetkazilish yo'llarining rejalashtirilishi. Logistikaning taqsimot tarmoqlari har qanday biznesning

muvaqqiyati uchun juda muhimdir. Ularning samarali ishlashi kompaniyaning umumiy strategiyasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi va mijozlarning qoniqishini oshiradi.

Logistikada asosiy maqsad – xarajatlarni kamaytirish, samaradorlikni oshirish va mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilashdir.

Marketing – bu kompaniya yoki tashkilotning mahsulotlarini yoki xizmatlarini iste'molchiga yetkazish, ularni targ'ib qilish, narx belgilash va mijozlar bilan munosabatlarini boshqarishga qaratilgan faoliyatdir. Marketing quyidagi asosiy elementlardan iborat:

1. Bozor tadqiqotlari: Bozordagi talabni, raqobatchilarni va iste'molchilarni o'rganish. U kompaniyalar va tashkilotlarga o'z mahsulotlari yoki xizmatlarini samarali ravishda bozorga taklif qilishlari uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va tushunishga yordam beradi. Bozor tadqiqotlari natijalari marketing strategiyasining muvaffaqiyatini belgilovchi omillardan biridir. U har qanday biznes uchun zarur bo'lgan bilimlarni taqdim etadi va raqobatda ustunlikka erishishda yordam beradi.

2. Mahsulotni rivojlantirish: Yangi mahsulotlar yaratish yoki mavjudlarini yaxshilash. Bu jarayon yangi mahsulotlarni yaratish, mavjud mahsulotlarni yaxshilash yoki ularni bozorga chiqarish bilan bog'liq. Mahsulotni rivojlantirish jarayonida kreativlik, innovatsiya hamda iste'molchilar ehtiyojlarini hisobga olish muhim ahamiyatga ega.

3. Narx belgilash strategiyasi: Mahsulotning narxini belgilashda foydalaniladigan usullar. Narx belgilash strategiyasi kompaniyaning umumiy marketing strategiyasiga mos kelishi va bozor sharoitlariga, raqobatchilarga, iste'molchilarning ehtiyojlariga va boshqa omillarga asoslanadi. Narx belgilash murakkab jarayon bo'lib, u ko'plab omillarni hisobga oladi. To'g'ri tanlangan narx strategiyasi kompaniyaning muvaffaqiyatiga katta ta'sir ko'rsatishi mumkin.

4. Targ'ibot (promosyon): Mahsulot yoki xizmatni reklama qilish va iste'molchiga yetkazib berish usullari. Targ'ibot marketing strategiyasining ajralmas

qismi bo'lib, u kompaniyaning brendi va mahsulotlarini iste'molchilarga yetkazishda muhim rol o'ynaydi. To'g'ri rejalashtirilgan va amalga oshirilgan targ'ibot kampaniyasi kompaniya muvaffaqiyatini ta'minlashi mumkin.

5. **Distributsiya kanallari:** Mahsulotlarning bozorga kirishini ta'minlaydigan yo'llar. Ular mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqaruvchidan oxirgi iste'molchigacha yetkazib berish jarayonini tashkil etadi. Distributsiya kanallari orqali mahsulotlarning mavjudligi, narxlari, va mijozlarga bo'lgan munosabat o'rnatiladi.

Marketingning asosiy maqsadi – mijozlarning ehtiyojlarini qondirish, brendning obro'sini oshirish va sotuvlarni ko'paytirishdir.

Logistika va marketing o'rtasida bir qator umumiy jihatlar mavjud:

- Ikkalasi ham biznes jarayonining ajralmas qismlari bo'lib, ular bir-birini to'ldiradi.

- Har ikkalasi ham mijozga yo'naltirilgan strategiyalar ishlab chiqishga intiladi.

- Xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish maqsadida integratsiya qilinishi mumkin.

Biroq, ularning o'ziga xos jihatlari ham bor:

- Logistika asosan jismoniy jarayonlarga e'tibor beradi (mahsulotlar harakati), marketing esa psixologik jarayonlarga (iste'molchi xulqi) qaratilgan.

- Logistika xarajatlarni nazorat qilishga ko'proq e'tibor beradi, marketing esa brend yaratishga ko'p vaqt sarflaydi.

Logistika va marketing fanlari o'zaro aloqador bo'lganligi sababli ularning integratsiyasi muvaffaqiyatli biznes modelini yaratishda muhim ahamiyatga ega. Masalan:

1) **Mahsulot taqdimoti:** Marketing logistika yordamida mahsulotlarning qanday tezlikda yetkazilishi haqida ma'lumot oladi, bu esa reklama strategiyalarini rejalashtirishda qo'llaniladi.

2) Mijoz ehtiyojlari: Mijozlardan kelgan fikr-mulohazalar logistika jarayonlariga ta'sir qilishi mumkin; masalan, agar mijozlar tez-tez buyurtma berayotgan bo'lsa, logistika tizimi shunga mos ravishda takomillashtirilishi kerak.

3) Narx strategiyasi: Narx belgilashda logistik xarajatlar hisobga olinishi kerak; yuqori logistik xarajatlar narxni oshirishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

1. Boboyev N. Logistika. O'quv qo'llanma. - Samarqand: SamISI, 2021. - 330 b.
ISBN: 978-9943-7641-5-6
2. Boboyev N. Logistika asoslari. Darslik - Samarqand: SamISI, 2023. - 292 b.
ISBN: 978-9943-9457-6-0
3. Шумаев, В. А. Основы логистики : учеб. пособие / В. А. Шумаев. — М.: Юридический институт МИИТ, 2016. - 314 с.
4. Кучаров А. С. Введение в логистику. Учебник-Т.: «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи», 2021.-250 б.
5. M. Bixby Cooper Donald Bowersox, David Closs, 2023. ISE Supply Chain Logistics Management, ISBN: 9781266134951.
6. Tairova M.M., Abdullayeva A.J, "Logistika" o'quv qo'llanma Toshkent 2021-234 bet.