

Bugungi kunda O'zbekiston xalqaro hamjamiyatda o'z ovozigaga ega bo'lib, nufuzli xalqaro tashkilotlar a'zosi hisoblanadi.

Dunyoning yetakchi sanoati rivojlangan davlatlar bilan siyosiy-diplomatik, savdo-iqtisodiy va madaniy aloqalar o'rnatilmoqda. Boshqa davlatlar bilan erishilgan savdo munosabatlari respublikamizda ishlab chiqarilayotgan mahsulot eksportining oshishiga, o'z navbatida, uning dunyoning rivojlangan davlatlar qatoriga qo'shilish imkoniyatini bermogda.

Yurtimizda tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohotlar va dunyo mamlakatlari bilan olib borilayotgan mustahkam aloqalar natijasida mamlakatimizning eksport salohiyati oshib bormogda. Shuningdek, hukumatimiz tomonidan bir qator soliq, bojxona imtiyozlarining yaratilishi, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va raqobatbardosh mahsulotlarning ishlab chiqarilishi milliy mahsulotlarimizning tashqi bozorlarda mustahkam o'rin egallashi uchun zamin yaratmogda.

Manba va foydalanilgan adabiyotlar:

1. *Foreign economic relations of Russia*. Edited N.N.Kotlyarov, A.B.Dmitrieva. Raleigh, North Carolina, USA: Open Science Publishing, 2018 195 p. (Внешнеэкономические связи России Под редакцией Н.Н. Котлярова, А.Б. Дмитриевой), 448c0d0e-82a7-11e8-b7fa-005056bf1e2a.pdf
2. Xamedov I.A., Alimov A.M. *O'zbekiston Respublikasida tashqi iqtisodiy faoliyat asoslari*. – T., 2001-yil.
3. Прокушев Е.Ф. *Внешнеэкономическая деятельность. Учебно-практическое пособие*. / Е.Ф.Прокушев. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2015. С. 114.
4. Ростовский Ю.М. *Внешнеэкономическая деятельность. Учебник, 5-е издание, с изменениями*. / Ю.М.Ростовский, В.Ю.Гречков. – М.: Экономистъ, 2016. С. 146.
5. *O'zbekiston Respublikasi tashqi savdo aylanmasi. 2021-yil yanvar-avgust oylari uchun dastlabki ma'lumot*.
6. *O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari. 2021-yil yanvar-iyun oylari uchun dastlabki ma'lumot*.
7. Tursunova M.R., Abduqodirova N.A. "Indicators of foreign economic activity in Uzbekistan", "9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON CULTURE AND CIVILIZATION" full texts book, march 15-16, 2021. p. 661-666, Tashkent Chemical-Technological Institute.
8. Xujamkulov D.Yu., Ismailov D.A. *Investitsiya loyihalarini boshqarish*. – T., 2019.
9. *O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 23-apreldagi PQ-4297-sonli "Tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda ma'muriy tartib-taomillarni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" qarori*.
10. Эскиндаров М.А., Шаркова А.В., Меркулина И.А. *Экономика и финансы ТЭК. Учебник*. – М.: КноРус. 2019.
11. *O'zbekiston Respublikasining "Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to'g'risida"gi qonuni, 2019-yil 9-dekabr*.
12. *Внешнеэкономическая деятельность как источник экономического роста*. / А.Ю.Кнобель, А.Н.Спартак, М.А.Баева, Ю.К.Зайцев, А.Д.Левашенко, А.Н.Лощенкова, О.В.Пономарева, К.А.Прока. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. – 60 с. (Научные доклады: экономика). ISBN-5-7749-1446-3.
13. Mirziyoyev Sh.M. *2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustivor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasining "Xalq bilan muloqot va inson manfaatlarini yili"da amalga oshirishga oid Davlat dasturini o'rganish bo'yicha ilmiy uslubiy-risola*. – T.: O'zbekiston, 2017-y.
14. Xodiyev B.Y., Shodmonov Sh.Sh. *Iqtisodiyot nazariyasi*. 2017.
15. Shavkat Mirziyoyev. *Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz*. – T.: O'zbekiston, 2016-yil.
16. *O'zbekiston Respublikasi "Tashqi iqtisodiy faoliyat" to'g'risidagi qonuni yangi tahriri*. – T., 2000-yil 26-may, 77-II-son.
17. www.mfer.uz – O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya va savdo vazirligining rasmiy sayti.
18. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi rasmiy sayti.
19. Роман Валерьевич – специалист по ВЭД – "Я много лет работал специалистом по ВЭД" - 2021 journal@tinkoff.ru.
20. <https://ucsol.ru/ved-vneshneekonomicheskaya-devyatelnost>.



**ТОВАР-МОДДИЙ РЕСУРСЛАР ҲАРАКАТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШДА
МАРКЕТИНГ ЛОГИСТИКАСИНИНГ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ**

Пардаев Шерзод Холмуродович,
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институтини таянч докторанти

[doi https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss2/a18](https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss2/a18)

Аннотация. Ушбу мақолада товар-моддий ресурсларни истеъмолчиларига етказиб бериш жараёнида маркетинг ва логистиканинг ўрни ва аҳамияти, товар-моддий ресурслар ҳаракатини ташкил этиш ва бошқариш алгоритмини ишлаб чиқишнинг оддий ва анъанавий қўриниши, уни амалга оширишда улгуржи савдо объектларидаги тегишли бўлимлар ва уларнинг вазифалари ҳақида илмий хулосалар келтирилган.

Калит сўзлар: маркетинг логистикаси, "ишлаб чиқарувчи-воситачи-истеъмолчи" занжири, тарқатиш логистикаси, товар-моддий ресурслар, алгоритм, логистик тизим, улгуржи истеъмолчи.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ЛОГИСТИКИ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ

*Пардаев Шерзод Холмуродович,
докторант Самаркандского института
экономики и сервиса*

Аннотация. В данной статье представлены научная роль и значение маркетинга и логистики в доставке материальных ресурсов потребителям, простой и традиционный взгляд на разработку алгоритмов организации и управления движением материальных ресурсов, соответствующих отделов в оптовых объектах и их функции.

Ключевые слова: сбытовая логистика, цепочка “производитель-посредник-потребитель”, распределительная логистика, материальные ресурсы, алгоритм, логистическая система, оптовый потребитель.

THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF MARKETING LOGISTICS IN IMPROVING THE TRAFFIC OF INVENTORIES

*Pardaev Sherzod Kholmurodovich -
Samarkand institute of economics and
service Doctoral research*

Annotation. This article presents the scientific role and importance of marketing and logistics in the delivery of material resources to consumers, a simple and traditional view on the development of algorithms for organizing and managing the movement of material resources, relevant departments in wholesale enterprises and their functions.

Keywords: marketing logistics, chain “producer-intermediary-consumer”, distribution logistics, material resources, algorithm, logistics system, wholesale consumer.

Кириш. Жамиятда мавжуд эҳтиёжларни қондириш учун дастлаб истеъмолбоп маҳсулот ишлаб чиқаришни таъминлаш керак. Бунинг учун, аввало, мавжуд захиралар, хомашё ва товар-моддий ресурслар таъминоти мавжуд бўлиши керак. Демак, бунда товар-моддий ресурслар ва улар ҳаракатини бошқариш ўта муҳимдир.

Моддий ресурсларни бошқариш деганда, захираларнинг зарур даражасини таъминлашга қаратилган фаолият тушунилади. Чакана савдо шаҳобчалари, улгуржи базалар ва уларнинг худудий бўлимларини ташкил этиш ва ишга туширишни таъминлайдиган товар тарқатиш тармоғининг мавжудлиги товарларни то охиригистеъмолчига имкон қадар яқинланлаштириш, маҳсулот сифатига жавоб бериш вақтини қисқартириш орқали рақобатдош устунликка эришиш имконини беради. Одатда, худудлараро талаб ва таклиф даражаси ҳамма вақт ҳар хил бўлиб келган, шу сабабли товар-моддий ресурслар ассортиментини оптималлаштириш, таклиф этилаётган хизматлар кўламини кенгайтириш мақсадга мувофиқ.

Бундай эҳтиёжни қондириш билан боғлиқ муаммоларни бартараф этиш маркетинг, сотиш ва логистика мутахассислари томонидан ҳал қилинадиган мураккаб вазибалардан биридир.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Тадқиқот натижалари асосида қайд этиш лозимки, жамият учун маркетинг стратегияси қанчалик самарали бўлса, логистикадан фойдаланиш ва рационал логистик тизимларни, шу жумладан,

маркетинг логистикасини ишлаб чиқиш имкониятлари ҳам шунчалик кўп бўлади, чунки макур ҳолатда тадбиркорлик субъектларида товар ҳаракатини самарали ташкил қилиш орқали иқтисодий самарага эришилади.

Маркетинг логистикасининг назарий жиҳатлари Ф.Котлернинг илмий ишларида маркетинг ва логистиканинг уйғунлиги товар тарқатиш сиёсатининг асосий жараёни сифатида таъкидлаб ўтилган. Логистика маркетинг элементларидан бири сифатида товарни силжитиш ва сотиш жараёнларида бевосита иштирок этади ва у маркетингнинг ажралмас қисми сифатида ўрганилади[1].

Хорижлик олимлардан Д.Бауерсокс, Д.Клосс ва Б.Купер (Donald J. Bowersox, Devid J. Closs ва В.Соопер)нинг фикрича, “Маркетинг маҳсулот ёки хизматнинг хусусиятларини аниқлаш ва улар билан истеъмолчиларни таништириш, шунингдек, олди-сотди битимларини тузиш механизминини ишлаб чиқиш учун хизмат қилади. Логистика эса маҳсулот ёки хизмат мижозларга қачон, қаерда ва қанча ҳажмда зарур бўлишини аниқлаш ва таъминотнинг оптималлигини таъминлаши зарур”[2].

Шунингдек, М.Кристофер, Х.Пекнинг таъкидлашларича, маркетинг логистикаси таъминот занжирида маркетинг ва логистик жараёнларнинг ўзаро алоқасини бошқаради ва мижозларга логистик хизматлар кўрсатиш асосида рақобат устунлигига эришишни назарда тутди[3]. Бироқ ушбу олимларнинг назарий ва амалий жиҳатлари мамлакатимиз корхоналари ама-

лиётида етарли даражада татбиқ этилмаганлиги миллий товарлар ҳаракатини такомиллаштиришда айрим ноаниқликларга сабаб бўлмоқда.

Е.А.Голиковнинг фикрига кўра, маркетинг ва логистика ўртасидаги ўзаро уйғунлик “маркетинг логистикаси” тушунчасида акс этган бўлиб, фирманинг сотиш инқирози кузатилган шароитида рақобат устунлигига эришишнинг муҳим шарти ҳисобланади[4]. Бироқ Е.А.Голиковнинг назарий фикрлари маркетинг логистикасининг моҳиятини тўлақонли ёритиб берамайди.

В.П.Стаханов, В.Б.Украинцев маркетинг логистикасини “...фирманинг иқтисодий оқимларини бошқариш усуллари мажмуи бўлиб, тўловга қодир талабни ўз вақтида тўлақонли ва сифатли қондиришга, логистик занжирда харажатларни минималлаштиришга қаратилган” деб изоҳлайди[5].

Г.Л.Багиевнинг илмий изланишларида маркетинг ва логистиканинг ўзаро уйғунлашувига алоҳида эътибор қаратилган ҳолда, эҳтиёжларни самарали қондиришда хомашё ва бутловчи қисмлар оқими ҳосил бўлган жойдан бошлаб ва якуний маҳсулотни истеъмолчиларга оқилона етказиб беришгача бўлган материаллар ва тайёр маҳсулотларнинг жисмоний оқимларини режалаштириш, оператив бошқариш ва назорат қилиш жараёнлари мажмуи сифатида изоҳланган[6].

Ўзбекистонлик олимлардан Д.Х.Холмама-товнинг фикрича, маркетинг логистикаси логистик сервисни ўзида акс эттирган ҳолда товар етказиб берувчи томонидан, асосан, улгуржи савдо корхоналари, логистик компаниялар, экс-

педиторлик корхоналари ёки сотишдан кейинги сервис кўрсатиш соҳасида ихтисослашган субъект томонидан амалга ошириладиган жараёнлар мажмуи ҳисобланади[7].

Фикримизча, маркетинг бозорда талабнинг шаклланишини кузатиб боради ва қандай маҳсулот қаерда, қачон ва қандай миқдорда кераклигини аниқлайди, логистика эса талаб қилинадиган маҳсулотни истеъмолчига керакли жойда, керакли вақтда ва минимал харажатлар билан энг оптимал миқдорларда етказиб беришни таъминлайди. Шунингдек, логистика маркетинг фаолиятдан тўғридан-тўғри ажратилган алоҳида фан сифатида талқин қилинишига қарамасдан, функционал боғлиқ ҳолда 4P (place) элементи сифатида маркетинглоглар томонидан режалаштирилган моддий оқим жараёнларини ташкил этиш ва оптималлаштиришни амалга оширади.

Тадқиқот методикаси. Тадқиқот давомида индукция ва дедукция, ўртача миқдорлар, гуруҳлаш, мантиқий таҳлил, усулларидадан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Тадқиқот мавзусидан келиб чиққан ҳолда, товар-моддий ресурсларнинг ҳаракати ва уни бошқариш жараёнида маркетинг ва логистиканинг ўзига хос жиҳатларини кўриб чиқамиз. Бунда товар-моддий ресурслар ҳаракатини оптималлаштиришга қаратилган маркетинг логистикаси алгоритминини ишлаб чиқишни мақсадга мувофиқ деб топдик. Бу алгоритм 1-расмда келтирилган (1-расм.)



1-расм. Товар-моддий ресурслар ҳаракатини оптималлаштиришга қаратилган маркетинг логистикаси алгоритми

Манба: муаллиф ишланмаси.

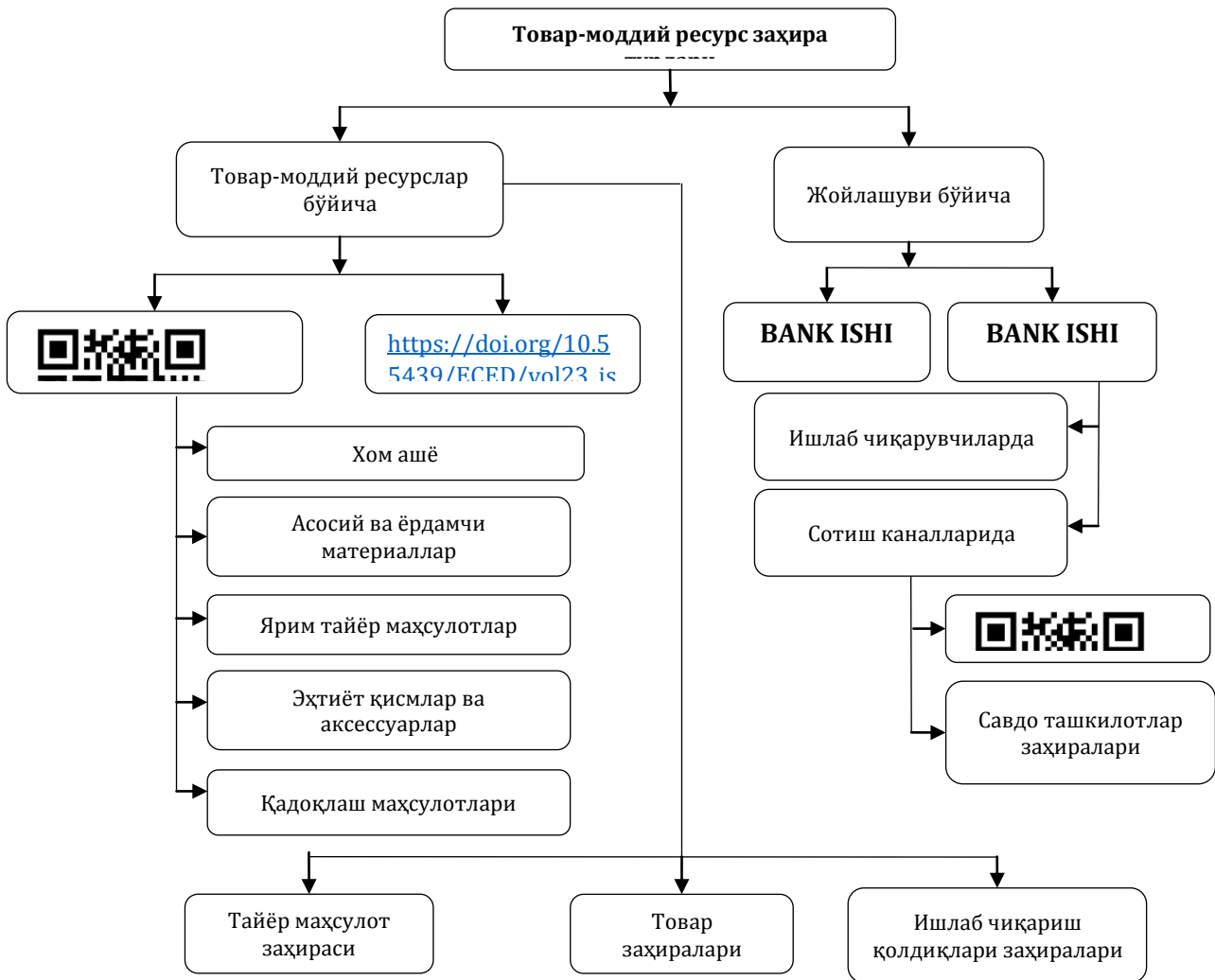
Товар-моддий ресурсларга эҳтиёж миқдорини аниқлаш. Бу босқичда ишлаб чиқарилиши кутилаётган маҳсулотга сарфланувчи моддий ресурс ва унга эҳтиёж миқдори аниқланади. Бунда корхонанинг эҳтиёжни шакллантирувчи маркетинг, савдо ёки тижорат, ишлаб чиқариш ёки режалаштириш ва иқтисодий бўлимлар, шунингдек, логистика бўлими иштирок этиши мумкин.

Ишлаб чиқариш ва сақлаш билан боғлиқ харажатлар таркибини аниқлаш. Ушбу босқичда товар-моддий ресурслар билан боғлиқ харажатлар ҳамда ишлаб чиқариш билан боғлиқ жараёнларни оптималлаштиришга алоҳида эътибор қаратилади. Ушбу босқичда режа-молия, ҳисоб-бухгалтерия, маркетинг ва логистика бўлимлари биргаликда товар-моддий ресурсларни самарали йўналтириш, сақлаш харажатларини мақ-

буллаштириш, харажат моддалари таркибини мувофиқлаштириш ҳамда таннархни оптималлаштириш бўйича ишлар амалга оширилади.

Буюртмаларнинг оптимал ҳажмини ҳисоблаш, захира тўплаш. Бу босқич корхонага кириб келаётган товар-моддий ресурслар оқимининг хусусиятларини олдиндан аниқлаш имконини беради. Товар-моддий ресурслар ҳисобини

юритишда кирувчи оқимлар хусусиятини ўрганиш захирани шакллантириш ва уларни таснфлашнинг асосий воситаси ҳисобланади. Буюртмаларнинг оптимал ҳажмини аниқлаш транспорт-омбор тизимлари, ишлаб чиқариш ва логистика ҳамда ахборотлаштириш бўлимлари иштирокида амалга оширилади (2-расм).



2-расм. Товар-моддий ресурсларнинг таснифланиш

Манба: муаллиф ишланмаси.

Захираларни шакллантириш жараёнини мувофиқлаштириш. Захирани шакллантириш товар-моддий ресурслар таъминотчилари билан ўзаро келишиш асосида амалга оширилади. Бундай мувофиқлаштириш таъминотчилар билан ўзаро келишувлар орқали амалга оширилади ва улранинг позицияси ва манфаатларини ҳисобга олишни ҳам тақозо этади. Бу босқичда мижозлар билан ишлаш, логистик, юридик ва молия бўлимлари бевосита иштирок этадилар.

Товар-моддий ресурсларни бошқариш (маркетинг логистикаси) алгоритмини лойиҳалаш. Бу босқичда маркетинг логистикаси алгоритминини ишлаб чиқиш (1-жадвал) ва кирувчи мате-

риаллар оқими (4-босқич натижаси)ни оптималлаштириш муҳим. Товар-моддий ресурслар юқоридаги икки оқим орасидаги номувофиқлик натижасида пайдо бўлади. Товар-моддий ресурсларни бошқаришнинг маркетинг логистикаси алгоритминини яратилган моддий захираларни мақбул даражада (захирани ўз ҳисобига олган ташкилот учун) сақлашга имкон беради.

Фикримизча, маркетинг логистикаси корхонанинг бозордаги ахборот, моддий ва номоддий ресурслар ҳаракатини бошқаришга қаратилган маркетинг фаолияти ҳисобланади.

Маркетинг логистикасининг моҳиятини ёритиб беришда қуйидаги 2-жадвални келтиришни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Товар-моддий ресурслар ҳаракатини бошқаришнинг маркетинг логистикаси алгоритми

Босқичлар	Маъсул бўлимлар	Ёрдамчи бўлимлар
Моддий ресурсларга эҳтиёж миқдорини аниқлаш	Маркетинг бўлими	Савдо бўлими (ёки тижорат бўлими), ишлаб чиқариш бўлимлари (ёки ишлаб чиқаришга хизмат кўрсатадиган режалаштириш ва иқтисодий бўлимлар)
Ишлаб чиқариш ва сақлаш билан боғлиқ харажатлар таркибини аниқлаш	Режалаштириш ва иқтисодий бўлим	Бошқарув ҳисоб-китоб бўлими, бухгалтерия бўлими, логистика бўлими, ахборот технологиялари бўлимлари
Буюртмаларнинг оптимал ҳажмини ҳисоблаш, захира тўплаш	Логистика бўлими	Транспорт бўлими, омборхона, ишлаб чиқариш бўлимлари ва ахборот технологиялари бўлими
Захира тўплаш шартларини мувофиқлаш	Товар сотиш бўлими	Истеъмолчилар билан ишлаш бўлими, логистик бўлим, юридик бўлим, молия бўлими
Моддий ресурсларни бошқариш алгоритминини лойиҳалаш	Логистик бўлим ва бизнес муҳитини яратиш бўлими	

Манба: муаллиф ишланмаси.

Маркетинг логистикаси товар-моддий ресурсларга эҳтиёж ҳажмини аниқлаш, истеъмол қилувчи бўғин хусусиятларини ёритишда муҳим аҳамиятга эга. Агар захиралар ишлаб чиқариш корхонаси томонидан яратилган бўлса, хомашё ва товар-моддий ресурсларнинг асосий гуруҳларига талаб ҳажми ишлаб чиқариш режа-

си ва асосий ишлаб чиқаришга хизмат кўрсатишнинг режалаштирилган эҳтиёжлари билан белгиланади. Товар ишлаб чиқариш ва унга техник хизмат кўрсатиш режалари ишлаб чиқариш даврлари давомийлиги тўғрисидаги маълумотлар асосида ҳисобланади.

Маркетинг ва маркетинг логистикасининг фарқли ва ўхшаш жиҳатлари

Параметрлар	Маркетинг	Логистика	Маркетинг логистикаси
Мақсади	Эҳтиёжларни максимал даражада қондириш	Товарларни ўз вақтида, зарур ҳажмда ва сифатда энг кам харажатлар асосида етказиб бериш	Тайёр маҳсулотларни истеъмолчиларга энг юқори истеъмол қиймати ва корхона учун энг нафли шартларда етказиб бериш
Предмети	Бозор муҳитини оптималлаштириш	Моддий оқим жараёнларини оптималлаштириш	Истеъмолчиларга йўналтирилган бозорда товар-моддий оқимлар ҳаракатини оптималлаштириш
Қутилаётган натижа	Фойдани максималлаштириш	Логистик харажатларни минималлаштириш	Логистик харажатларни оптималлаштириш ҳамда истеъмолчилар эҳтиёжларини максимал қондириш асосида юқори фойдага эришиш
Объекти	Товар ва хизматлар бозорида маркетингни бошқариш	Товар ва хизматлар бозорида моддий оқимларни бошқариш	Бозор талабини максимал қондиришда тақсимот жараёнларини оптималлаштириш ва оқимларни бошқариш

Шунинг учун биз таклиф қилаётган маркетинг логистикаси алгоритми ёрдамида ишлаб чиқариш режалари асосида йиллик, ярим йиллик ёки чораклик, чораклик режалар ойлик, бир ойлик режа эса ўн кунлик, ҳафталик, беш кунлик ва кунлик режалар тайёрлаш имконини ҳам беради. Фикримизча, маркетинг логистикаси ташкилий тузилмасини 3-жадвалга мувофиқ ҳолда ташкил қилиш лозим.

Бу ерда прогнозлаш, келажакдаги талаб ҳажмини прогнозлашга уриниш сифатида тушунилади. Ўз истеъмолчиларига нисбатан тайёр маҳсулотлар захирасини таъминлаш учун келажакдаги талаб ҳажмини прогнозлаш мақсадга мувофиқ.

Товар-моддий ресурс талаблари ҳажмини прогнозлашнинг тўғрилигини айнан ўша товарга талаб миқдорини аниқлашга қаратилган бозор тадқиқотлари ёрдам беради. Хомашё ва товар-моддий ресурслар захираларидаги ишлаб чиқариш эҳтиёжлари ҳажми ва тайёр маҳсулотга эҳтиёжни прогнозлашнинг энг кўп қўлланадиган амалиётига тўхталиб ўтамиз.

Ишлаб чиқариш эҳтиёжларига хизмат кўрсатишда хомашё ва товар-моддий ресурслар захираларини бошқаришда ишлаб чиқариш режалари дастлабки маълумот сифатида қўлланилади (3-расм).

Товар-моддий ресурслар ҳаракатини оптималлаштиришда маркетинг логистикасининг ташкилий тузилмаси

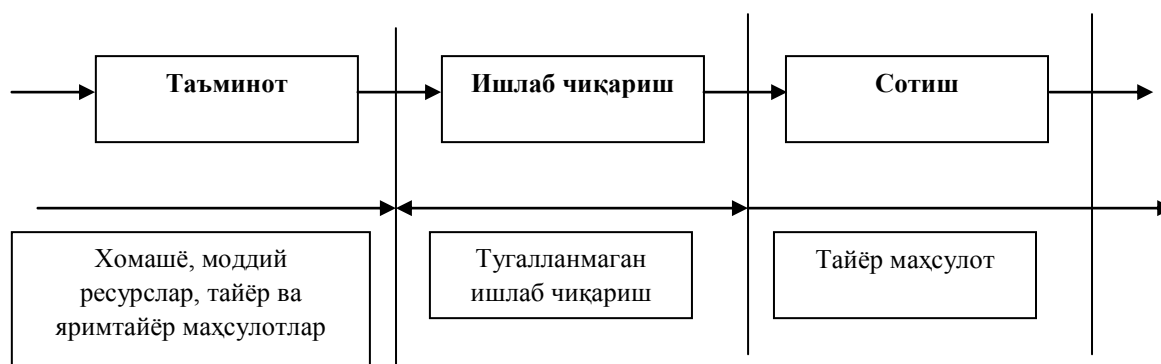
Бўлим	Вазифалар
Логистика бўлими	Эҳтиёжни аниқлаш; Харажат моддалари таркибини аниқлаш; Оптимал буюртма ҳажмини аниқлаш; Шартнома шартларини ишлаб чиқиш; Моддий ресурслар ҳаракатини бошқариш алгоритминини ишлаб чиқиш
Маркетинг бўлими	Эҳтиёжни аниқлаш; Янги турдаги маҳсулотларга эҳтиёжларни қўшимча қилиш
Савдо бўлими (тижорат бўлими)	Эҳтиёжни аниқлаш; Шартнома қилиш
Ишлаб чиқариш бўлимлари	Прогнозлаш (режалаштириш); Оптимал буюртма ҳажмини аниқлаш
Иқтисодий режалаштириш бўлими	Эҳтиёжни аниқлаш; Харажат ва даромад моддалари таркибини аниқлаш; Оптимал буюртма ҳажмини аниқлаш
Молия бўлими	Харажат моддалари таркибини аниқлаш; Шартнома шартларини ишлаб чиқиш
Бухгалтерия ҳисоби бўлими	Харажатлар ва даромадлар моддалари таркибини аниқлаш
Ахборот технологиялари бўлими	Эҳтиёжни аниқлаш, харажат моддалари таркибини аниқлаш; оптимал буюртма ҳажмини аниқлаш; шартнома шартларини ишлаб чиқиш; товар-моддий ресурслар ҳаракатини бошқариш; алгоритминини ишлаб чиқиш бўйича дастурий таъминотлар ишлаб чиқиш
Бизнес муҳитини яратиш бўлими	Рақобатчилар, истеъмолчилар, ишлаб чиқариш инфратузилмасини ўрганиш

Манба: муаллиф ишланмаси.

1. Таъминот гуруҳига ишлаб чиқаришни ташкил этиш учун дастлабки хомашёлар, ярим-тайёр маҳсулотлар ва товар-моддий ресурслар захиралари шакллантирилади. Бу гуруҳда мавжуд захираларнинг ўзига хос жиҳати шундаки, улар ишлаб чиқариш жараёнида бевосита қўлланилади ва тайёрланиши кутилаётган маҳсулотнинг асосини ташкил этади. Хомашё ва товар-моддий ресурслар гуруҳи логистиканинг

функционал соҳаси сифатида етказиб беришда асосий моддий оқимлар таркибини белгилайди.

2. Ишлаб чиқариш гуруҳи – тайёр маҳсулот, тугалланмаган ишлаб чиқариш (яримтайёр маҳсулотлар) барча ишлаб чиқариш объектларида мавжуд жараён бўлиб, ҳар қандай вақтда товар-моддий ресурсларнинг бир қисми технологик қайта ишлаб чиқариш жараёнида бевосита иштирок этади.



3-расм. Ишлаб чиқаришни ташкил қилишда товар-моддий ресурс оқимининг ҳаракати

Бу гуруҳда товар-моддий ресурсларни ташиш ишлари, асосан, улгуржи сотувчилар ёки логистика воситачилари орқали амалга оширилади.

3. Тайёр маҳсулотлар тўлиқ сотувга тайёр бўлган моддий ресурсдир. Тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш гуруҳидан қуйидаги жиҳатлари билан фарқланади:

- а) технологик ишлаб чиқариш ва қайта ишлаш жараёни тўлиқ якунланганлиги;
- б) товар-моддий ресурс сифатида назоратга ўтганлиги;
- в) тайёр маҳсулот сифатида бутлигига эга бўлганлиги;
- д) тайёр маҳсулот сифатида омборга қабул қилинганлигидир.

Агар маҳсулот юқоридаги талаблардан бирига жавоб бермаса, тайёр маҳсулот эмаслиги ва тугалланмаган ишлаб чиқаришга хос эканлигини билдиради.

4. Товарлар гуруҳи сотув каналларида ҳаракатда бўлган, бироқ охириги истеъмолчига етиб бормаган тайёр маҳсулотлар. Уларнинг сотув каналларидаги ҳаракатини улгуржи корхоналар, чакана савдо корхоналари, логистика воситачилари ва провайдерлар (3PL, 4PL) таъминлаб берадилар.

Охириги жараён ишлаб чиқариш чиқиндилари ҳисобланиб, бунда истеъмолга олинган товар ёки истеъмолгача яроқсиз маҳсулотларнинг ўз сифатини тўлиқ ёки қисман йўқотган қисми тан олинади. Улар бошқа саноат тармоқларида ташиш, қайта ишлаш ёки утилизация қилиш учун тўпланаяди.

Хулоса ва таклифлар. Товар-моддий ресурслар ҳаракатини ташкил қилишда логистик хизматларни амалга оширувчи функционал тузилмаларни ташкил этиш корхоналарда товар-моддий ресурсларни ишлаб чиқариш, сақлаш ва етказиб бериш билан боғлиқ логистик масалаларнинг янада самаралироқ ҳал этилишига им-

кон беради. Фикримизча, товар-моддий ресурслар ҳаракатини маркетинг логистикаси асосида такомиллаштиришда қуйидаги жиҳатларга алоҳида эътибор қаратиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

– товарни пировард истеъмолчига томон силжитишда ижобий таъсир кўрсатиши мумкин бўлган аниқ шерикларни аниқлаш;

– товарни керакли жойга ва керакли вақтда етказиб берилишини таъминловчи оптимал тизимни шакллантириш;

– керакли миқдордаги товар айланишини таъминлай оладиган ва керакли ҳажмдаги товар захирасини бошқара оладиган савдо тармоқлари фаолиятини йўлга қўйиш;

– мавжуд ва потенциал истеъмолчилар билан алоқани ўрнатиш, сақлаб қолиш ва яхшилаш;

– товар ҳаракати жараёнини ташкил қилиш, транспортировка ва омборлаштириш;

– товар ҳаракати жараёнини ва у билан боғлиқ харажатларни оптималлаштириш каби муаммоларни ҳал эта олиши керак бўлади.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар:

1. Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ., под ред. С.Г.Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 484 с.*
2. Donald J. Bowersox, David J. Closs va M. Bixby Cooper. *Supply Chain Logistics Management. 2008.*
3. Кристофер М., Пек Х. *Маркетинговая логистика. / Пер. с англ. И.Касимова. – М.: Издательский Дом «Технологии», 2005. – 200 с.*
4. Голиков Е.А. *Маркетинг и логистика – новые инструменты хозяйствования. – М.: Экзамен, 2006. – 220 с.*
5. Балабанова Л.В., Германчук А.Н. *Концепция маркетинговой логистики потоковых процессов. // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Том 7. № 2А. С. 42-51.*
6. Багиев Г.А., Тарасевич В.М., Анн Ч. *Маркетинг. Учебник для вузов. – М.: Экономика, 2002. – 703 с.*
7. Holmatov D.H. *Ulgurji savdoda marketingning servis strategiyasini takomillashtirish. Monografiya. – Samarqand: "Turon nashr" nashriyoti, 2020-y. – 180 b. 132-133-b.*
8. *Товар-моддий ресурслар ҳаракатини худудий товар-хомашё бозорига мослаштириш йўллари (Самарқанд вилояти мисолида). // "Иқтисод ва молия" илмий-амалий журнали. 2020 йил. 45-51-б.*
9. Pardaev Sh.X., Holmatov D.X. *Improving the management of inventories in the commodity market. // Journal of Management value & Ethics. 2020 y. 55-63 pp.*
10. Pardaev Sh.X. *Optimization of Inventories in the Organization of the Movement of Commodity-Material Resources. // GIS-Business. 2020 y. 1352-1361 pp.*
11. Pardaev Sh.X. *Ways to adapt the movement of commodity resources to the regional commodity market (On the example of Samarkand region). // International scientific and practical conference "Cutting-edge science". 2020 y. 61-67 pp.*
12. Пардаев Ш.Х. *Товар хомашё бозори ривожланишида биржаларнинг роли ва ўрни. // "Сервис" илмий-амалий журнали. 2019 йил. 2-сон. 110-113-б.*
13. Холмаматов Д.Х., Пардаев Ш.Х. *Товар-хомашё бозорида товар ҳаракатини ташкил этишда маркетинг масалалари. // "Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш ҳамда унда хизматлар кўрсатиш соҳасининг ролини ошириш муаммолари" республика илмий-амалий анжуман материаллари. – СамИСИ, 2019. 54-57-б.*
14. Pardaev Sh.X., Holmatov D.X. *Current issues of commodity market development in Uzbekistan. // Journal of Critical Review. 2020 y. 1616-1622 pp.*
15. Pardaev Sh.X., Holmatov D.X. *Ways to ensure the efficiency of the movement of goods and materials in the commodity market. // Solid State Technology. 2020 y. 346-354 pp.*