LOGISTIKA TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI KORXONA MARKETING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH

Xoshimova Nazokatxon Alisher qizi
Hamkorbank ATB Shokir Ibrohim Mintaqaviy filiali
nazokat_alisherovna@gmail.com

ANNOTATSIYA. Maqolada logistikaning iqtisodiy mohiyati, uning korxona marketing faoliyatini rivojlantirish va raqobatbardoshligini oshirishdagi o'rni yoritilgan. Shuningdek, logistika xizmatlarining ko'lami, korxona faoliyatida qo'shimcha qiymat yaratish va mijozlar ehtiyojini qondirishdagi ahamiyati o'rganilgan. Logistika xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari, jumladan, transport xizmati, saqlash, qadoqlash, hujjatlashtirish hamda vositachilik munosabatlarining korxona marketing faoliyati samaradorligiga ta'siri tahlil qilingan. Shu bilan birga, logistika va marketing faoliyatining o'zaro integratsiyasi, mahsulotlarni iste'molchiga yetkazib berish jarayonlarini takomillashtirish hamda korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini shakllantirishdagi ahamiyati tadqiq etilgan.

Kalit so'zlar: logistika, marketing faoliyati, logistika tizimi, korxona, raqobatbardoshlik, transport xizmati, saqlash, qadoqlash, logistika zanjiri, ta'minot zanjiri, qo'shimcha qiymat, marketing samaradorligi.

Logistika kompaniyaning funksional vazifalarini samarali hal etish va mavjud resurslardan oqilona foydalanishni optimallashtirishga xizmat qiluvchi muhim boshqaruv tizimidir. U moddiy, axborot, moliyaviy va xizmat oqimlarini boshqarish, shuningdek, ta'minot, ishlab chiqarish, taqsimot va sotuv jarayonlari o'rtasidagi o'zaro aloqalarni muvofiqlashtirish va integratsiyalashni ta'minlaydi. Shu jihatdan logistika korxonaning umumiy faoliyatini yagona tizim sifatida tashkil etish hamda uning bozor talablariga moslashuvchanligini oshirish imkonini beradi. Logistikaning asosiy funksional yo'nalishlari, ya'ni ta'minot, ishlab chiqarish, transport, ombor xo'jaligi, taqsimot va sotish o'zaro bog'liq bo'lgan alohida tarkibiy qismlar hisoblanadi. Ularning har biri o'ziga xos boshqaruv mazmuni, vazifalari va muvofiqlashtirish mexanizmlariga ega. Shu bilan birga, mazkur yo'nalishlarning yagona logistika tizimi doirasida integratsiyalashuvi moddiy, axborot, moliyaviy va xizmat oqimlarining uzluksiz harakatini ta'minlaydi. Natijada korxonaning ishlab chiqarish va muomala jarayonlarini samarali tashkil etish, mahsulotni iste'molchiga o'z vaqtida yetkazib berish hamda xizmat ko'rsatish sifatini oshirish imkoniyati kengayadi [1–6].

Logistika ijtimoiy takror ishlab chiqarish jarayonida moddiy va boshqa turdagi oqimlarning harakatini tashkil etishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi sifatida ham namoyon bo'ladi. Mazkur tizim korxonaning iqtisodiy va boshqaruv faoliyatini o'zaro uyg'unlashtirish orqali ishlab chiqarish, ta'minot, taqsimot va sotish jarayonlarini kompleks boshqarish imkonini beradi. Ayniqsa, logistika jarayonlarining marketing faoliyati bilan integratsiyalashuvi bozor talabini o'rganish, mahsulot assortimentini shakllantirish, yetkazib berish muddatlarini qisqartirish va mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Logistikaning rivojlanishi mamlakat va mintaqa iqtisodiyotining umumiy rivojlanish tendensiyalari, ishlab chiqarish hajmi, bozor infratuzilmasi hamda iste'mol talabi dinamikasi bilan bevosita bog'liq. Logistika tizimi ma'lum miqdordagi elementlar va ular o'rtasidagi o'zaro munosabatlardan tashkil topadi. Bunday tizimlar turli quyi tizimlarning o'zaro bog'liqligi va integratsiyasi bilan tavsiflanadi. Shu bilan birga, logistika tizimlari statik xususiyatga ega emas, balki tashqi va ichki muhitdagi o'zgarishlarga mos

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

ravishda qayta tashkil etilish va rivojlanish imkoniyatiga ega. Mazkur xususiyat logistika tizimining moslashuvchanligini belgilab beradi.

Logistika faoliyatini samarali tashkil etishda tahlil qilish, prognozlash, modellashtirish va optimallashtirish kabi ilmiy-amaliy usullardan foydalanish muhim ahamiyatga ega. Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi esa logistika jarayonlarida ishtirok etuvchi subyektlar va obyektlar o'rtasidagi axborot almashinuvini tezlashtirish hamda boshqaruv qarorlarining samaradorligini oshirish imkonini bermoqda. Shu sababli logistika tizimlarini raqamlashtirish va intellektuallashtirish korxonalarning innovatsion rivojlanishining muhim shartlaridan biri hisoblanadi. Bu jarayon biznes muhitini takomillashtirish, xizmatlar infratuzilmasini rivojlantirish va korxonalarning bozor imkoniyatlarini kengaytirishga xizmat qiladi [7-9].

Logistika biznesning muhim iqtisodiy tarkibiy qismi sifatida ko'plab ilmiy va amaliy bilim sohalarini birlashtiradi. Uning samarali tashkil etilishi iqtisodiy nazariya, boshqaruv, marketing, menejment, savdo, ishlab chiqarish iqtisodiyoti, xodimlarni boshqarish, sifat menejmenti va narx siyosati kabi yo'nalishlar bilan uzviy bog'liq. Shu sababli logistika faoliyati fanlararo xususiyatga ega bo'lib, turli bilim sohalarining nazariy va amaliy yondashuvlarini yagona tizimda qo'llashni talab etadi.

Logistikaning marketing bilan o'zaro bog'liqligi, ayniqsa, korxonaning bozor faoliyatida yaqqol namoyon bo'ladi. Marketing iste'molchilarning ehtiyojlari va bozor talabini aniqlashga yo'naltirilgan bo'lsa, logistika ushbu talabni o'z vaqtida va zarur hajmda qondirish uchun mahsulot, axborot va moliyaviy oqimlarning samarali harakatini ta'minlaydi. Shu nuqtayi nazardan, logistika va marketingning integratsiyasi korxonaning mijozlarga xizmat ko'rsatish darajasini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish, mahsulotning bozorda mavjudligini ta'minlash va raqobatbardoshlikni mustahkamlashga yordam beradi. Shunday qilib, logistika korxonaning nafaqat ta'minot, ishlab chiqarish va taqsimot jarayonlarini, balki marketing faoliyatini ham samarali tashkil etishga xizmat qiluvchi kompleks boshqaruv tizimi hisoblanadi. Logistika va marketingning o'zaro uyg'unligi korxona resurslaridan samarali foydalanish, iste'molchilar ehtiyojini tezkor qondirish va bozorda barqaror raqobat mavqeini shakllantirishning muhim omillaridan biridir.

Logistika etkazib beruvchi, ishlab chiqaruvchi, iste'molchi (va transport) ni mobil, tashkiliy-texnologik va rejali-iqtisodiy muvofiqlashtirilgan biznes tizimiga bog'lash orqali marketingni rivojlantiradi va to'ldiradi. Marketing kuzatib boradi va talabni belgilaydi, ya'ni, savollarga javob beradi: qanday tovarlar kerak, qayerda, qachon, qanday miqdorda va qanday sifatda. Logistika iste'molchiga talab qilinadigan oqim shaklini jismoniy targ'ib qilishni ta'minlaydi va kerakli iste'molchini kerakli iste'molchiga minimal xarajatlar bilan kerakli miqdordagi kerakli vaqtda kerakli joyga etkazib berishga imkon beradi. Marketing tovar harakatini tashkil etishga tizimli yondashuv vazifasini qo'yadi, tovar harakatini samarali tashkil etish bilan ushbu jarayonning har bir bosqichi muvozanatli va mantiqiy qurilgan umumiy tizimning ajralmas qismi sifatida rejalashtirilishi kerak. Shu munosabat bilan tovar harakati jarayonining barcha ishtirokchilarining tashkiliy va texnologik integratsiyasi usullari logistikani o'rganishning asosiy mavzusi hisoblanadi.

Tijorat bozor subyektlarining tovar qiymatlari va xizmatlar almashinuvini ekvivalent asosda taqsimlash va tashkil etish bo'yicha tashkiliy, texnik va ijtimoiyiqtisodiy o'zaro ta'sir jarayonini nazarda tutadi. Tijorat logistikasining asosiy obyekti moddiy oqim bo'lib, uni tegishli oqimlar bilan muvofiqlashtirmasdan optimallashtirish va ratsionalizatsiya qilish mumkin emas: moliyaviy, xizmat, axborot. Natijada, tijorat logistikasi ishlab chiqarish va savdoning ishonchliligi va moslashuvchanligiga erishish uchun tovarlarni sotib olish va taqsimlash bilan bog'liq oqimlarni boshqarish tizimini belgilaydi.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Shu bilan birga, bozorning rivojlanishi, undagi iqtisodiy jarayonlarning o‘zgarishi va dinamikasi logistika tizimlarida shakllanadigan iqtisodiy munosabatlarning o‘ziga xos xususiyatlarini belgilab beradi. Bozor talabining o‘zgarishi, iste’molchilar ehtiyojlarining diversifikatsiyalashuvi va raqobat muhitining kuchayishi korxonalardan logistika jarayonlarini yanada moslashuvchan va samarali tashkil etishni talab etadi. Bunday sharoitda moddiy, axborot, moliyaviy va xizmat oqimlarini muvofiqlashtirilgan holda boshqarish ularning uzluksizligi va o‘zaro uyg‘unligini ta’minlaydi. Natijada korxonaning barcha tarkibiy bo‘linmalari faoliyatini muvofiqlashtirish, mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish va bozor talablariga tezkor moslashish imkoniyati kengayadi.

Logistika va marketing faoliyatining o‘zaro integratsiyasi korxonaning bozor faoliyatida alohida ahamiyatga ega. Marketing orqali aniqlangan iste’molchilar talabi va bozor ehtiyojlarining logistika jarayonlariga tezkor yetkazilishi mahsulotlarni zarur hajmda, tegishli vaqtda va kerakli manzilga yetkazib berishni ta’minlaydi. Shu sababli logistika va marketing o‘rtasidagi samarali hamkorlik korxonaning mijozlarga yo‘naltirilgan faoliyatini kuchaytirish, mahsulotning bozordagi mavjudligini ta’minlash va xizmat ko‘rsatish darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa va takliflar

Shunday qilib, logistika korxonaning iqtisodiy va marketing faoliyatini muvofiqlashtirish, boshqaruv jarayonlarini optimallashtirish hamda ishlab chiqarish va bozordagi barqarorligini ta’minlashning muhim vositalaridan biridir. Logistika jarayonlarini samarali tashkil etish orqali moddiy va axborot oqimlarining uzluksizligini ta’minlash, xarajatlarni kamaytirish, mahsulotni iste’molchiga yetkazib berish muddatlarini qisqartirish va mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish mumkin.

Logistika jarayonlarining xilma-xilligi korxonaning turli funksional bo‘linmalarini yagona tizimga birlashtirish imkonini beradi. Bunda korxonaning faoliyat yo‘nalishi, bozor sharoiti, iste’molchilar talabi va mavjud resurslardan kelib chiqib, logistika boshqaruvining moslashuvchan mexanizmlarini qo‘llash muhim hisoblanadi. Ayniqsa, marketing va logistika faoliyatining o‘zaro integratsiyasini kuchaytirish orqali bozor talabini prognozlash, mahsulot taqsimotini takomillashtirish, yetkazib berish samaradorligini oshirish hamda mijozlar ehtiyojini tezkor qondirish imkoniyatlari kengayadi.

Shu asosda korxonalarda logistika va marketing bo‘linmalari o‘rtasidagi axborot almashinuvini takomillashtirish, zamonaviy raqamli texnologiyalardan keng foydalanish, logistika xarajatlarini muntazam tahlil qilish va mahsulot yetkazib berish jarayonlarini optimallashtirish maqsadga muvofiqdir. Mazkur chora-tadbirlar korxonaning bozor sharoitlariga moslashuvchanligini oshirish, mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlash va uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta’minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Давлятшаев, А. А. (2020). Социальный анализ инвестиционных проектов. Минтақа иқтисодиётини инвестициялашнинг молиявий-ҳуқуқий ва инновацион жиҳатлари (pp. 516-520).
2. Давлятшаев, А. А. (2021). Процессы Интернационализации и Их Роль в Развитии Межвузовских Отношений. CENTRAL ASIAN JOURNAL OF INNOVATIONS ON TOURISM MANAGEMENT AND FINANCE, 2(11), 48-55.
3. Кундузова, К. И., Давлятшаев, А. А., & Холдарова, Х. С. (2018). Задачи усовершенствования организации бухгалтерского учёта в страховых организациях. In Бухгалтерский учет: достижения и научные перспективы XXI века (pp. 100-103).
4. Qudbiyev, N. T., Qudbiyeva, G. A. Q., & Abduraximov, B. U. O. (2022). LOGISTIKADA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH VA ULARDAN FOYDALANISHNING DOLZARBLIGI. Scientific progress, 3(1), 133-142.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

5. Темиркулов, А. А., & Хожаев, А. С. (2021). СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА ПЛОДООВОЩЕВОДСТВЕ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ В ФЕРГАНСКОЙ ОБЛАСТИ. In Бухгалтерский учет: достижения и научные перспективы XXI века (pp. 197-204).
6. Бобожонов, А. Р., Раҳмонов, Қ. Р., & Ғофиров, А. Ж. (2008). Ер кадастри. Т.:"ТИМИ, 202.
7. U.A.Otajanov,. Marketing faoliyatida kichik biznes subyektlarida real investitsiyalar samaradorligini ssenariylar asosida ekonometrik baholash. Muhandislik va iqtisodiyot jurnali. 2026-yil, fevral 2-son.
8. N.A. Xoshimova Korxonalarning innovatsion salohiyatini shakllantirishda logistika va marketing integratsiyasi mexanizmlarini takomillashtirish. Mehnat va inson kapitali jurnali. 2026-yil, mart 1-son.
9. N.I.Isakova. Marketing rivojlantirish konsepsiyasi va asosiy qoidalari. "Raqamli iqtisodiyot" ilmiy-elektron jurnali | 15-son | 2026.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.