



ЛОГИСТИКА ВА МАРКЕТИНГ ФУНКЦИЯЛАРИНИНГ УМУМИЙ БОШҚАРУВДАГИ ЎРНИ

Эргашев Жахонгир Баходирович

jaxongirergashev727@gmail.com

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

“Маркетинг” кафедраси Ассистент – стажёри

Маматов Мақсуд Фарход ўғли

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти талабаси

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14214558>

ARTICLE INFO

Received: 19 th November 2024

Accepted: 20th November 2024

Published: 25th November 2024

KEYWORDS

логистика, маркетинг,
менежмент, бизнес,
стратегия, таъминот
занжири, мижоз,
самарадорлик.

ABSTRACT

Ушбу иш корпоратив бошқарув доирасида маркетинг ва логистика яқинлашувининг замонавий тенденцияларини таҳлил қилишга бағишланган. Муаллиф маркетинг ва логистика функцияларини бирлаштириш жараёнини ўрганади, бундай бирлашишни рағбатлантирадиган асосий омилларни аниқлайди.

Замонавий динамик бизнес дунёсида корхонанинг муваффақиятли ишлаши тўғридан-тўғри турли функционал бўлинмаларнинг самарали ўзаро таъсирига боғлиқ. Улар орасида логистика ва маркетинг алоҳида ўрин тутди. Бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлган ушбу икки фан ташкилотнинг стратегик мақсадларига эришишда муҳим рол ўйнайди.

“Логистика” - грекча сўз - таржимаси: ҳисоблаш тўғрисидаги фан. Логистиканинг вужудга келиш ва ривожланиш тарихи ҳарбий фаолият билан боғлиқ. XIX асрнинг бошларида яшаган француз ҳарбий мутахассиси А.Г. Джомини логистика бўйича ёзилган биринчи китобнинг муаллифи ҳисобланади.

Логистиканинг глобал мақсади – циклни қисқартириш, захираларни камайтириш. Ишлаб чиқариш босқичида жараёнларни синхронлаштириш ҳисобига, моддий ресурсларга бўлган эҳтиёжни аниқлаш ҳисобига, нима керак, қачон, қанча, ўз-ўзини бошқариш ҳисобига (ишлаб чиқариш биронбир маҳсулотга бўлган талабга мувофиқ ишлайди) эришилади.

Маркетинг ва логистика бир бутуннинг тенг қисмлари — саноат корхонаси маҳсулотларини сотиш тизими. Маркетинг ва логистикадан мақбул бир вақтнинг ўзида фойдаланиш билан нафақат маркетинг самарадорлиги, балки бутун корхона ҳам ошади. Ушбу ном ушбу мақоланинг долзарблигини белгилайди.

Маҳсулотни бозорга чиқариш маркетингнинг асосий функцияларидан бири бўлиб, у ҳар қандай компанияда катта эътиборга эга. Тарғиботнинг аҳамияти бутун дунё бўйлаб реклама, тайёр маҳсулотни намойиш қилиш, тарқатиш ва сотишни ташкил қилиш учун сарфланадиган катта миқдордаги маблағ билан тасдиқланади. Одатда,

маркетинг бўйича мутахассислар тайёр маҳсулотни илгари суриш стратегиясини иккита асосий тоифага ажратадилар: “тортиш” ва “суриш”.

Ушбу тоифалар тайёр маҳсулотларни тарқатиш учун логистика каналларидаги рақобат билан боғлиқ. Ишлаб чиқарувчилар кўпинча дилеммага дуч келишади: ўзларининг (маркали) тарқатиш тармоқларини яратиш ёки тайёр маҳсулотларни сотиш учун логистика воситачиларини (улгуржи ва чакана сотувчилар) жалб қилиш.

Биринчи ёндашув одатда катта инвестицияларни талаб қилади, аммо бозор ва савдо ҳажмини тўлиқ назорат қилиш имконини беради. Иккинчи ҳолда, харажатлар сезиларли даражада камроқ, аммо бозор назорати тўлиқ ёки қисман йўқолади. Шу билан бирга, улгуржи воситачиларнинг тарқатиш каналлари тайёр маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ўртасида доимий рақобат объекти ҳисобланади¹.

Логистиканинг ўрганиш объекти – моддий ва унга тегишли молиявий ахборот оқимларидир.

Логистиканинг ривожланиш босқичлари қуйидаги даврларни ўз ичига олади:

– *Биринчи босқич* – Логистиканинг шаклланиш даври (1950-1970 йиллар);

– *Иккинчи босқич* – Бизнес-логистика концепциясининг пайдо бўлиши (1960-1970 йиллар);

– *Учинчи босқич* – «Идиш-упаковка» инқилоби даври (1970 йиллар охири);

– *Тўртинчи босқич* – Тўла логистик занжир ғоясининг пайдо бўлиши (1980 – 1990 йиллар ўртаси);

– *Бешинчи босқич* – Сифатни ялпи бошқариш концепциясининг пайдо бўлиши ва ривожланиши (1990 йиллар ўртаси).

Логистика - янги мустақил фан соҳаси. У 60 йиллардан бошлаб ривожланиб келган. 60-йилларда маркетинг концепциясидан бир неча муаммолар ажралиб чиқди. Бу муаммолар - ишлаб чиқариш жараёнини хомашё билан таъминлаш муаммолари.

Бу муаммоларнинг ажралиб чиқиш сабаби - ишлаб чиқариш, заҳира сақлаш ва ташиш харажатларининг сезиларли даражада ўсиб кетишидир. Бундан ташқари, ихтисослаштирилган ишлаб чиқариш корхоналари сонининг кўпайиши, корхоналараро хўжалик алоқаларини ихчамлаштиришни талаб қилади.

Маркетинг ва логистика функционал қўйи тизимларининг ташкилот даражасида самарали ўзаро таъсири мақсаднинг бирлиги асосида қурилган, аммо бу соҳаларга хос усул ва воситалар ёрдамида эришилади.

Шу муносабат билан логистика самарадорлиги нафақат операцион харажатларни оптималлаштириш қобилияти, балки истеъмолчига таъсир қилиш ўлчови билан ҳам белгиланади ва шу билан маркетинг билан фаол ўзаро алоқада бўлади. Менежмент ушбу жараёнларни қанчалик муваффақиятли бошқариши ташкилот логистикасининг асосий кўрсаткичлари тизимида акс этади.

Маркетинг фаолиятдан ажратилган логистика, шунга қарамай, маркетинг билан функционал жиҳатдан яқин алоқада қолди. Маркетинг оқим жараёнларини ташкилий жиҳатдан режалаштиради ва логистика хизматлари оптималлаштириш билан шуғулланади (компаниянинг барча бўлинмалари ўртасида мувозанат ҳолатини таъминлаш учун - оқим жараёнларини тезкор ташкил этиш билан бевосита боғлиқ бўлган таъминот, транспорт, ишлаб чиқариш, омборхона, савдо ва бошқалар).

Шу билан бирга, логистиканинг энг муҳим вазифаси оқим жараёнларини ташкил этиш, оптималлаштириш ва бошқариш функцияларини ажратишдир.

Ушбу “таъсис” функциясини амалга ошириб, маркетинг билан боғлиқ логистика маркетинг логистикасига, яъни бозорда муваффақиятнинг асосий омилларидан

¹ Пузакова А. А. Связь между маркетингом и логистикой // молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 461-463. — URL <https://moluch.ru/archive/121/33564/> (данные обращения: 17.11.2024).

бирига айланади. Логистикадан қайтиш компаниянинг барча иқтисодий фаолиятининг кўрсаткичи - маркетинг томонидан белгиланган истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш даражасига эришиш шаклида ишлайди.

Биз маркетинг-логистика таъминоти функцияларини уч гуруҳга бирлаштирамиз: *режалаштириш, ташкил этиш, назорат қилиш ва тартибга солиш.*

Биз ҳар бир функциянинг фаолият йўналишларини шакллантирамиз.

Режалаштириш функцияси:

- узоқ муддатли ва тезкор сотиш режаларини ишлаб чиқиш;
- бозор шароитларини таҳлил қилиш ва баҳолаш;
- истеъмолчилар талабини аниқлаш;
- харидорларнинг буюртмалари бўйича ассортимент ишлаб чиқариш режасини шакллантириш;
- каналларни ва тарқатиш тизимини танлаш;
- реклама кампанияларини режалаштириш ва рағбатлантириш усулларини ишлаб чиқиш;
- сотиш мақсадлари учун харажатлар сметасини тузиш ва уларни оптималлаштириш.

Ташкил этиш функцияси:

- тайёр маҳсулотлар учун омборхона ва контейнер хўжалигини мониторинг қилиш;
- маҳсулотларни истеъмолчиларга сотиш ва этказиб беришни таҳлил қилиш;
- сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш тадбирлари;
- маркетинг каналлари ва тарқатиш тармоқларини ишлаб чиқиш;
- реклама кампаниялари ва сотишни рағбатлантириш усулларини ўтказиш;
- савдо ходимларини тайёрлаш ва савдо ваколатхоналари фаолиятини бошқариш;
- савдо мақсадларига эришиш учун корxonанинг барча бўлинмаларининг ўзаро таъсири.

Бошқариш ва тартибга солиш функцияси:

- фаолият натижаларини баҳолаш;
- режаларнинг бажарилишини назорат қилиш;
- ташқи ва ички омилларнинг таъсирини ҳисобга олган ҳолда корxonанинг савдо фаолиятини тезкор тартибга солиш;
- савдо аппарати фаолиятини баҳолаш ва рағбатлантириш;
- статистик, бухгалтерия ҳисоби ва операцион бухгалтерия ҳисоби.

Ушбу функциялар блокларга бирлаштирилиши мумкин-мулкни топшириш учун зарур бўлган материаллар ва тайёр товарларни сотиб олиш ва сотиш билан боғлиқ алмашинув функциялари; асосий мазмуни керакли материаллар ва тайёр маҳсулотларни ўз вақтида ва жойида этказиб бериш бўлган жисмоний тарқатиш функциялари; функцияларни қўллаб-қувватлаш ёки таъминлаш стандартлаштириш, бозор операцияларини молиялаштириш, хатарларни суғурталаш, маркетингни ахборот ва илмий қўллаб-қувватлаш.

Логистиканинг асосий функциялари:

* *Харидлар:* корxonани керакли миқдорда ва мақбул вақтда зарур ресурслар билан таъминлаш.

* *Ишлаб чиқариш логистикаси:* корxonа ичида материаллар ва ярим тайёр маҳсулотларнинг самарали ҳаракатини ташкил этиш.

* *Тарқатиш:* тайёр маҳсулотни истеъмолчиларга турли хил тарқатиш каналлари орқали этказиб бериш.

* *Инвентаризацияни бошқариш:* харажатларни минималлаштириш ва танқисликни олдини олиш учун инвентаризация даражасини оптималлаштириш.

* *Транспортни бошқариш:* оптимал транспорт турлари ва этказиб бериш йўналишларини танлаш.

Маркетинг – бу истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари ва афзалликларини ўрганишга, ушбу эҳтиёжларни қондирадиган товарлар ва хизматларни яратишга ва уларни истеъмолчиларга этказишга қаратилган фаолият.

Маркетингнинг асосий функциялари:

* *Маркетинг тадқиқотлари:* бозор, рақобатчилар, истеъмолчилар тўғрисидаги маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилиш.

* *Маҳсулотни ишлаб чиқиш:* мақсадли бозор эҳтиёжларига мос келадиган товарлар ва хизматларни яратиш.

* *Нархлаш:* маҳсулотларнинг мақбул нархини аниқлаш.

* *Реклама:* талабни шакллантириш ва ижобий бренд имиджини яратиш учун истеъмолчилар билан алоқа.

* *Сотиш:* товарлар ва хизматларни сотиш жараёнини ташкил этиш.

Логистика ва маркетингнинг ўзаро боғлиқлиги

Логистика ва маркетинг бир-бири билан чамбарчас боғлиқ ва бир-бирини тўлдиради. Маркетинг нима ишлаб чиқариш ва қандай сотишни белгилайди ва логистика маҳсулотни истеъмолчига керакли вақтда ва жойда этказиб беришни таъминлайди.

Асосий алоқа нуқталари:

* *Мижозларни қондириш:* маҳсулотларни керакли жойда ва керакли вақтда тақдим этиш.

* *Рақобат устунлигини яратиш:* логистика жараёнларини оптималлаштириш харажатларни камайтириш ва этказиб бериш тезлигини оширишга имкон беради, бу эса компанияга рақобатдош устунлик беради.

* *Бизнес самарадорлигини ошириш:* логистика ва маркетингнинг интеграцияси бизнес жараёнларини оптималлаштириш ва бутун компания самарадорлигини ошириш имконини беради.

Логистика ва маркетингнинг умумий бошқарувдаги роли

* *Стратегик режалаштириш:* логистика ва маркетинг компаниянинг рақобатбардош афзалликлари ва ривожланиш йўналишларини аниқлаш орқали стратегиясини ишлаб чиқишда муҳим рол ўйнайди.

* *Операцион бошқарув:* логистика ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларининг узлуксиз ишлашини таъминлайди ва маркетинг мижозлар билан самарали мулоқот қилиш учун жавобгардир.

* *Инновация:* логистика ва маркетинг компаниянинг рақобатбардош бўлишига имкон берадиган янги технологиялар ва иш усуллари жорий этишга ёрдам беради.

Шундай қилиб, маркетинг логистикасининг тамойиллари, мақсадлари, вазибалари ва асосий функцияларини асослаш нуқтаи назаридан, таклиф қилинган методология ўзига керакли маҳсулотни керакли жойда ва ўз вақтида сотиб олиш истагида мужассам бўлган маълум бир харидор муаммосини ҳал қилишга ёрдам бериши керак.

Ушбу ишлаб чиқариш билан маркетинг дуалистик хусусиятга эга-ишлаб чиқарувчи ҳомийлигида ишлайдиган савдо корхоналарининг воситачилик фаолиятини логистика билан таъминлаш.

Логистика ва маркетинг муваффақиятли бизнеснинг ажралмас қисмидир. Ушбу икки хусусиятнинг самарали ўзаро таъсири компанияларга стратегик мақсадларига эришиш, мижозлар эҳтиёжларини қондириш ва бозордаги мавқеини мустаҳкамлаш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. “ЛОГИСТИКА” Ўқув-услубий мажмуа // Тошкент. 2022 йил // <https://lib.bimm.uz/items/download/8890>;
2. “МАРКЕТИНГНИ БОШҚАРИШ” Ўқув-услубий мажмуа // Тошкент. 2016 йил // <https://lib.bimm.uz/items/download/1606>;
3. “Маркетинг логистика” <https://oas.fon.bg.ac.rs/predmet-marketing-logistika/>;

4. Комаров К. Л., Комарова Л. К. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРАХ // Вестник Сибирского государственного университета путей сообщения. 2015. №2 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-marketinga-i-logistiki-v-transportno-logisticheskikh-tsentrah> (дата обращения: 17.11.2024).
5. “Управленческие функции маркетинга и логистики: показатели, связи и взаимопроникновение” <https://sovman.ru/item-work/2023-0290/>;
6. “Роль логистики и маркетинга в организации” <https://www.aviaplace.ru/transportno-ekspeditsionnoe-obsluzhivanie/rol-logistiki-i-marketinga-v-organizatsii.html>
7. Пузакова А. А. Связи между маркетингом и логистикой // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 461-463. — URL <https://moluch.ru/archive/121/33564/> (дата обращения: 17.11.2024);
8. Тришкина Н. И. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГ-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ // Теория и практика современной науки. 2016. №4 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-funktsii-marketing-logisticheskogo-obespecheniya-proizvodstvennogo-predpriyatiya> (дата обращения: 17.11.2024).



INNOVATIVE
ACADEMY