

**O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O`RTA
MAXSUS TA`LIM VAZIRLIGI
URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI**



"TURIZM VA IQTISODIYOT" FAKULTETI

"IQTISODIYOT" KAFEDRASI

“LOGISTIKA”

fanidan

MA`RUZALAR MATNI

URGANCH - 2017

Rahimov T., Matyaqubova D., Nasretdinova F. "Logistika": ma'ruza matn. – Urganch: UrDU, 2017

Ushbu ma'ruza matni Urganch davlat universiteti ilmiy kengashi tomonidan tasdiqlangan "Logistika" o'quv dasturi asosida o'zbek tilida yaratilgan dastlabki ma'ruzalar matnidir. Unda Logistika nazariy asoslariga oid masalalar yoritib berilgan. Muallif xorijiy mamlakatlar tajribasini sharhlabgina qolmasdan, bevosita mamlakatimiz rivojlanishiga xos bo'lgan ayrim masalalarga yondashish asoslarini atroflicha ochib bergan. Qo'llanma Oliy va o'rta maxsus ta'lim tizimida tahsil olayotgan talabalar, magistrantlar, aspirantlar, korxona va tashkilotlardagi logistika xizmati bo'limlari mutaxassislari va malaka oshirish kurslari tinglovchilari hamda kasb-xunar mutaxassisliklari uchun mo'ljallangan.

Taqrizchilar: Matyaqubov U., i.f.n., dots. – "Iqtisodiyot" kafedrası mudiri

Раҳимов Т., Маткубова Д., Насретдинова Ф. «Логистика»: Лекционный текст.-Ургенч: УрГУ, 2017

Текст этой лекции - текст первых лекций на узбекском языке на основе учебной программы «Логистика», утвержденной Ученым советом Ургенчского государственного университета. Он охватывает теоретические аспекты логистики. Автор не только прокомментировал опыт зарубежных стран, но и объяснил основы прямого подхода к развитию нашей страны. Пособие предназначено для студентов, магистров, аспирантов системы высшего и среднего специального образования, слушателей отделов логистических услуг и предприятий, а также слушателей курсов повышения квалификации и профессиональных специальностей.

Рецензенты: Матякубов У. – к.э.н. доцент, зав.кафедрой «Экономика»

Rakhimov T, Matyakubova D., Nasretdinova F. "Logistics": Textbook. – Urgench: UrSU, 2017

The text of this lecture is the text of the first lectures in the Uzbek language on the basis of the training program "Logistics", approved by the Academic Council of the Urgench State University. It covers the theoretical aspects of logistics. The author not only commented on the experience of foreign countries, but also explained the basics of a direct approach to the development of our country. The manual is intended for students, masters, graduate students of the system of higher and secondary special education, students of logistics services and enterprises, as well as students of advanced training courses and professional specialties.

Reviewer: Matyaqubov U.-head of the chair "Economy"

Kirish	5
1-mavzu. LOGISTIKANING RIVOJLANISH TARIXI	7
1.1. Logistik yo`nalishning vujudga kelish tarixi.....	7
1.2. Logistikaning rivojlanish bosqichlari	10
1.3. Korxonalar iqtisodiy faoliyatini boshqarishning zamonaviy usullarida logistikaning roli.....	15
2-mavzu. LOGISTIKA KURSINING PREDMETI VA VAZIFASI	18
2.1. Logistikaning vujudga kelishi va uning predmeti	18
2.2. Logistika kontsepsiyasi	19
2.3. Logistika tizimi qismlarining ta'rifi.....	20
2.4. Makro va mikrologistikaning vazifalari va doirasi.....	21
3-mavzu. LOGISTIKA TIZIMI KONTSEPTSIYASINING.....	24
NAZARIY ASOSLARI.....	24
3.1. Logistika tizimi tushunchasi va uning kontsepsiyalari.....	24
3.2. Xizmat sohalari va ularning ta'rifi	26
3.3. Logistika tizimi faoliyat yuritishini baholash	27
3.4. Logistika tizimining marketing bilan bog`liqligi	28
4 - mavzu. LOGISTIKADA MATERIALLARNI BOSHQARISH VA TAQSIMOTNI TASHKIL QILISH.....	31
4.1. Moddiy oqimlar harakatlari chizmasining ta'rifi	31
4.2. Logistika tizimida mahsulotlar taqsimotining	33
asosiy kanallari va vositachilari	33
4.3. Buyurtmalarning jismoniy taqsimlanishi va mahsulotlarni keltirish ustidan nazorat.....	37
4.4. Korxonalarning tashkiliy tuzilmalari va u boshqaruv xizmatlarining o`zaro hamkorligi	40
5-mavzu. LOGISTIKADA STRATEGIYA VA REJALASHTIRISH ...	43
5.1. Strategik reja va uni tuzish tartibi	43
5.2. Logistika faoliyatining strategiya turlari	45
5.3. Moddiy oqimlarni bashorat qilish va strategik reja ko`rsatkichlarini hisoblash usullari	45
6-mavzu. LOGISTIKADA TRANSPORT NUQTAI NAZARLARI	48
6.1. Transport vositalarining turlari va ularning moddiy	48
texnika bazasi	48
6.2. Transport turlarining moddiy - texnik bazasi	49
6.3. Mahsulotlarni yetkazib berish tizimini boshqarish	54
6.4. Avtotransport harakatlanuvchi tarkibining xizmatlari	55
7-mavzu. LOGISTIKA TIZIMIDA ZAXIRALARNI BOSHQARISH.	57
7.1. Zaxiralarni boshqarish va tovar siyosati.....	57
7.2. Zaxiralarning belgilanishi va turlari	59

7.3. Moddiy zaxiralarni boshqarish tizimi	61
8-mavzu. LOGISTIKA TIZIMIDA MAHSULOTLARNI OMBORGA JOYLASHTIRISH VA OMBORDA QAYTA ISHLASH TIZIMI	66
8.1. Zaxiralarni omborga joylashtirish va shu.....	66
tizimning ta'rifi	66
8.2. Transport omborxonasi moddiy oqimlarini	70
tashkil qilish.....	70
8.3. Turli xil korxonalarni moddiy boylik manbalari	71
bilan ta'minlash strategiyasi.....	71
8.4. Omborxona ishining ba'zi bir ko'rsatkichlar hisob -kitobi	73
9 - mavzu. LOGISTIK AXBOROT TIZIMLARI.....	75
9.1. Axborotlar yordamida logistik tizimni.....	75
harakatga keltirish.....	75
9.2. Teskari aloqaga ega axborot tizimini boshqarish	76
9.3. Logistik axborot tizimlarining turlari	77
9.4. Logistikada axborot tizimlari ko'rilishi tamoyillari	78
10-mavzu. XARID QILISH LOGISTIKASI	81
10.1. Xarid qilish logistikasining vazifalari va.....	81
faoliyatlari.....	81
10.3. Xaridorni rejalashtirish	94
10.4. Mol yetkazib beruvchi tanlovi	96
11-mavzu. LOGISTIKA TIZIMI BOSHQARUVINI TASHKIL ETISH.....	99
11.1. Boshqaruvning asosiy funktsiyalari.....	99
11.2. Materiallar oqimini boshqarishning funktsional mexanizmi.....	103
11.3. Logistika tizimida nazoratni o'rnatish	105
12 - mavzu. SERVIS XIZMATINING LOGISTIKASI	106
12.1. Servis xizmati logistikasining mazmuni va ahamiyati	106
12.2. Iste'molchi talabini qondirish servisi mezonni	108
12.3. Ishlab chiqarish mazmunidagi xizmat ko'rsatish servisi mezonni	109
12.4. Sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisi mezonni.....	110
12.5. Axborot xizmat ko'rsatish servisi mezonni	111
12.6. Moliya - kredit xizmatini ko'rsatish servisi mezonni	112
XULOSA	113
Asosiy adabiyotlar:.....	114

KIRISH

Mamlakatimizda o'tkazilayotgan radikal iqtisodiy islohotlarning muvaffaqiyati, ko'p jihatdan, muomala sohasining samarali faoliyati, ishlab chiqarish vositalari bilan ulgurji savdoning keng rivojlanishi, ishlab chiqarish texnikasiga mo'ljallangan mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi to'g'ri aloqalar, hududlarning xalq xo'jalik tarmoqlari, aksiyadorlar birlashmalari, turli mulk shakllaridagi ishlab chiqarish va tijorat sub'ektlariga xizmat ko'rsatuvchi transportning sifati bilan ko'proq bog'liq bo'ladi.

Bu maqsadlarga erishish uchun rivojlangan mamlakatlarning tajribasini o'rganish bilan birga vatanimizda logistika sohasida bozor iqtisodiyotida turli mulkchilik shakllarini hisobga olgan holda ishlab chiqarish munosabatlari sohasida mahsulot harakatlarini optimallashtirishning ilg'or yo'nalishlaridan foydalanish ham ma'lum bir ahamiyatga ega bo'ladi.

Logistika bo'yicha mutaxassislar moddiy - texnika ta'minoti, transport va tovar harakati haqidagi axborotlarni yagona tizimga integratsiyalashuvini ta'minlashga intilishmoqda, bu esa ushbu sohalarning har birini ish faoliyatining samarasi va tarmoqlararo samaraning ortishiga olib kelishi kerak.

Chet ellarda nazariya sifatida logistika mustaqil fan bo'lib ajralib, oliy o'quv yurtlarida, izlanishlar sohasi hamda ilmiy ishlab chiqarishda o'rganilmokda. Ko'pgina oliy o'quv yurtlarida boshqaruv xodimlarini tayyorlash uchun informatika va marketing bilan birga «logistika» mutaxassisligi mavjud va bitiruvchilarga mos mutaxassislik berilmoqda.

Mamlakatimizda oliy ta'lim tizimida amalga oshirilayotgan islohotlar kengaygan ishlab chiqarish va muomala sohalari uchun mutaxassis tayyorlashdagi o'quv jarayonlarini tashkil qilishga ta'sir o'tkazdi.

«Tijorat logistikasi» - tijorat faoliyati sohasidagi logistik faoliyat. Ammo «tijorat» bizning ongimizga keng tarqalgan, bu katta darajadagi savdo, savdo muammolari majmuasidir. Savdo sohasi - tijorat keng xaridorlar ommasi bilan bevosita munosabat o'rnatish, faqat bizda emas, balki g'arbda ham ishlab chiqarishdan mohirona ajratilgan bo'lib, buning sababi va oqibatlari turlicha. Bu holda logistikadagi «tijorat» sifat mazmuni bo'yicha ko'proq mos kelishi mumkin. Masalan, Savdo institutining iqtisodiyot fakultetiga, qaysiki faqat savdo - tijorat sohalari uchun iqtisodchi tijoratchilar o'rtasidagi dallollik muomalalarini amalga oshirish uchun tayyorlanadi. Shunga qaramay ishlab chiqarish - texnik maqsadlarga atalgan mahsulotni realizatsiya qilish va sotish, ishlab chiqarish va qurilish sohasida moddiy texnikaning iste'mol oqimi hajmini 90%ini tashkil etib kelish bilan, g'arbda va zamonaviy sharoitlarda bizda ham ishlab chiqaruvchilarning o'z vazifalari va tijorat faoliyatlarining asosi bo'lib qolmoqda. Bunday hollarda ishlab chiqarish, ta'minot hamda sotish bo'yicha tijorat faoliyatini ishlab chiqarish - tijorat faoliyati bu sohadagi *LOGISTIK*Ani «ishlab chiqarish - tijorat logistikasi», deb nomlash mantiqlidir. Unda bu soha mutaxassislarini tayyorlash shubhasiz iqtisodiyot va moliya universitetining vazifasiga kiradi. Bunday o'qilayotgan kurs «tijorat logistikasi»ga xuddi shunday mazmunni beradi.

Mazkur kursning maqsadi, tijorat (ishbilarmonlik) logistikasi asoslarini bizda ham, chet ellarda ham bu yo`nalishni tashkil qilish va iqtisodiy faoliyatning nazariy va amaliy aspektlari rivojlanishi hamda rivojlangan mamlakatlarning oliy ta'lim yurtlarida maxsus fan sifatida o`qitish amaliyotini o`sha davrning haqiqiy axborotlar imkoniyatlarini hisobga olgan holda o`rganishdan iborat.

Bizning mamlakatda 1991 yilgacha aniq logistikani ilmiy ifodalashda hamda logistika faoliyatini tashkil etishni o`qitish amaliyotining yo`qligi, shu bilan mavjud chet el axborotlarini o`rganish jarayonida izlanishlarni amalga oshirib, chet ellarning logistika va vatanimizning xalq xo`jaligi faoliyatini tashkil qilish - iqtisodiy sohalari dinamikasi tezda o`zgaruvchan bozorning ishlab chiqarish-tijorat sharoitlariga hamda barcha muammolarni tamoman yangicha kontseptual holda qo`yilishi o`rganilishi lozim.

Logistikani fan sifatida, bilimlar tizimi, tamoyillari va usullari sifatida bilmaslik xodimning kasbiy kamchiliklarini tavsiflaydi, bu esa sub'ektning ishida (biznesda) ma'lum bir xarajatlarning qo`shimcha sarflanishiga olib keladi.

Shuning uchun bozor iqtisodiyotining markaziy ishtirokchisi - tijoratchini tayyorlashda logistikani o`qitish ahamiyatli o`rin egallaydi. Logistikani bilish iqtisodchilar uchun muvaffaqiyatli tadbirkorlik faoliyatini olib borishga asos sifatida zarurdir.

1-MAVZU. LOGISTIKANING RIVOJLANISH TARIXI

1.1. Logistik yo`nalishning vujudga kelish tarixi

Logistika tushunchasi o`zining qadimiy tarixiga ega «Logistika» so`zi yunoncha so`zdan kelib chiqqan. Qadimgi Afinada maxsus amal - «logist» yoki ijtimoiy o`z-o`zini boshqarish amaldori bo`lgan (eramizgacha V asrda 30 ga yaqin). Logistlar har yili qur'a tashlash yo`li bilan belgilanganlar; ularning vazifasiga vakolati tugagan boshqa amaldorlarning hisobotlarini tekshirish va bu hisobotlarni faxrli fuqarolar kengashiga tasdiqlash uchun topshirish kabilar kirgan, kengashning qarori asosida yakuniy xulosaga kelingan. Qadimgi Rimda ba'zi bir ma'muriy va diniy vazifalarni bajaruvchi amaldorlar logistlar deb atalganlar. Vizantiya imperatori Lev VI (866-912 yillar) davrida logistika armiyani ta'minlash va uning ko`chishini boshqarish san'ati sifatida ta'riflangan. Nemis tadqiqotchisi G.Pavellek ta'kidlashicha Vizantiya imperiyasida logistikaning belgilanishi «armiyaga maosh to`lash, uni kerakli tartibda qurollantirish va taqsimlash, uning ehtiyojlari haqida o`z vaqtida va to`liq darajada g'amxo`rlik qilish, ya'ni shaxsiy qurolli kuchlar harakatlanishi va taqsimlanishiga rahbarlik qilishdan» iborat bo`lgan.

«Logistika» so`zi barcha asosiy Yevropa tillarida mavjud, ammo ulardan har xil ma'nolarda foydalanadilar.

«Logistika» atamasidan mashhur olimlar, faylasuflar, sarkardalar o`z asarlarida foydalanganlar. Buyuk nemis matematigi G.V.Leybnits (1646-1716) bu atamadan «Xulosalarni hisoblash» yoki matematik mantiq ma'nosida foydalangan. XIX asrda bu atamadan kelib chiqishi shvetsariyalik bo`lgan taniqli harbiy nazariyachi va tarixchi Antuan-Anri Jomnin (1779-1869) o`z asarlarida foydalangan. 1813 yildan boshlab u Rossiyada Aleksandr I ning shtabida ishlagan, 1826 yilda infanteriya generali unvonini olgan. Nikolay I ning harbiy maslahatchisi bo`lgan va Sankt-Peterburgdagi harbiy akademianing asoschilaridan biri bo`lgan (1828). Shahzoda Aleksandr II ning shaxsiy o`qituvchisi bo`lgan, haqiqatan ham uning uchun muallifning logistika bo'yicha eng muhim asari yozilgan va keyinchalik u ko`pgina tillarga tarjima qilingan. U logistikani o`z ichiga rejalashtirish, boshqarish, ta'minlash, qo`shinlarni joylashtirish joyini belgilash, armiyaga transport xizmatini ko`rsatish bilan bog`liq masalalarning keng doirasini oluvchi qo`shinlarni boshqarishning amaliy san'ati sifatida belgilagan.

1884 yilda Amerika harbiy-dengiz floti instituti kemachilik zaruriyatlari uchun «logistika» tushunchasini kiritgan.

1904 yilda Jenevada Itelson, Laland va Kutyurlarning taklifi bo'yicha falsada kongressi logistikani matematik mantiq sifatida belgilagan.

Logistika tamoyillari ikkinchi jahon urushi davrida Amerika armiyasida moddiy texnik ta'minot hamda qurol-yarog`, oziq-ovqat, transportni yetkazib beruvchilar va qo`shinlar o`rtasidagi o`zaro hamkorlikni tashkil qilish sohasida keng rivojlangan. Taktika, strategiya va razvedka bilan bir qatorda «Logistika» atamasi bilan fuqarolik korxonalarining ta'minot-sotish faoliyati belgilanishi mumkin.

Harbiy sanoat, front orqasi va front ta'minot bazalari va transportning aniq o`zaro hamkorligi Amerika armiyasiga qurol-yarog`, yonilg'i-moylash materiallari

va oziq-ovqatlarni kerakli miqdorlarda yetkazib berishni o'z vaqtida va muntazam ta'minlashga imkon bergan.

Shuning uchun ko'pgina g'arbiy mamlakatlarda logistika asta-mekin harbiy sohadan xo'jalik amaliyoti sohasiga o'ta boshlagan. Dastavval u muomala, keyin esa ishlab chiqarish sohasida tovar-moddiy resurslar harakatlanishini boshqarishni amalga oshirish haqidagi nazariyaning yangi turi sifatida shakllangan. Shunday qilib, bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda 1930 yildagi iqtisodiy krizis arafasida va davrida vujudga kelgan materiallar va xomashyo bilan ta'minlash, mahsulotni ishlab chiqarish, saqlash va taqsimlash vazifalarini bog'lay oladigan ta'minlash-ishlab chiqarish - taqsimlash tizimlarini integratsiyalash g'oyalari ilmiy tadqiqotlar hamda xo'jalik amaliyoti shaklidagi mustaqil yo'nalishga o'zgartirilgan.

1950 yillarda moddiy oqimlarni tartibga solish masalasi harbiy logistikada qo'llaniladigan usullar yordamida muvaffaqiyatli hal qilinishi mumkinligi tan olingan. U 1960-70 yillarda Yaponiyada ko'proq rivojlangan, u yerda boshqarish va xo'jalik yuritishning murakkab tizimlarini ishlab chiqish va amalga oshirishda asosiy o'rinlarni egallagan.

1970 yillarning boshlarida bu atamani korxona moddiy resurslarini boshqarish fani sifatida belgilashga harakat qilingan.

1980 yilga kelib, xo'jalik boshqaruvini muvofiqlashtirish jismoniy taqsimlash, ya'ni tijorat logistikasi usullarini o'zlashtirish va qo'llashni talab qilgan.

Asta-sekin logistika va logistik boshqaruv tushunchasi turli-tuman mazmunlar bilan to'ldirilgan ishlab chiqarish va tovar muomalasining har xil sohalariga kirib boradi. Bunga hisoblashning eng yangi usullari, zamonaviy hisoblash, axborot texnika va texnologiyasining keng qo'llanishi hamda ishlab chiqarish infratuzilmasi elementlari va xo'jalik yuritish intensiv usullarining o'zaro hamkorligi rivojlanishi ta'sir qilgan.

XX asr oxirida logistika faniga xarid qilish (ta'minlash), ishlab chiqarish, sotish (taqsimlash), transport, axborot logistikasini oluvchi fanga aylangan. Inson faoliyatining sanab o'tilgan sohalariga etarlicha o'rganilgan va tegishli adabiyotlarda bayon qilingan. Logistik yondashishning yangiligi esa sanab o'tilganlar va faoliyatning boshqa sohalarini istalgan natijaga oqimlarni muvofiq to'g'ri boshqarish yo'li bilan vaqt va resurslarning eng kam xarajatlari yordamida erishish maqsadida integratsiyalashdan iboratdir. Shunday qilib, logistika avvallo, iste'molchilarga, ularning so'rovlarini ko'proq qanoatlantirishga harakat qilgan holda ishlaydi.

1992 yil Stokgolmda Logistika Evropa assotsiatsiyasi Xalqaro simpoziumida logistika atamasining umumqabul qilingan ta'rifining hali yo'qligi ta'kidlangan. Bu rivojlanishning yaqqol aks ettirilgan dinamikasiga ega yangi ilmiy yo'nalish bo'lganligi sababli ushbu tushunchaning turli ifodalanishlari taklif qilingan. Shuning uchun faqat logistikaga tegishli ta'riflardan ba'zi birlarini ko'rib chiqamiz:

- bu iste'molchi talablarini ko'proq qanoatlantirish maqsadlarida xomashyo, yarim fabrikatlar, tayyor mahsulotlar va tegishli axborotlarni jamlash, saqlash, ishlab chiqarilgan joydan iste'mol joyiga tashish va uzatishning texnologik va tejamkor samarali operatsiyalarini rejalashtirish, amalga oshirish va nazorat qilish jarayonidir. Sanab o'tilgan operatsiyalar materiallar va axborotlarning kirish va chiqish, ichki va

tashqi oqimlari ustida o'tkaziladi (ushbu talqin logistik menejmentning kengashi tomonidan berilgan);

- sanoatda logistika ishlab chiqarishni xomashyo va materiallar bilan ta'minlash va tayyor mahsulotlarni sotishni tashkil qilishdir. (Ishlab chiqarish va zaxiralarni boshqarish muammolarining Amerika jamiyati);

- bu ishlab chiqaruvchidan xomashyo, materiallar, butlovchi qismlar va tayyor mahsulotlarni joylashtirish va ishlab chiqaruvchi firma orqali iste'molchilarga harakatlanishini boshqarishdir (firma Goopere & Lybrand);

- bu yangi ilmiy yo'nalish, ishlab chiqarish va energetika tizimlaridagi moddiy va axborot oqimlarining harakatlanishida rejalashtirish, boshqarish va kuzatish haqidagi ta'lim (prof. A.A.Smexov, Rossiya);

- bu korxonaga kelib tushuvchi, u yerda ishlab beruvchi va bu korxonadan chiqib ketuvchi moddiy oqim va tegishli axborot oqimini rejalashtirish, boshqarish va nazorat qilishdir (prof. G.Pavellek, Germaniya);

- moddiy va axborot oqimlarini birlamchi manbadan va yakuniy iste'molchigacha masofa va vaqtdagi harakatini rejalashtirish, tashkil qilish, boshqarish, nazorat qilish va tartibga solish haqidagi fan (A.N.Rodnikov);

- bu avvallo, yirik ishlab chiqarish - xo'jalik (sohaviy, mintaqaviy, xalq xo'jaligi) tashkilotlari, yirik ko'lamli tadbirkorlik va tijorat faoliyatidagi belgilangan ilg'or tafakkur, eng samarali metodologiyadir («erkin» bozor iqtisodiyotiga tatbiq etganda) (A.T.Semenov);

- bu katta tizimlarda oqimlarni boshqarish haqidagi fandır (B.K.Plotkin);

- bu moddiy, tovar va axborot oqimlarini tashkil qilish va muvofiqlashtirish tizimi yo'li bilan jamiyat ishlab chiqarish kuchlari o'zaro samarali hamkorligining ilmiy qurolidir (N.V.Afanaseva);

- bu amaliy fan, uning predmeti tizimi iqtisodiy yondashish asosida iqtisodiy ob'ektlarni boshqarishni muvofiqlashtirish metodologiyasidan iboratdir.(K.V.Inyutina);

- keng ma'noda logistika - belgilangan mikri, mezo, makroiqtisodiy tizimda uning oldiga qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun moddiy oqimlar, xizmatlar oqimlari va ular bilan bog'liq axborot va moliyaviy oqimlarni boshqarish va muvofiqlashtirish haqidagi fan (V.I.Sergeev). V.I.Sergeev logistikani tor ma'noda tadbirkor nuqtai nazaridan amaliy yo'naltirilgan mexanizm sifatida ko'rib chiqadi: bu moddiy va servis oqimlari, hamda ular bilan birga bo'luvchi axborotlar va moliyaviy mablag'lar oqimlarini samarali (yakuniy iste'molchilarning mahsulot va xizmatlar sifatiga talablarini qanoatlantirishga umumiy xarajatlarni pasaytirish nuqtai nazaridan) boshqarish hisobiga biznesni tashkil qilishning strategik, taktik, operativ maqsadlariga erishishga yordam beruvchi menejmentning integral qurolidir;

- bozor iqtisodiyoti tizimida moddiy, moliyaviy, mehnat, huquqiy va axborot oqimlari majmuasining harakatlanish jarayonini rejalashtirish, tashkil qilish va vazifaviy boshqarish va nazorat qilishning nazariyasi va amaliy faoliyati (O.A.Novikov va S.Uvarov);

- moddiy resurslar, tovarlar nazorat qilish tashqarisidan xomashyo va materimallar xarid qilinishi, ularni ishlab chiqarishdan o'tishidan boshlab, to tayyor mahsulotlarni iste'molchilargacha yetkazib berishgacha harakatlanishini muvofiq, foyda olish nuqtai nazaridan jadallashtirish maqsadida har bir korxona uchun ishlab

chiqilgan tizimdir («Dandas» - eng yirik - nemis, transport - foydalanish firmalaridan biri). Ta'kidlab o'tilgan farqlarga qaramay, logistikaning sanab o'tilgan tushunchalari yagona umumiy element - ratsionallik va umumiy maqsadga ega.

Shunday qilib, logistika xomashyo va materiallarni ishlab chiqarish korxonasiga yetkazish, xomashyo, materiallar va yarim fabrikatlarni zavod ichida qayta ishlab chiqish, tayyor mahsulotni iste'molchiga, uning manfaatlari va talablariga muvofiq yetkazish hamda tegishli axborotlarni uzatish, saqlash va ishlab chiqish jarayonida amalga oshiriladigan tashish, omborga joylashtirish va boshqa moddiy va nomoddiy operatsiyalarni rejalashtirish, nazorat qilish va boshqarish haqidagi fan sifatida ko'rib chiqish mumkin (Rodnikov A.N. Terminologicheskiy slovar. 2000). Logistika iqtisodiy faoliyatning ta'minot, ishlab chiqarish, sotish, transport logistikasi kabi sohalarini birlashtiradi.

1.2. Logistikaning rivojlanish bosqichlari

Logistika fan sifatida va fuqarolik sohasidagi biznesning quroli sifatida 1950 yillarning boshlarida, avvallo, AQShda shakllana boshlagan. Uning evolutsiyasi sanoati rivojlangan mamlakatlardagi bozor munosabatlarining tarixi va evolutsiyasi bilan yaqindan bog'liqdir, buning ustiga «logistika» atamasining o'zi faqat 1970 yillarning oxirida biznesga kirib kelgan va jahonda hamma yyerda qo'llanila boshlagan. Logistika nisbatan yoki va rivojlanayotgan fandır. Uning tushunish apparati va terminologiyasiga tegishli ko'pgina masalalar yangi mazmun bilan to'lgan holda doimo aniqlanadi va o'zgaradi. Logistika moddiy oqimlarni boshqarishni ko'rib chiqadi, ya'ni xomashyo, materiallar va tayyor mahsulotlarning aylanishi, ularni yetkazib beruvchilardan ishlab chiqaruvchi korxonalar va yakuniy iste'molchilarga ularning talablariga muvofiq yetkazib berilishi jarayonlari bilan bog'liq masalalarning butun majmuasini qamrab oladi.

XX asrda logistika rivojlanishining tarixiy bosqichlarini ajratishga bir necha yondashishlar mavjud.

Birinch yondashish. Ba'zi bir olimlar logistika rivojlanishining to'rtta davrini ajratadilar.

1. «Fragmentlashtirish» davri (1920-1950) logistik kontsepsiya hamda moddiy oqimlarni boshqarish va umumiy xarajatlarni pasaytirish qurollari vujudga kelishining shart-sharoitlari shakllanishi bilan ta'riflanadi. Ammo logistika tamoyillari to'liq darajada talab qilinmagan edilar, faqat ba'zi bir tashkil qiluvchi, masalan ishlab chiqarish, tashish yoki omborga joylashtirishdagi xarajatlarni pasaytirishga imkon beruvchi ayrim logistik vazifalar qo'llanilgan.

Bu jihatdan AQSh iqtisodiyotining rivojlanish bosqichi namunalidir. Ko'rib chiqilayotgan davrda AQSh yangi ishlab chiqarish texnologiyalarining tatbiq etilishi (masalan, avtomobilsozlikda), ixtisoslashishning yuqori darajasi, tabiiy resurslarning boyligi, iqtisodiyotning davlat tomonidan kamroq tartibga solinishi bilan ta'riflanuvchi tez o'suvchi bozorga ega bo'lgan, ya'ni sotuvchilar bozorining tipik vaziyati mavjud bo'lgan. Bu sharoitlarda menejmentning asosiy e'tibori bozorni to'ldirishga, ya'ni mahsulotlar ishlab chiqarishga rezervlarni qidirishga yo'naltirilgan edi.

Ushbu davrda logistik kontseptsianing tatbiq etilishiga shart-sharoitlar shakllangan. Ularga quyidagi omillarni kiritish mumkin: tovarlarni distribyutsiyalash tizimlarida zaxiralar va transport xarajatlarining o'sishi; transport tariflarining o'sishi; marketing kontseptsiyasi paydo bo'lishi va tez tarqalishi; harbiy logistika nazariyasi va amaliyotining rivojlanishi.

Bu davr davomida marketing bo'yicha bir qator asarlar nashr qilingan, ularda jismoniy taqsimlashning marketingning tarkibiy qismi sifatidagi tabiati ochib berilgan, uning tovarlar sotishni tashkil qilish va samaradorligini oshirishdagi alohida roli ko'rsatilgan. Marketing kontseptsiyasi jahon iqtisodiyotining sotuvchi bozoridan xaridor bozoriga asta-sekin o'tishining natijasi sifatida vujudga kelishi biznesda logistikaning paydo bo'lishini izohlovchi asosiy omil bo'ladi.

Ushbu davr harbiy logistikaning avvalo AQShda faol rivojlanishi bilan ta'riflanadi. 50-yillarning boshiga kelib harbiy logistikaning nazariyasi asosan shakllanib bo'lgan. Ishlab chiqilgan logistik yondashishlarning amaliy ahamiyati ikkinchi jahon urushi yillarida Amerika armiyasi tomonidan isbotlangan, u vaqtda ta'minlash, omborlarga joylashtirish va tashishni yagona boshqarish va muvofiqlashtirish tamoyillari muvaffaqiyatli qo'llanilgan edi. AQSh va jahondagi eng eski tashkilot 1915 yilda tashkil qilingan xaridlarni boshqarish muammolari milliy assotsiatsiyasi bo'lib, u 1967 yilda ta'minot vakillarining milliy assotsiatsiyasiga qayta tashkil qilingan.

2. Marketingning tarkibiy qismi sifatida jismoniy taqsimlash kontseptsiyasining vujudga kelish davri (1950-1970) logistikaning nazariyasi va amaliyoti shakllanishi, ishlab chiqarish va taqsimlashda xarajatlarni pasaytirishning yangi yo'llarini qidirish, axborot texnologiyalarining rivojlanishi bilan ta'riflanadi.

Marketing falsafasi xorijda keng tarqalgan. Shu bilan bir vaqtda, avvallo xarajatlarni pasaytirish nuqtai nazaridan distribyutsiyalash (jismoniy taqsimlash)ni yaxshilash imkoniyatlarini endi nazarga ilmaslik mumkin emasligi tushunila boshladi.

Jismoniy taqsimlashda umumiy xarajatlar kontseptsiyasining vujudga kelishi logistik rivojlanishning asosiy omillaridan biri bo'lgan. Bu kontseptsianing ma'nosi distribyutsiyada xarajatlarni shunday qayta guruhlash mumkinki, tovarlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga harakatlantirishda ularning umumiy darajasi pasayishidan iboratdir.

Masalan, tovarlar tashishni avtomobildan havo transportiga o'tkaza turib, oraliq omborlarini tashkil qilish zaruriyatidan qochish, ya'ni zaxiralarni omborlarga joylashtirish, saqlash va boshqarishga xarajatlarni bartaraf qilish mumkin va shaxsan tashishga xarajatlar ohsa ham, taqsimlash tarmog'idagi xarajatlarning umumiy darajasi kamayadi. Boshqa misol ikkita muhim logistik masalalar zaxiralarni boshqarish va tashish o'rtasidagi ichki o'zaro munosabatlarni tasdiqlaydi.

Umumiy xarajatlar kontseptsiyasi logistik qarorlar tushunchasi metodologiyasini rivojlantirish uchun bazis bo'ladi. Shuning bilan birga ushbu davrda logistikaning jadal rivojlanishini izohlovchi yana bir qator ob'ektiv iqtisodiy va texnologik omillar mavjud bo'lgan. Ulardan asosiylariga quyidagilarni kiritish mumkin: iste'mol talabining modellari va munosabatlaridagi o'zgarishlar (oligopolistik bozorlarning rivojlanishi); ishlab chiqarishga xarajatlar omilining

bosimi, kompyuter texnologiyalaridagi taraqqiyot; zaxiralarni shakllantirish strategiyalaridagi o'zgarishlar; harbiy tajribaning ta'siri.

Bu omillar 1960 yilda AQShda eng yaqqol namoyon bo'lgan. Bozorda xaridorlarga e'tiborning kuchayishi (xususan, servis xizmatlari ulushining ko'payishi) va bir xildagi ehtiyojlarni qanoatlantiruvchi turli tuman tovarlarning katta miqdori paydo bo'lishi (raqobatli tovarlar) asosiy tendentsiyalar bo'lib qoldilar, bu talab va taklifni muvofiqlashtirish yo'llarini hamda iste'molchilarga yaxshiroq xizmat ko'rsatish usullarini qidirishga majbur qilgan. Mahsulotga buyurtma berish va ishlab chiqarish davrini qisqartirishga yangi logistik yondoshishlar vujudga kelgan. Tovarlar turli tumanligining oshishi deyarli avtomatik ravishda distribyutsiya tizimlarida zaxiralarni tashkil qilish va saqlab turishga xarajatlarni ancha o'sishiga olib kelgan, bu tovar o'tkazuvchi tuzilmalarda takomillashtirish va jimsoniy taqsimlash jarayonlarida xarajatlarni qisqartirishning yangi yo'llarini topishni talab qilgan.

Logistika yo'nalishi rivojlanishiga yordam beruvchi eng muhim omillardan biri biznesda hisoblash texnikasi va axborot texnologiyalarini qo'llash bo'lgan. Sanoati rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotidagi ilmiy-texnik taraqqiyot ko'p muqobilli va muqobillashtirilgan masalalar, chunonchi transport turini tanlash, ishlab chiqarish va omborlarni joylashtirishni muvofiqlashtirish, muvofiq yo'nalishlarni tanlash, mahsulotlarning ko'p navli zaxiralarni boshqarish, resurslarga talab va ehtiyojlarni bashoratlash kabilarni hal qilish zarurligiga olib kelgan. Bu vazifalar rivojlanayotgan kompyuter texnologiyalarining e'tiborisiz qolmagan, keyingilar 50-yillarning o'rtalaridan boshlab biznesga faol tatbiq etila boshlagan.

1960 yillarning oxirida G'arbda menejmentning integral quroli sifatida biznes-logistika kontseptsiyasi shakllangan. Kontseptsianing asosiy mazmuni quyidagidan iboratdir: «Logistika faoliyat barcha turlarining menejmenti, ular tovarga taklifni talabga belgilangan joyda va belgilangan vaqtda harakatlanishi va muvofiqlashtirishga yordam beradilar». Shu bilan birga ko'rib chiqilayotgan davr logistikaning umumlashtirilgan ta'rifini berishga harakat qilishni to'xtatmagan.

Jahondagi eng obro'li logistika tashkilotlaridan biri - keyinchalik logistik menejment kengashiga qayta tashkil qilingan Jismoniy taqsimlash menejmenti bo'yicha milliy kengash, shu vaqtda logistikani quyidagicha ta'riflagan: «Logistika - bu yakuniy mahsulotlarni ishlab chiqarishning oxiridan xaridorga, ba'zi bir hollarda xomashyoni ta'minot manbaidan ishlab chiqarish tomon harakatlanishini o'z ichiga oluvchi samarali harakatlanish bilan bog'liq faoliyatning keng assortimentidir. Bu faoliyat o'z ichiga materiallarni tashish, omborga joylashtirish, ishlab chiqish, himoyaviy o'ralish, zaxiralarning nazorati, ishlab chiqarish va omborlar joylashgan erni tanlash, talabni bashoratlash, marketing va iste'molchilarga xizmat ko'rsatishni oladi». Yana bir mashhur logistik tashkilot - Amerika muhandis - logistlar tashkiloti quyidagi ta'rifni taklif qilgan: «Logistik boshqaruv san'ati va fani, qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun rejalashtirilgan operatsiyalarni amalga oshirish uchun ko'chirish vositalarini rejalashtirish, ta'minlash va qo'llashni ko'zda tutuvchi texnika va texnik usullardir».

3. Rivojlanish davri (1970-1980) biznes-logistika kontseptsiyasi asosida ishlab chiqarish va distribyutsiyalash (taqsimlash)da xarajatlarni kamaytirishning yangi

yo'llarini qidirish hamda logistik tizimlarni keng yoyish va sanoat logistikasi tamoyillari va sifatni umumiy boshqarishning falsafasini qo'llash bilan ta'riflanadi.

Ammo foydani oshirishdan manfaatdor firmalarning ko'pchiligi uchun xarajatlarni nazorat qilish va kamaytirishga logistik yondashish hali oydin bo'lmagan. Logistik muvofiqlashtirishni tatbiq qilishga harakatlarni ko'pgina yirik firmalarda menejmentning o'rtacha yuqori bo'g'inining qarshiligiga duch kelgan. Uzoq vaqt davomida an'anaviy vazifalarni (masalan, xarid qilish, tashish, yuklarni qayta ishlash) bajarishga odatlangan menejerlar ko'pincha umumiy xarajatlarni pasaytirish kontseptsiyasi asosida moddiy oqimlarni to'g'ri boshqarishni amalga oshirish uchun zarur tashkiliy o'zgarishlarni tatbiq etishga to'sqinlik qilganlar. O'sha vaqtda mavjud bo'lgan logistik xarajatlarni tashkil qiluvchilarni ajratish va nazorat qilish va firmalar logistik operatsiyalarining moliyaviy natijalarini baholash uchun moslashmagan buxgalteriya hisobi tizimi qo'shimcha qiyinchiliklarni yaratgan.

Yuqori sifatli xomashyo resurslarining etishmasligi muhitida raqobat kuchayishi 1970 yillarning ajralib turuvchi alomati bo'lgan. Ko'pchilik mamlakatlarda ishlab chiqarish vositalariga investitsiyalarning avvalgi o'sishi nisbatan barqarorlashish bilan almashtirilgan. Shuning bilan bir vaqtda umumiy logistik xarajatlar o'sgan. Ko'pgina firmalarning asosiy vazifasi mahsulot tannarxini pasaytirish, xomashyo, materiallar, yarim fabrikatlar va butlovchi qismlardan ratsional foydalanishdan iboratdir. Bu davrda firmalarning rahbarlari biznes-logistika kontseptsiyasi asosida ishlab chiqarish va distribyutsiyalashda xarajatlarni pasaytirish yo'llarini qidirish bilan jiddiy shug'ullanganlar. Resurs omili (mahsulotga energiya sarflanishi va material sarflanishini kamaytirish) raqobat kurashida asosiylardan biri bo'lgan. Logistikada e'tibor bir oz ishlab chiqarishga ko'chirilgan, bunga ko'proq darajada ishlab chiqarishni nazorat qilish va boshqarishning kompyuter tizimlari paydo bo'lishi, texnologik jarayonlar va ishlab chiqarish bo'linmalarining BATini tadqiq etilishi va rivojlanishi yordam bergan.

1970 yillarning oxirida G'arbda amalda «idish-o'rash» inqilobi tugallangan, u omborxona jarayoni, uning operatsion tarkibi, tashkil qilinishi, texnik va texnologik ta'minlanishini tubdan o'zgartirgan. Transport - omborxona uskunalarini, idishlar va o'rovchi materiallarning yangi turlarini ishlab chiqarish keng rivojlangan, zamonaviy avtomatlashtirilgan omborxona majmualari shakllana boshlaganlar, yuklarni konteynerli tashish faol tatbiq etila boshlangan. Taqsimlovchi logistik tizimlarda idishlar va o'rovchilarni standartlashtirish katta iqtisodiy samara bergan.

4. Integratsiyalash davri (1980-1990) firmaning logistik xizmatlari va uning logistik sheriklarini to'liq logistik tarmoqqa (xarid qilish - ishlab chiqarish - distribyutsiyalash va sotishga) birlashishi hamda moddiy birga bo'luvchi oqimlarni boshqarish, xalqaro logistik tizimlarning tashkil qilinishi bilan ta'riflanadi.

Ko'rib chiqilayotgan davrda jahon iqtisodiyotida muhim o'zgarishlar sodir bo'lgan, ular logistik «parvoz»ning fenomenini izohlaydi. Ularning asosiylari quyidagilar: axborot texnologiyalarida inqilob va shaxsiy kompyuterlarni tatbiq etilishi; iqtisodiyot infratuzilmasini davlat tomonidan tartibga solinishidagi o'zgarishlar, sifatni umumiy boshqarish falsafasini hamma joyda tarqatish; sheriklik va strategik ittifoqlarning o'sishi; biznesni tashkil qilishdagi tarkibiy o'zgarishlar.

Bu davrni shaxsiy kompyuterlar davri deb atash mumkin: ulardan foydalanish, ShK bazasida mahalliy hisoblash va telekommunikatsiya tarmoqlarini,

avtomatlashtirilgan ishchi joylarning tashkil qilinishi logistika uchun yangi gorizontlarni ochganlar. Zamonaviy dasturiy ta'minlash ShKdan materiallarni xarid qilishdan to tayyor mahsulotlarni taqsimlash va sotishgacha integratsiyalangan logistik menejmentning interaktiv tadbirlarida foydalanishga imkon bergan.

Logistika integral kontseptsiyasining vujudga kelishi va tasdiqlanishida vaqtning haqiqiy ko'lamlari va kirishning uzoqlashtirilgan rejimlarida aloqaning axborot tizimlari orqali (masalan, sputnikli telekommunikatsiya tizimlari orqali) moddiy oqimlar orqasidan nazorat qilish imkoniyati belgilangan rol o'ynagan. Shunday qilib, axborot texnologiyalaridagi inqilob moddiy bilan bir qatorda axborot va moliyaviy oqimlarni boshqarish zarurligini tushunishni kuchaytirgan. 1985 yilda logistik menejment kengashi logistikaning ta'rifini quyidagicha aniqlagan: «Logistika xomashyo, materiallar, zaxiralar tugallanmagan ishlab chiqarish, tayyor mahsulotlar, xizmatlar va birga bo'luvchi axborotlar oqimini iste'molchilar talablarini to'liqroq qaroatlantirish maqsadlari uchun ushbu oqimlarni vujudga kelgan joydan uni iste'mol qilish joyigacha (shu jumladan import, ekmpport, ichki va tashqi harakatlanish)ni rejalashtirish, boshqarish va nazorat qilish jarayonidir».

Bu ta'rifda uch jihat muhimdir. Birinchidan, logistik faoliyat integratsiyalangan xarakterga ega va moddiy resurslar va tayyor mahsulotlar oqimini vujudga kelgan joyidan iste'mol joyigacha cho'zilib yotadi. Ikkinchidan, birga bo'luvchi axborotlarni boshqarishning muhimligi ta'kidlangan. Uchinchidan, servisli (nomoddiy) oqimlar logistik manfaatlar sohasidagi birinchi marta tushib qolganlar. Bu servisli xizmatlar sanoatida logistik yondashishlarni rivojlantirish uchun asosiy ahamiyatga ega, chunki o'tgan o'n yilliklarda faqat moddiy oqimlarga logistikada o'rganish va muvofiqlashtirishning ob'ekti bo'lganlar. Xorijda keng tarqalayotgan sifatli umumiy boshqarish kontseptsiyasi (total quality management, TQM) logistik o'zgarishlarning eng muhim harakatlanuvchi kuchlaridan biri bo'lib qolgan. Jahonning juda ko'p ilg'or kompaniyalari tomonidan qurol qilib olingan. Ushbu kontseptsiya menejmentning nazariyasi va amaliyotida to'ntarish yasadi.

Ta'riflarning biriga ko'ra, sifatli umumiy boshqarish kontseptsiyasi - sifatni oshirish masalasini e'tibor markaziga qo'yuvchi va bu masalani echishda ishlab chiqarish vagik va tejamk(xizmatlar) harakatlanishining barcha bosqichlarida firma (tashkilot)ning barcha a'zolari ishtirokiga asoslangan, iste'molchilarning zaruriyatlarini qanoatlantirish hisobiga ham firmaning har bir a'zosi va umuman jamiyatning o'zaro foydasi tufayli uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishga imkon beruvchi boshqaruv yondashuvidir.

Sifatni umumiy boshqarish kontseptsiyasi boshqaruvning o'ziga xos falsafasi bo'ladi, u iste'molchining zaruriyatlari va biznesning maqsadlari ajralmas ekanligini tan oladi. Bunday yondashish logistik tizimlarning barcha elementlariga nisbatan qo'llanishi mumkin. Ko'p sonli tadqiqotlarning ma'lumotlariga ko'ra sifatni umumiy boshqarish kontseptsiyasini qo'llayotgan kompaniyalar biznesda eng yaxshi natijalarga erishadilar. Logistika uchun uning muhimligi shuning bilan belgilaniladiki, g'arbiy mamlakatlarning raqobatli bozorlaridagi strategik rejalashtirish nuqtai nazaridan firmaning integratsiyalangan logistikasi vazifalari sifatni umumiy boshqarishning mafkurasi bilan mos keladi.

1980 yillar biznesda ittifoqlar va alyanslarning jo'shqin o'sishi bilan qayd qilinganlar, keyingilar ishonchsizlik, shubhalilik va keskinlik. Raqobatning avvalgi

amaliyoti o`rnini almashtirganlar. Integratsiyalangan logistika kontsepsiyasi tufayli biznes bo`yicha sheriklar tayyor mahsulotlar zaxiralarini rejalashtirish va boshqarish, tashish, yuklarni qayta ishlash, sotishlarni tashkil qilishda unumli muvofiqlashtirishning yo`llarini izlar boshlaganlar. Kooperatsiyalashning asosiy shakllaridan ko`pchiligi logistik xarajatlarni ko`proq qisqartirish va iste'molchilarga xizmat ko`rsatishning sifatini yaxshilash maqsadida har xil logistik vazifalarning tutashgan joyida tashkiliy va ko`p vazifali rejalashtirish, boshqarishni takomillashtirish yo`nalishida rivojlanganlar. Ko`pgina logistik ittifoqlar transportda ixtisoslashtirilgan xizmatlarni ko`rsatish sohasi, ulgurji savdo va distribyutsiyalash tizimidagi an'anaviy raqiblar tomonidan tashkil qilingan.

Xorijdagi logistikaning evolutsiyasi shuni ko`rsatadiki, u ko`pchilik tashkilotlar va firmalar uchun raqobat kurashidagi eng muhim qurol bo`lib qolmoqda va integratsiyalangan logistika kontsepsiyasidan foydalanganlar, qoidaga ko`ra, bozordagi o`z mavqelarini aniqlab olganlar.

Logistika rivojlanishining tarixiy bosqichlarini ko`rib chiqishga ikkinchi yondashuv.

Ko`pgina xorijiy va mamlakatimiz olimlari logistikaning rivojlanishi bosqichlarini ko`rib chiqishga boshqacha yondashuvga amal qiladilar, moddiy mahsulotlar tovar harakatlari tizimlari rivojlanishining uch bosqichini ajratadilar:

1) logistikagacha davr (50 yillargacha), bunda moddiy taqsimlanishni boshqarish fragmentli xarakterga ega bo`lgan, firmalarning har xil bo`linmalari harakatlarini muvofiqlashtirish esa etarlicha bo`lmagan;

2) klassik logistika davri (60-yillarning boshi - 70-yillarning oxiri) yirmalarda tashishlarning muvofiqroq shakllarini tashkil qilish o`rniga logistik tizimlarning yaratilishi; firmalar tomonidan tovar harakatlanishi jarayonini majmuaviy yondashish, tovar harakatlanishi vazifalarini bitimga kelishlar bilan integratsiyalash asosida boshqarilishi bilan ta'riflanadi;

3) eng yangi logistika yoki ikkinchi avlod logistikasi davri (80-yillarning boshi), uning uchun logistika kontsepsiyasida bitimga kelishlarni ta'sir qilish sohalarining kengayishi, butun korxona asosidagi logistika tizimlarining rivojlanishiga umumiy maqsad butun firma ishining ko`proq samaradorligiga erishishdan kelib chiqqan holda majmuaviy yondashishning ustuvorligi xosdir. 80-yillarning o`rtalarida majmuaviy yondashish «umumiy javobgarlik» kontsepsiyasi ko`rinishida yangi rivojlanish olgan; bu yondashishning o`ziga xosligi logistik tizimni iqtisodiy soha va ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy jihatlarining hisobida tashqariga chiqishidan iborat bo`lgan, foydalar va xarajatlarning ko`proq nisbati esa muvofiqlik mezonini bo`lgan.

1.3. Korxonalar iqtisodiy faoliyatini boshqarishning zamonaviy usullarida logistikaning roli

Logistik yondashish moddiy oqimlarning tartibga solinishiga olib keladi. Bu oqimlar u yoki bu mahatsiyalarni ishlab chiqarishda; bu ishlab chiqarishni kerakli materiallar, butlovchi qismlar va xomashyo bilan ta'minlashda; tayyor mahsulotlarni omborga joylashtirish, uni taqsimlash va iste'molchiga yetkazishda vujudga keladi.

Ammo bunday tartibga solishlarni faqat odam, energetik, axborot, moliyaviy resurslar oqimlarining kattaligi, yo`nalishi, vujudga kelishi, tugallanishi, davriyligi, izchilligi, hamda boshqa parametrlarni boshqarish orqali amalga oshirish mumkin.

Bu oqimlar ham ularning jismoniy tabiati iqtisodiy faoliyat natijasida yakuniy iste'molchilarning belgilangan ehtiyojlarini qanoatlantiruvchi mahsulotga aylanuvchi dastlabki materiallarning tabiatidan farq qilsa-da, moddiy bo`ladi.

Shuning uchun logistika tushunchasini kengroq ma'noda iqtisodiy faoliyat jarayonida vujudga keluvchi oqimlarning barcha o`zaro bog`liq turlarini yagona umumiy sifatida boshqarishning zamonaviy metodologiyasi va uslubiyoti sifatida talqin qilish mumkin.¹

Umumiy holda logistik boshqaruv quyidagi vazifaviy sohalarga yoyiladi:

- zaxiralar;
- yuk oqimlarining harakati;
- omborga joylashtirish va omborda ishlov berish;
- materiallar, xomashyo, butlovchilar va tayyor mahsulotlarni tashish;
- mahsulotlarni taqsimlash.

Mavjud amaliyotda logistikaga ikki xildagi yondashish qabul qilingan.

Bitta holda logistika moddiy, axborot, moliyaviy boshqa oqimlarning harakatini boshqarishning mexanizm va tuzilishini ishlab chiqishni ko`zda tutadi, ya'ni rejalashtirish vazifalarining bajarilishi bilan cheklanadi.

Boshqa holda logistika rejalashtirish bilan cheklanmaydi va haqiqiy boshqaruv tadbirlarini ko`zda tutadi, ya'ni boshqaruv bo`yicha kundalik joriy faoliyatni amalga oshiradi. Logistika xoh ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish bosqichi va xoh amalga oshirish bosqichi bo`lsin, marketing tadqiqotlari jarayoniga, moddiy resurslarning harakatlanishi, mahsulotlarning iste'molchilar o`rtasiga taqsimlanishi, shaxsan ishlab chiqarish jarayoni hamda ma'muriy-boshqaruv faoliyatiga ta'sir qiladi.

Bir tomondan, logistika marketing tadqiqotlarining asosiy yo`nalishlari va amaliy hulqini boshqaradi. Boshqa tomondan, bu tadqiqotlarning xarakteri va o`tkazish usullari logistik boshqaruvning tuzilishi va vazifalarini belgilaydi. Hududiy marketing tadqiqotlari iqtisodiy faoliyatning xarajatli ko`rsatkichiga katta ta'sir ko`rsatishi mumkin. Ishlab chiqarish faoliyatining navli va hajmli ixtisoslashuvi ular tomonidan belgilaniladi.

Marketing tadqiqotlari sotishlarning hajmi va taqsimlashning tuzilmasini tanlashni belgilaydi. Mahsulotlar navlarining kengayishi bazaviy modelni zamonaviylashtirish hisobiga sodir bo`lishi mumkin. Bir qator hollarda bunday zamonaviylashtirish faqat u yoki bu qo`shimcha elementlar (aksesuarlar)ni qo`llash yo`li bilan sodir bo`lishi mumkin. Bunda umumiy texnologik davra algebra uzayishi shart emas, balki ko`pincha qisqaradi.

Marketing tadqiqotlari iste'molchiga ko`rsatilayotgan buyurtmalar va xizmatlarning shakllanishiga talabni belgilaydi. Bunday tahlilda yetkazib berishning istalgan shoshilinchligi va shartnoma muddatlari bajarilishining ishonchiligi hamda talabni darhol qanoatlantirishga qobiliyat kabi talablar belgilanadi. Tashish vaqtini

¹ Залманова М.Е. Логистика бизнес-матем. Ўзгўв ўўўўўўўў. Саратов: СГТУ, 1997, 88-б.

kamaytirish zaruriyati va buyurtmani bevosita iste'molchiga kerakli joyda, kerakli vaqtda va talab qilingan miqdorda topshirish imkoniyati shuning bilan izohlanadi. Bunday talablar tashqi transportning tuzilishi, uning u yoki bu turidan foydalanish, transport yo`nalishlarini joylashtirishga jiddiy ravishda ta'sir ko'rsatadi.

Mahsulotlarning hajmlari va navlari, ularning saqlash va iste'molchilarga yetkazib berish usullarini tanlash masalalari bo'yicha qarorlar qabul qilish moliyaviy kreditlar olish sharoitlari, ularni to'lash usullari va muddatlari bilan yaqindan aloqadadir. Marketing tadqiqotlarining natijalari menejment va moliyaviy oqimlarni taqsimlash sohasidagi ayrim xulosalar va qarorlarga olib keladi. Logistik tizim marketing tadqiqotlarini butun iqtisodiy faoliyatni Ushbu tadqiqotlar natijalarini amalga oshirish yo`nalishida tashkil qilish bilan kengaytiradi va to'ldiradi ushbu faoliyatni tashkil qilish moliyaviy oqimlarni tartibga solish va tegishli boshqaruv ko'rsatmalarini berish yo`li bilan amalga oshiriladi.

Logistika tamoyillariga ko'ra atrof bozor muhiti va iqtisodiy faoliyatning borishi haqidagi joriy axborotlarning marketing tadqiqotlari asosida qabul qilinadigan barcha boshqaruv qarorlari moddiy oqimlarga ta'sir qilishda aks ettiriladi.

Pirovardida logistik boshqaruv shunday tadbirda ta'sirni amalga oshirishi va ishlab chiqarish jarayonini tashkil qilishi kerakki, kamroq xarajatlarda salohiyatli iste'molchilarni yaxshiroq qanoatlantirsin va ularning doirasini kengaytirsin.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Logistikaning vujudga kelish tarixi qanday ?
2. Logistikaning rivojlanish bosqichlari qaysi yillarga to'g'ri keladi ?
3. Korxonani boshqarishda logistika roli qanday ?

2-MAVZU. LOGISTIKA KURSINING PREDMETI VA VAZIFASI

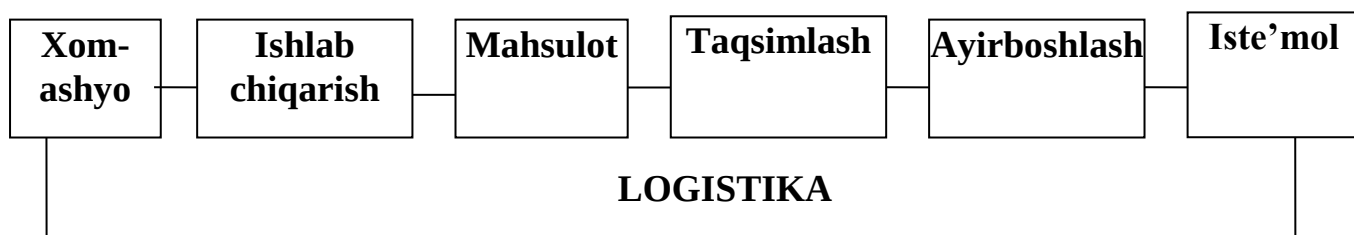
2.1. Logistikaning vujudga kelishi va uning predmeti

Logistika - yangi mustaqil fan sohasi. U 60 - yillardan boshlab rivojlanib kelgan. 60 - yillarda marketing kontsepsiyasidan bir necha muammolar ajralib chiqdi. Bu muammolar - ishlab chiqarish jarayonini xomashyo bilan ta'minlash muammolari. Bu muammolarning ajralib chiqish sababi ishlab chiqarish, zaxira saqlash va tashish xarajatlarining sezilarli darajada o'sib ketishidir. Bundan tashqari, ixtisoslashtirilgan ishlab chiqarish korxonalari sonining ko'payishi, korxonalararo xo'jalik aloqalarini ixchamlashtirishni talab qiladi.

Bu yerda asosiy muammo ilmiy tadqiqot mavzui - xomashyo va mahsulotlarning taqsimlanishi va harakati. Shu muammo logistika kontsepsiyasi tashkil qilinishining asosiy sababi bo'lgan.

Jamiyatning yashash asosi ishlab chiqarishdir. Ishlab chiqarishning asosi - xomashyo, tabiiy resurslar. Inson uchun zarur bo'lgan barcha narsalar ishlab chiqarish orqali vujudga keladi (kiyim - kechak, oziq - ovqat va boshqalar).

Korxonalar uzluksiz ish olib borishi uchun o'z vaqtida xomashyo bilan ta'minlanib turilishi, tayyor mahsulot iste'molchilarga o'z vaqtida yetib borishi zarur. Korxonalarning xomashyo bilan ta'minlanishi, tayyor mahsulot korxonalardan chiqib, iste'molchilarga yetib kelish jarayonlari logistika fani tomonidan o'rganiladi. Bu logistika fanining asosiy predmeti hisoblanadi. (1-chizma)



1 - Chizma. Logistik harakatning tuzilishi

Logistika kontsepsiyasini tushunish uchun logistik tizimni davrli tashkil qilishni 2-chizmadan ko'rish mumkin.

«Logistika» - grekcha so'z bo'lib, hisoblash to'g'risidagi fan. Logistikaning vujudga kelish va rivojlanish tarixi harbiy faoliyat bilan bog'liq. XIX asrning boshlarida yashagan frantsuz harbiy mutaxassisi A.G. Djomini logistika bo'yicha yozilgan birinchi kitobning muallifi hisoblanadi.

Oddiy, noharbiy logistikaning jadal rivojlanishi 70- yillarning boshiga to'g'ri keladi. Bu rivojlanish sababini iqtisodchi - olimlar 1972-1974 yillarda ro'y bergan energetik inqiroz bilan bog'laydilar. G'arbiy Evropa va AQShda iqtisodiy ahvolning keskinlashishi o'sib borayotgan inflyatsiya va ishsizlik, ijtimoiy revolyutsion portlash xavfi, iqtisodiy holatni yaxshilash chora - tadbirlarini ishlab chiqishni talab qildi. Bunda mutaxassislar logistika tizimidan foydalanishga majbur bo'ldilar, chunki logistika - ta'minot, ishlab chiqarish, transport, bozor taqsimlanishi va

zamonaviy hisoblash vositalarini jalb qilish integratsiyasining eng samarali usullaridan biri.

So`nggi 20-30-yillar ichida logistika muammolariga bag`ishlangan adabiyotlar soni ortib borayapti. Logistika muammolari olimlar, muhandislar, menejerlar, tadbirkorlarning ham e`tiborini o`ziga tortayapti. Ba`zi rivojlangan mamlakatlarda logistika muammolari davlat darajasida hal qilinadi.

Har yili rivojlangan mamlakatlarda xalqaro va ilmiy anjumanlar, kongresslar o`tkaziladi. Ularda logistikaning ilmiy va amaliy muammolari muhokama qilinadi. Eng e`tiborli anjumanlardan biri 1989 yil oktabr oyida Parijda o`tkazildi. Moskvada ham shu vaqtda (1989 y. oktabr) logistikaga bag`ishlangan birinchi seminar o`tkazilgan. Shveysariyada 14 yil oldin tashkil qilingan Evropa logistika markazi hozirgi kungacha ishlab turibdi. G`arbiy Evropaning ko`pgina shaharlarida logistika bo`yicha mutaxassislar tayyorlaydigan ilmiy va o`quv markazlari tashkil qilingan. Har bir katta tijorat - sanoat firmalarida logistika bo`limlari tuzilgan. Hozirgi kunda AQShda mavjud firmalarning 50% dan ko`pi o`zining ishlab chiqarish va tijorat faoliyatida logistika tamoyillaridan foydalanadi. Jiddiy muhokamalardan so`ng rivojlanayotgan sobiq Ittifoq respublikalarida ham logistikaga bo`lgan e`tibor kuchayib boryapti, chunki logistik tizimlar ishlab chiqaruvchilar, iste`molchilar va transportni bir - biri bilan oqilona bog`lovchi, integratsiya qiluvchi omil ekanligi aniqlandi.

Logistika tamoyillariga rioya qilishning samarali natijasini quyidagi misol asosida ko`rsatish mumkin. Ikkinchi jahon urushi yillarida Evropada joylashgan Amerika qo`shinlarini moddiy - texnika bilan ta`minlashda logistika tamoyillariga rioya qilingan. Shu tufayli, harbiy sanoat majmuasi, transport tizimi va ta`minot bazalari o`zaro mustahkam bog`langan, natijada Amerika qo`shinlari uzluksiz ravishda qurol va harbiy materiallar bilan ta`minlanib turilgan. Shunday murakkab vazifaning muvaffaqiyatli hal qilinishida ilg`or konteyner va paketlar orqali yuk tashish usuli katta ahamiyatga ega bo`lgan.

2. 2. Logistika kontseptsiyasi

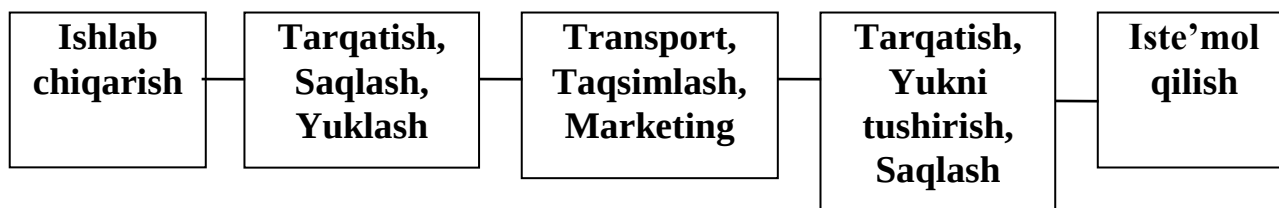
Amaliy holda xalq xo`jaligida kuchli va samaradorligi yuqori darajada bo`lgan infratuzilma rivojlanayapti. Rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqaruvchilar bozor kon'yukturasi, raqobatni ko`zda tutib ish qilish zarurligini tushunib olganliklari, tez - tez o`zgarib turadigan iqtisodiy vaziyatga moslashishga intilishlari logistikaning rivojlanishiga sabab bo`ldi.

"Logistika" terminining aniq tavsifini berish oson emas. Logistika o`ziga bir necha yo`nalishlarni qamrab oladi. Katta firma boshlig`i nuqtai nazaridan logistikaga berilgan tavsif muhandis yoki iqtisodchi nuqtai nazaridan berilgan tavsif bir - biridan farqlanishi mumkin. Bunday ahvol har bir mutaxassisning xalq xo`jaligi bozor iqtisodiyoti tizimida tutgan o`rniga bog`liq bo`ladi.

Masalan, marketing doirasida ish tutayotgan menejer yoki tadbirkor nuqtai nazaridan logistika quyidagicha izohlanadi:

Logistika - ma`lum maqsadlarni hal qilish uchun zarur bo`lgan mablag` va xizmatlarni maqsadga muvofiq tayyorlash, foydalanishni tashkil qilish va boshqarish. Logistikaning maqsadi - ma`lum tovarni ma`lum vaqtda eng kam (minimal)

xarajatlar bilan oldindan tayyorlash. Logistika iqtisodiyotning ishlab chiqarish infratuzilmasi, desa ham bo'ladi. Logistikaning tuzilishi quyidagicha bo'ladi (2-chizma):



2-Chizma. Logistik tizimning tuzilishi

Logistika:

- a) ehtiyoj;
- b) ishlab chiqarish;
- v) transport;
- g) mahsulot taqsimlashning o'zaro bog'lanishiga asoslangan.

Logistika kontsepsiyasining bir necha kategoriyalari bor, ulardan asosiylari quyidagilar.

1. Taqsimlash kategoriyasi deganda-faoliyatning bir turi va reklama qiladigan, (realizatsiya), mahsulotni sotadigan, transportirovka qiladigan va xaridorlarga xizmat ko'rsatadigan tashkilotlar tushuniladi.

2. Logistika - material va mahsulotlar oqimini boshqarish, xomashyo bilan ta'minlashdan boshlab, to oxirgi iste'molchiga tayyor mahsulot yetkazib berilgunga qadar, shu bilan birga materiallar harakatiga yordam qiluvchi axborot oqimi kategoriyasi.

Odatda har bir firma o'z mahsulotining taqsimlanishini nazorat qiladi va boshqaradi. Logistika tizimi esa xalq xo'jaligida material va mahsulotlar oqimini boshqaradi.

- 3. Makrologistika kategoriyasi.
- 4. Mikrologistika kategoriyasi.

2.3. Logistika tizimi qismlarining ta'rifi

Logistika tizimi 7 asosiy qismdan iborat bo'ladi.

1-qism. Ishlab chiqarish zaxiralari. Ishlab chiqarish zaxiralari butun iqtisodiyot tizimining tejimli va samarali ishlashi uchun sharoit yaratadi. Bu zaxiralarni ishlab chiqaruvchi korxonalarda joylashtirish yoki iste'molchilarga yaqinroq joylarda saqlash mumkin. Zaxiralardagi mahsulot harakatsiz qolgan, deb hisoblanmasligi uchun zaxira miqdori eng muvofiq (optimal) bo'lishi kerak. Zaxiralarning eng muvofiq miqdori doimo o'zgarib turadigan ehtiyoj ta'siriga javob beradi va transportning bir tekisda ishlashini ta'minlashga sharoit yaratadi.

2-qism. Xomashyo va materiallar sotib olish. Xomashyo va materiallar ishlab chiqarishni tashkil etishda asosiy manba hisoblanadi.

3-qism. Transport. Yuklar transport orqali ta'minlovchilardan korxonalarga tashib olib boriladi. Omborlarga, bir ombordan boshqa omborga va iste'molchilarga yetkazib beriladi.

Barcha transport aloqalari hattoki tijorat vositachi orqali ta'minlovchi yoki iste'molchilar orqali kiraga olingan transport ham hisobga olinadi.

Masalan, ta'minlovchining iste'molchiga qaraganda arzonroq transportdan foydalanish imkoniyati bor. Bunday vaziyatda u raqobatda ustunlikka ega bo'ladi. Agar iste'molchi transport xarajatlarini o'ziga olsa, narxlar pastroq tushiriladi. Transportning asosiy ko'rsatkichlari qiymati va ishonchliligidir.

4-qism. Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish. Ishlab chiqarish bilan bog'liq logistika bo'limlari ehtiyojni aniqlashdan tashqari, bozordagi talab va takliflarning o'zgarishini yumshatish qobiliyatiga ega bo'lishi kerak.

Ba'zi mutaxassislar ishlab chiqarish bo'linmalari logistika tizimida kiritilishi kerak emas, deb hisoblaydilar. Lekin ko'pchilikning fikricha, ishlab chiqarish bo'linmalari logistika tizimida katta ahamiyatga ega. Bu yerda eng muhim muammolardan biri - ishlab chiqarish korxonalari kattaligi va joylashtirish o'rnini aniqlash.

5-qism. Ombor xo'jaligi. Bu qismga korxona omborxonalari, ko'tara savdo va ba'zi hollarda chakana savdo uchun mo'ljallangan mintaqaviy va mahalliy omborlar kiradi.

6-qism. Axborot aloqasi va nazorat. Har bir logistika tizimi axborot va nazorat tizimchalari orqali boshqariladi. Bu tizimchalar orqali buyurtmalar qilinadi, yuklarni ortish va transportirovka qilish to'g'risidagi talablar yetkaziladi. Bu tizimcha yordamida zaxiralar talabga mos bo'lgan miqdorda saqlab turiladi. Bu tizimcha umumiy informatsion tizimning bir qismidir.

7-qism. Xodimlar. Bu qism logistika tizimining eng muhim qismi hisoblanadi. Unda xodimlarni tanlash va tayyorlash masalalariga katta ahamiyat beriladi.

2.4. Makro va mikrologistikaning vazifalari va doirasi

Logistika tizimi o'zida ta'minlash vazifalari, ishlab chiqarish, sotish, yetkazib berish, taqsimlash va bozor vazifalarini birlashtirgan bo'lsa, bunday tizim makrologistika deb ataladi.

Umumiy qaraganda, **Makrologistikaning** vazifalari va doirasi quyidagicha:

- ishlab chiqarish, ishlab chiqarish topshiriqlarini rejalashtirish, ish sifatini nazorat qilish, mahsulot ishlab chiqarish rejasini korxonaning ishlab chiqarish qismlariga taqsimlash;

- yetkazib beriladigan yuklarni qaytadan ishlab, zaxiralarini hisoblash va boshqarish, yuklarni bir joydan boshqa joyga ko'chirish, axborot oqimlarini tashkil qilish, mahsulotlarni o'rash yoki idishlarga joylash, ularni saqlash, omborlarga joylashtirish, yuk ortish - tushirish ishlari va yuk to'plarini (to'plam) komplektlash;

- marketing, moddiy rag'batlantirish, moliya va haq to'lash, bozorni o'rganishi, ta'minlash xizmatini tashkil qilish;

- iste'mol qilish, mahsulot yetkazib berishga buyurtmalarni loyihalashtirish, zaxiralarni omborlarga joylashtirish, iste'molchilarni ta'minlash, buyurtmalarni mablag` bilan ta'minlash.

Keyingi kategoriya - *Mikrologistika*.

Mikrologistika - *logistika tizimining har bir mustaqil funktsional qismlariga tegishli bo'lgan mahalliy masalalarni hal qiladi*. Masalan, ishlab chiqarish korxonaning ichida ro'y berayotgan logistika jarayonlari, ya'ni rejalashtirish jarayonini mahsulotni tarqatish va sotish jarayonlari bilan birlashtirish, integratsiya qilish, transportirovka qilish, omborlarda mahsulotni joylashtirish, saqlash, yuklash, yukni tushirish ishlarini qulaylashtirish masalalari.

Omborlar xo'jaligi xomashyo va mahsulotlar oqimini ishlab chiqarish vaziyatiga moslashtiradigan eng samarali omildir.

Taqsimlash doirasi - mikrologistikaning *asosiy vazifasi* - yuklarni transportirovka qilishni rejalashtirish, yuklarni tayyorlash, sotish va nazorat qilishni tashkil etishdan iborat. Bu jarayonlarni tashkil qilishda ishning eng samarali usullaridan foydalanish kerak, buyurtmachi talablarini to'la hisobga olgan holda ishonchli ma'lumotlar asosida ish olib borish kerak. *Eng muhim talab* - yuklarni aynan buyurilgan muddatda yetkazish.

Har bir logistik tizimning tuzilishi har xil bo'lishi mumkin. Buning uchun, bu tizim vazifalari doirasiga kirgan korxonalarning katta - kichikligi, omborxonalarning vazifalari (ta'minlaydi yoki tarqatadi), transport modellari va boshqa omillar bo'yicha farqlanishi mumkin.

Hozirgi vaqtda, transport tizimida ro'y bergan o'zgarishlar, yoqilg'i narxlari o'sganligi, ilmiy - texnikaviy taraqqiyot transport xizmatlari bahosining o'zgarishiga olib kelgan. Buning natijasida faqat transport tizimigina o'zgarib qolmay, butun logistika tizimlari o'zgarib ketayapti.

Zamonaviy texnologiyalar korxonalarga yetkazib beriladigan xomashyo va materiallar nomenklaturasini murakkablashtirib yuborgan. Zamonaviy aloqa tizimi kerakli ma'lumotlarni qisqa vaqt ichida kerakli joyga yetkazish imkoniyatini yaratayapti, sifatli nazorat ishlarini olib borishga sharoit tug'diryapti.

Logistik tizimlarni tuzishda quyidagi omillar hisobga olinadi:

1. Korxonalarning soni va ularning joylashishi

Har bir tizim bir yoki bir necha ishlab chiqarish korxonalarini o'z doirasiga olishi mumkin. Korxonalarning soni material va mehnat resurslarining bor-yo'qligiga bog'liq.

Bir xil korxonalarning vazifasi - geografik (regional) bozorga xizmat qilish. Ayrim korxonalarni joylashtirishda xomashyo va material bilan ta'minlovchi tijorat vositachi korxonalarning mavjudligi va joylashishi hisobga olinadi.

Ko'pincha kompaniyalar ta'minlovchi korxonalarning geografik jihatdan tarqalib ketmasligiga ta'sir qilolmaydilar, shuning uchun ular o'z korxonalarini joylashtirayotganlarida transport xarajatlarining eng kam bo'lishini ko'zda tutadilar.

2. Omborlar soni va ularning joylashishi

Omborlar bevosita korxonalar chegarasida joylashishi mumkin yoki ta'minlovchilardan olingan yuklarni qayta ishlash bo'yicha umumiy ombor markazlari tashkil qilinishi mumkin. Yoki iste'molchilarga yaqin bo'lgan joylarda oraliq omborlar joylashishi mumkin. Amerika Qo'shma Shtatlarida har 20 ombordan

uchtasi - ko'p profilli, har 6 ombordan bittasi asosiy iste'molchilar talabiga binoan qo'shimcha xizmat ham ko'rsatadi.

3. Transport modellari

Logistika tizimi yaratuvchilari qulay transport modellarini aniqlaydilar. Har bir transport modeli bir -biridan xarajatlari, eltib berish tezligi, ishonchliligi, o'ziga xos o'rash va omborlarga joylashtirish usullari bilan farqlanadi.

4. Aloqa

Logistika tizimi bo'limlari bir-biri bilan axborot, nazorat va transport turlari orqali birlashadi. Bular o'rtasidagi aloqalar telefon, telegraf, kabelli aloqa, teleks va kompyuterlar orqali tashkil qilingan. Aytib o'tilgan aloqa turlarining har birining o'ziga xos ustunlik va kamchiliklari bor. Hozirgi kunda kompyuter orqali ma'lumot olish - eng katta ustunlikka ega.

5. Axborot tizimi

Buyurtmalar bilan ishlashning markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan usullari mavjud. Ishlash usuli markazlashtirilmagan bo'lsa, bu holda integratsiya darajasi, aniqlanishi, kompyuterlar turi aniqlanishi kerak va h.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Logistika nima?
2. Logistika atamasining tarixi nimadan iborat?
3. Logistikaning kontseptual va uslubiy asoslarini izohlab bering.
4. Moddiy oqimlar tushunchasi.
5. Logistikaning maqsadi va vazifasi.

3-MAVZU. LOGISTIKA TIZIMI KONSEPSIYASINING NAZARIY ASOSLARI

3.1. Logistika tizimi tushunchasi va uning konsepsiyalari

Logistikaning maqsadi - eng kam mehnat va moddiy xarajatlar bilan yuklarni aynan vaqtida yetkazib berish. Materiallar, xomashyo va tayyor mahsulotlarni aynan vaqtida yetkazib berish butun iqtisodiy tizimning ishlab turishiga qulay sharoit yaratadi, korxonalar omborlaridagi zaxiralar miqdorini ancha kamaytirish imkonini beradi.

Logistika to'liq darajada iste'molchiga xizmat qiladi. Shuning uchun logistika doirasida tarqatish va sotish vazifalari faqat bir vaqtda 6 shart mavjudligida amalga oshadi. Bu shartlar - yuk, sifat, miqdor, vaqt, xarajatlar va yetkazish joyi.

Bu ishlarning bir vaqtda mavjud bo'lishi uchun materiallar oqimini qulaylashtirish kerak, tara va o'rashni ixchamlashtirish bo'yicha, yuk birliklarini unifikatsiyalash bo'yicha (ya'ni yuk tashishda paket va konteynerlardan foydalanish), samarali omborxonalar tizimini tuzish bo'yicha buyurtmalar miqdorini va zaxiralar darajasini qulaylashtirish bo'yicha, yuklarni tashishda eng foydali marshrutlarni belgilash bo'yicha chora - tadbirlar amalga oshirilishi kerak.

Logistika tizimining tuzilishi va ishlash asosining eng muhim kontseptual vaziyatlari: tizimli yondashish tamoyilini amalga oshirish, bu vazifa logistika tizimi har bir qismining bir - biriga bog'liqligida va birgalikdagi harakatida namoyon bo'ladi; ishlab chiqarish va transport tizimlarining umumiy, yaxlit texnologik jarayonini ishlab chiqish va amalga oshirish; asbob - uskunalarining ayrim turlarini yaratish asosida ishlab chiqarish; ombor xo'jaligi va ishlab chiqarish - transport tizimlariga o'tish yuqorida aytib o'tilgan tamoyilning ifodasi bo'lishi mumkin.

Hozirgi sharoitda zamonaviy logistika texnologik va yuk ko'tarish, tashish asbob-uskunalariga bo'lgan talablarni individuallashtirilayapti, bu har bir uskunani har bir aniq sharoitga to'liq moslashtirishdir. Jumladan:

- logistika tizimlar tuzishda va ularning ayrim qismlarini loyihalashda texnologik jarayonlarning inson talablariga mos bo'lishini ko'zda tutishi kerak, ya'ni zamonaviy mehnat sharoitlari yaratilishi, atrof -muhitga salbiy ta'sir qilmaslik kerak;

- butun logistik tizim davomidagi xarajatlarni hisobga olish va bozorga moslashish;

- servis xizmatlarini zamonaviy darajada rivojlantirish, uning yuqori sifati, ishonchliligi, tez moslashuvini ta'minlash.

Odatda logistika tizimlar noaniq sharoitda ishlaydi. Bu bozor kon'yunkturasida transportning ishlashi tasodifiy jarayonlar sodir bo'lishi bilan bog'liq. Shu tufayli logistika tizimlarining muhim xususiyatlaridan biri - moslashish xususiyati. Logistika tizimlari ishlashining asosiy tamoyillaridan biri - yuqori darajadagi ishonchliligi va mustahkamligi.

Logistika tizimining ishlashi mustahkam bo'lishida ishlab chiqarish, tarqatish va sotish jarayonlarining to'g'ri, aniq rejalashtirilishi katta ahamiyatga ega. Bu yerda shuni ham hisobga olish kerakki, tezlik bilan bajariladigan rejalarga nisbatan, qat'iy rejalarning roli kattaroq. Bunday strategik rejalarning yuqori

darajada ishonchli bo'lishi uchun atrof -muhit vaziyati, birinchi holatda bozordagi vaziyat har xil bo'lishi mumkin bo'lgan holatlarni o'rganish va tug'ilgan savollarga strategik javoblar aniqlash zarur.

G'arb mutaxassislari fikricha, strategik rejalashtirish firmalarning o'z raqiblari bilan kurashda eng qudratli qurol hisoblanadi. Strategik rejalashtirishning asosi - ilmiy darajada. Ilmiy darajani tayyorlashda tarixiy va ekstrapolyatsiya usullaridan foydalaniladi.

Strategik rejalar ko'pincha aniq jarayonlarni emas, aniq maqsadlarni ko'zda tutadi. U strategik rejani tez bajariladigan rejadan farqlaydi. Tez bajariladigan rejalar aniq faoliyatni ko'zda tutadilar, masalan, taqsimlash yoki sotish jarayonlarini logistika xalq xo'jaligiga sanoatlar nuqtai nazaridan emas, mintaqalar nuqtai nazaridan qaraydi.

Kichik va o'rta korxonalarga tez - tez, davriy holda keng nomenklaturadagi material oqimlari yetkazib turiladi, shuning uchun hududiy ixtisoslashtirish va ixchamlashtirish bu korxonalar uchun katta ahamiyatga ega. Shunday vaziyatlarda materiallar oqimiga samarali xizmat qilishda mintaqaviy taqsimlash bo'yicha markazlar tashkil qilinishi maqsadga muvofiq bo'ladi. Bunday markazlarda birinchi navbatda yuqori samarali servisga e'tibor beriladi. Bunday servis tufayli har xil xizmat turlari - taxlashdan boshlab, to yuk ortish-tushirish ishlarigacha ta'minlanadi.

Faqat zamonaviy texnika vositalaridan foydalangan holda logistik tizim yuqori samarali va mustahkam bo'lishi mumkin. Logistik tizim axborot oqimlarini qulay boshqarishning texnikaviy asosi ko'p darajali ABSdir. Shuning uchun logistika va kibernetika g'oyalarining asosiy qismi logistika tizimlarining yuqori samarali bo'lishi shartidir.

Logistika tizimlari ishlashini tahlil qilishda umumiy xarajatlar ahamiyati katta. Ombor xo'jaligi xarajatlari, zaxiralar, transport, ishlab chiqarishni rejalashtirish, buyurtmani bajarish xarajatlari va boshqa xarajatlar bir - biriga bog'liq. Ayrim xarajat turlarini kamaytirishga qaratilgan harakatlar butun tizimning ishlashidagi umumiy xarajatlarning ortib ketishiga olib kelishi mumkin, shuning uchun logistikaning har qanday faoliyatiga yangilik kiritishdan oldin, bu o'zgartirish oqibatlarini har tomonlama tahlil qilish kerak. Tizim qismlarining proportsiyalari aniqlanishi, qiymat tavsiflarining samarasi ko'rib chiqilishi, boshqarish siyosati tuzilishi kerak, yangi texnologiyalar, asbob - uskunalar hisobga olinishi kerak. Chunki tizimning tubdan o'zgarishi, qaytadan tashkil qilinishi, xarajatlarning keskin ortib ketishiga olib keladi. Shu bilan birga, ilgari logistika tizimlarining evolyutsion yo'llar orqali o'zgarish hollari aniqlanib, hisobga olinadi. Bundan tashqari, sanoat menejmentining logistika muammolariga nisbatan e'tibori oshayotganining bir necha sabablari bor. Alohida olingan ta'minlash, ishlab chiqarish yoki taqsimlash jarayonlarining samarasini oshirish, umuman olganda, samarasi kam usuldir.

Logistika tizimi qismlaridan har biri butun tizim muvozanatini buzishi mumkin. Amalda logistikaning an'anaviy maqsadlari ko'pincha marketing yoki ishlab chiqarish maqsadlariga to'g'ri kelmaydi.

Masalan, korxonalarning ishlab chiqarish bo'limlari tayyor mahsulot zaxiralarini ko'paytirishga harakat qiladi, aks holda, sotish jarayonida mahsulot kam yoki umuman yo'qligi sababli yo'qotishlar ro'y berishi mumkin.

Boshqa misol, transport boshlig'i faqat transport tizimiga javobgar bo'lsa, u transportning qulay yo'nalishini tashkil qilishi, transport tizimidagi zaxiralar miqdorining kamayishida, umuman, transport tizimining daromadi kamayishiga mutlaqo qiziqmaydi.

Logistikaning maqsadlari - maqsadlarga teskari.

Logistik tizimlar materiallar oqimini boshqarish bilan bir qatorda taqsimlanish jarayonini nazorat qilishda asosiy qurol bo'lib qolayapti.

Ilmiy texnika taraqqiyotining yutuqlari logistika tizimi qismlarining birlashib, mustahkam bo'lishini tezlashtirdi. Asosiy yutuqlardan biri - kuchli kompyuterlar, rivojlangan ma'lumotlar bazasi va axborot yetkazish tizimiga asoslangan buyurtmalar bilan ishlash tizimining rivojlanishi. Qarorlar qabul qilish, masalalar echish jarayonlarini modellash va kompyuterlar bilan ta'minlash logistika tizimini tashkil qiluvchi va boshqaruvchilarga sifatliroq ishlashga imkoniyat yaratdi.

Logistika umumiy xarajatlarni ancha kamaytirishga imkon yaratish bilan bir qatorda mahsulot sifatini ko'tarishga ham ta'sir qiladi, chunki faqat sifatli mahsulotlar tashqi bozordagi raqobatni ko'tara oladi. Bunday sharoitda firmalar iste'molchilarga ko'rsatadigan xizmatlarining sifatini oshirishga majburlar.

3.2. Xizmat sohalari va ularning ta'rifi

Ishlab chiqarish va logistika tizimining o'zaro ta'siri ikki yo'nalishda bo'lishi mumkin:

Birinchisi, korxonalarning mahsulot zaxiralari uzluksiz ko'paytirib turilishiga ehtiyoji mavjud. Bu yerda mahsulot turi rol o'ynamaydi. Mahsulot andozali, noandozali bo'lishi mumkin, modifikatsiya qilingan yoki maxsus mahsulot bo'lishi mumkin, faqat bozordagi ehtiyojni qondirsa bas.

Ikkinchisi, ishlab chiqarish o'z tomonidan bevosita logistika tizimiga qaram bo'lib kelgan. Ya'ni ishlab chiqarish jarayoniga xomashyo materiallarini vaqtida yetkazib berish katta ta'sir ko'rsatadi. Texnologik jarayonlarni boshqarish, birinchi navbatda, xarajatlarni kamaytirishga qaratilgan, asbob - uskunalarining bir tekisda ishlashi, ko'rsatilgan muddatda buyurtmalarning bajarilishini ko'zda tutadi.

Bu jarayonlar ta'minlash tizimi orqali qo'llab-quvvatlanib turiladi. Bu tizimning asosiy vazifasi - ishlab chiqarish ehtiyojini to'la qondirish. Ishlab chiqarish va logistika tizimining o'zaro ta'sirini shoshilinch buyurtmalarni bajarish yoki yangi tur mahsulot ishlab chiqarish kerak bo'lganda ko'rsa bo'ladi. Bunday sharoitda bu doiralarning harakatchanligi, moslashuvchanligi, butun ish muvaffaqiyatining garovi bo'ladi.

Hozirgi zamonda logistika tizimlari doirasida ishlab chiqarish infratuzilmasini hisobga olganda, turli xil korxonalar joylashtirilishi mumkin.

Ishlab chiqarish jarayoni bozordan ajratilgan holda muvaffaqiyatli tashkil qilina olmaydi. Ayrim hollarda iqtisodiy adabiyotlarda mahsulot ishlab chiqarish jarayoni boshqaruvchisining vazifalari shunday izohlanadiki, guyo ular bevosita faqat boshqarish jarayoniga ta'sir qiladi. Amalda esa, boshqarish ko'pincha

taqsimlash tizimining tabiiy holatiga bog'liq. Bu tizim marketing va ishlab chiqarish o'rtasida bog'lovchi kuch bo'lib turadi. Shu tizim (boshqarish tizimi) ishlab chiqarish va marketing jarayonlarining balansini aniqlaydi.

Buyurtmalarning noto'g'ri joylashishi ishlab chiqarishda kutilmagan xarajatlarga olib keladi. Shuning uchun korxonalar quyidagi qoidaga rioya qilishga harakat qiladilar: tayyor mahsulot zaxiralar darajasini sotish darajasiga moslashtirish, masalan, 30-40 kunlik zaxiralar. Bu qoida, ayniqsa, mahsulotni sotish miqdori tez - tez o'zgarib turadigan korxonalar uchun muhimdir.

Logistika tizimining samaradorligi baho belgilash usullari bilan bog'liq. Aniq belgilangan narxlar bozorda ishlab chiqaruvchilar ta'sirini kengaytirishga olib keladi. Logistika tizimlari yordamida sotiladigan mahsulotlar narxini kamaytirish ustama narxlar yordamida belgilanadi. Ulardan tashqari, bozordagi sharoit ham hisobga olinadi.

Odatda, ishlab chiqaruvchining o'zi avval sotish narxini, keyin sotish narxi kamaytirilishini aniqlaydi, ana shunda sotish narxi hosil bo'ladi. Bundan keyin, ishlab chiqaruvchi o'z faoliyatini bozor talabiga mos keladigan mahsulot ishlab chiqarishga qaratadi. Bunday mahsulot bozorda sotilib, daromad keltirishi mumkin. Faol raqobatli bozor sharoitida bu oddiy tajriba. Bunday bozorda mahsulotlar xilma - xil bo'ladi va narxlari ham keskin farqlanadi.

Ishlab chiqaruvchi belgilagan narx sotuvchi to'laydigan haqiqiy narxdan farqlanadi. Belgilangan narxning o'zgarishiga sotish sharoitlari va shartlari, bozor sharoitlari ta'sir ko'rsatadi. Lekin sotuvchi va iste'molchining narxi bir xil bo'lishi ham mumkin.

Ko'pincha mahsulotlar arzonlashtirilgan narxda sotiladi. Bu arzonlashtirish sotib olingan tovarlar miqdori yoki naqd pulga olinishiga bog'liq.

Logistika tizimi 2 asosiy narx belgilash tizimidan foydalanishni tavsiya etadi. Bu tizimlar iste'molchilarning geografik joylashishiga bog'liq. Bular: Franko - narx va eltib berish narxi.

Sotuvchi biror joyda mahsulotni sotib oluvchilarga topshirsa, franko - narxlar belgilanadi. Bu joy ombor bo'lishi mumkin, korxona, avtokorxona bo'lishi ham mumkin. Sotuvchi iste'molchini transport vositalari bilan ta'minlashi mumkin, lekin barcha xarajatlarni sotib olganlar ko'taradi. Bunday narxlar tizimi taqsimlash tizimining nazorat qilinishini ancha murakkablashtiradi.

Eltib berish narxlari transport xarajatlari, yuk ortish - tushirish ishlari xarajatlari va yuk miqdoriga ko'ra chegirmalarni o'z ichiga oladi. Bu narx turi juda ko'p ishlatiladi. Bunday narx belgilash tajribasi ta'minotchiga qulaylik yaratadi, bundan tashqari, bunday narx belgilash tizimini nazorat qilish ham engilroq, AQShda logistika doirasidagi narx belgilash tizimi davlat orqali tartibga solinadi. Bir tomondan, huquqiy tartibga solish narxlarni aniqlash erkinligini chegaralaydi, ikkinchi tomondan esa, logistika xarajatlari tizimini tahlil qilishga imkon yaratadi.

3.3. Logistika tizimi faoliyat yuritishini baholash

Boshqarishning muhim omillaridan biri - materiallarni o'z vaqtida eltib berish. Buning uchun kerakli operatsiya bajarilishiga (masalan, yuk ortish, yukni

eltish va boshqa) qancha vaqt ketishi va operatsiyani boshlash uchun qancha vaqt kerakligini aniqlash zarur.

Buyurtmalarni bajarish muddati resurslarga bo'lgan ehtiyoj miqdoriga, ta'minot jarayonining ishonchliligiga ta'sir qiladi. Buyurtmalarni bajarish muddati uzoq bo'lsa, u mintaqaviy omborlardagi katta nomenklaturali zaxiralar miqdorining ortib ketishiga olib keladi.

Boshqa tomondan qaraganda, buyurtmalarning shoshilinch, qisqa vaqtda bajarilishi har xil xatolarga olib kelishi mumkin. Masalan, olingan resurslar miqdori yanglish bo'lishi, sifati to'g'ri kelmasligi yoki umuman kerak bo'lmagan mahsulot yetkazishi mumkin.

Masalan, AQShda taqsimlash doirasida buyurtmalarning eng kam bajarilish muddati (ishlab chiqarish vaqti ham hisobga olinadi) - 7 kun, eng ko'p muddati - 72 kun.

Buyurtmaning bajarilishiga ketadigan vaqt taqsimlash kanallarining holati va rivojlanishiga bog'liq. Bu taqsimlash kanallari mahsulot ishlab chiqaruvchi va iste'molchilarni bog'laydigan vositaga aylanayapti va xilma-xil o'zaro bog'liq vazifalarni bajarayapti. Unga: sotish; marketing; kredit berish va boshqa xizmat turlari kiradi.

Firmalarning ko'pchiligi taqsimlash jarayonini faqat qisman nazorat qiladi, demak, ularning butun tabiiy taqsimlash tizimiga qiladigan ta'siri ham qismandir.

Logistika texnologiyasining o'zgarishi, mahsulot va xizmatlar sifati ahamiyatining o'sishi, taqsimlash kanallarining tuzilishi va vazifalarining o'zgarishiga olib keladi, texnologiyani takomillashtirishga intilish tug'diradi.

Logistika tizimi samarasining ortishi - taqsimlash doirasining asosiy kapitaliga qo'yiladigan sarmoyalar miqdori ortishiga logistika tizimi tuzilishi va ob'ektlari joylashishining o'zgarishiga olib keladi.

Hozirgi kunlarda mahsulot ishlab chiqaruvchi va sotuvchilarni farqlash juda qiyin. Logistika tizimi qismlari vazifalarining o'zgarishi katta qiyinchiliklar bilan o'tayapti. Integratsiya ayrim xo'jalik turlarining ahamiyati ortayapti, boshqalarining ahamiyati pasayib yoki umuman yo'q bo'lib ketayapti.

Bu jarayonlarga yana xalq xo'jaligi holati, davlatning iqtisodiy siyosati ham ta'sir qiladi.

Ishlab chiqarish vositalarini ishlab chiqaruvchi korxonalar faqat ulgurji savdo jarayonini nazorat qilibgina qolmay, bevosita iste'molchiga sotish jarayonini ham o'z nazoratiga olayapti. Iste'molchilarga to'g'ridan - to'g'ri yuk yuborishga moslashtirilgan qo'shimcha omborlar qurilayapti. Ko'p kompaniyalar taqsimlash kanallari, zaxiralar miqdori va sotish hajmidan xabardor bo'lish maqsadida ulgurji savdo tizimi bilan bevosita aloqa o'rnatgan.

3.4. Logistika tizimining marketing bilan bog'liqligi

Logistika tizimi boshqarish vazifalari bilan uzviy bog'liq. Lekin logistika tizimiga eng katta ta'sir ko'rsatadigan vazifalardan biri - marketing siyosati va taktikasi. Logistika tizimining servis chegaralarini marketing talablari aniqlaydi.

Marketing taktikasi bevosita logistikaning xarajat ko'rsatkichlariga ta'sir qiladi.

Ishlab chiqarishning assortiment bo'yicha ixtisoslashishi marketing yordamida sezilarli darajada rivojlanadi.

Mahsulot assortimenti qancha ko'p bo'lsa, ishlab chiqarishning har bir doirasi, buyurtmalar bilan ishlash, zaxiralarni nazorat qilish va boshqarish vazifalari murakkablashib ketadi.

Mahsulot assortimenti taqsimlash muammolarini hisobga olgan holda aniqlanadi. Masalan, mahsulotning asosiy modelini texnologik davr qo'shimcha xarajatlari hisobiga kamaytirish jarayonida o'zgartirish mumkin. Bu holda ishlab chiqarish uchun kerakli bo'lgan xomashyo, materiallar va komplektatsiya qismlari assortimenti kamayadi.

Lekin, ko'pincha mahsulotlar faqat marketing talablariga asoslanib ishlab chiqariladi. Unda ko'p hollarda tabiiy taqsimlanish bahosiga qanday ta'sir qilinishi hisobga olinmay, mahsulotlar o'zgarishiga olib keladi.

Mahsulotning yangi turini ishlab chiqarishga joriy qilish, odatda, tabiiy taqsimlanish jarayonida kutilmagan xarajatlarga olib kelishi mumkin. Masalan, avval ishlatilmagan yangi xomashyo turlariga ehtiyoj paydo bo'lishi mumkin. Hattoki, faqat o'rami o'zgargan mahsulot ta'minot doirasi uchun yangi assortiment birligi deb hisoblanadi.

Lekin shuni aytib o'tish kerakki, har bir assortimentning o'zgarishi xarajatlarning o'sishiga olib kelavermaydi. Ayrim hollarda ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish darajasi ortishi, mehnatni tashkil qilishning yaxshilanishi mumkin, bular orqali anchagina mablag' va mehnat tejallishi mumkin.

Assortimentning kengayishini rejalashtirish, zaxiralarni boshqarish, xarajatlarni kamaytirish doiralarida korxonalar oldiga qo'yilgan vazifalarni murakkablashtiradi. Amerika va yapon kompaniyalarining assortiment siyosatini solishtirsak, ancha farq qilishini ko'ramiz. Yapon kompaniyalari modellarni cheklangan miqdorda ishlab chiqaradilar. Ayrim komplekt qiluvchi mahsulotlar, masalan, avtomashinalarga o'rnatiladigan konditsionerlar (namunaviy o'lchovda bo'ladi), avtomashinalarga sotishdan oldin dilerlar tomonidan o'rnatiladi.

Amerikalik ishlab chiqaruvchilar esa iste'molchilarni har bir modelning turli xillari bilan ta'minlaydilar, hattoki maxsus buyurtmalarni ham bajaradilar. Bunday assortiment siyosati xarajatlarning ortishiga olib keladi, ishlab chiqarish jarayonini tashkil qilish, rejalashtirish va nazorat qilishni murakkablashtiradi.

Marketing vazifalaridan yana biri-tabiiy taqsimlanishning servis xizmati doirasida aniq chegaralarini belgilaydi. Uning sifatiga yuk yetkazish tezligi, yuk yetkazish muddatlarining bajarilishi va logistika tizimi talablarini zudlik bilan qondirish qobiliyatlari ta'sir qiladi. O'z tomonidan logistika marketingning sotish usullariga juda katta ta'sir qiladi. Agar firma maxsus taklif taktikasi asosida ish olib borsa, ya'ni oldindan belgilangan rejalarsiz sotishlar tashkil qilsa, tabiiy taqsimlanish tizimi - transport, omborlar, buyurtmalarni rasmiylashtirish sotish jarayonining tezlashishiga tayyor bo'lishi kerak.

Logistika tizimining holati taqsimlanish kanalini tanlashda katta ahamiyatga ega. Logistika qiymatiga oid tahlil ko'pincha xarajatlarni kamaytirish yo'llarini topish uchun qilinadi, bu tahlil ta'sirida ro'y bergan o'zgarishlar marketingga katta ta'sir ko'rsatadi. Masalan, omborlar sonini kamaytirish, zaxiralar miqdorini

kamaytirish, transportning arzonroq turlariga o'tish hisobiga xarajatlarni kamaytirish xizmat ko'rsatish sifatining o'zgarishiga olib kelishi mumkin.

Logistika tizimini tahlil qilish asosida marketing xizmati taqsimlanish jarayonining maqsad va vazifalarini aniqroq belgilaydi.

Logistikaning tizimli tahlili marketing quroli bo'lib, xizmat ko'rsatish andozalarini o'rnatadi.

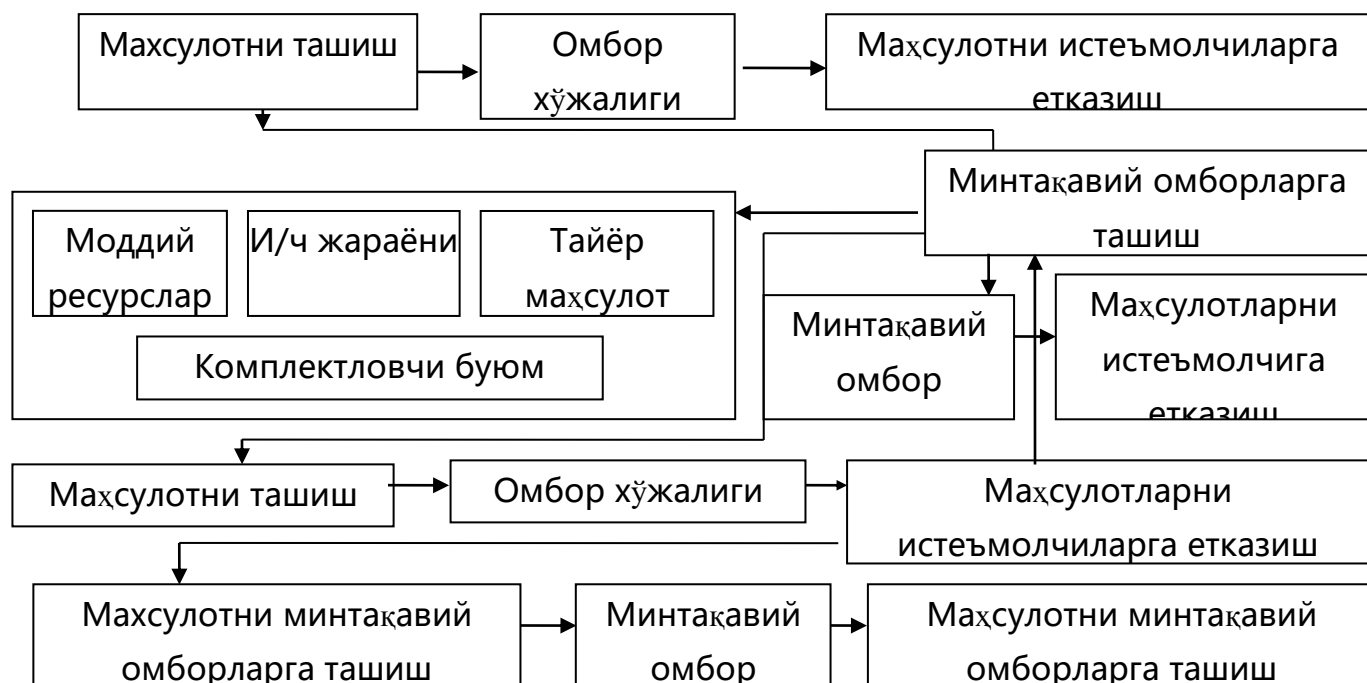
Nazorat va mulohaza savollari

1. Logistika tizimining tuzilishi.
2. Logistikaning kontseptual vaziyatlari.
3. Logistika qaysi aspektlarni ko'rib chiqadi?
4. Logistika tizimi faoliyatida samaradorlik.
5. Logistika tizimini tuzishda qaysi elementlarga e'tibor beriladi?

4 - MAVZU. LOGISTIKADA MATERIALLARNI BOSHQARISH VA TAQSIMOTNI TASHKIL QILISH

4.1. Moddiy oqimlar harakatlari chizmasining ta'rifi

Materiallar oqimining o'lishi aks etgan chizmalar tavsifiga e'tibor qilgan holda logistikaning umumiy chizmasi 3 - chizmada, korxona ichidagi moddiy oqimlar harakati chizmasi 4 -chizmada ko'rsatilgan. Moddiy oqimlar harakatida korxona nazoratini tashkil etish jarayoni bir butun o'lchov sifatida qaraladi, ayniqsa, moddiy oqimlarning korxona ichidagi harakati, ularni rejalashtirish va zaxiralarning boshqaruvi haqida fikr yuritish mumkin. Shuni qayd etmoq kerakki, aksariyat tadqiqotlarda korxona yoki ombor mustaqil o'lchov sifatida qaraladi va moddiy oqimning kirimi va chiqimi bilan bog'liq bo'lgan operatsiyalarga asosiy e'tibor qaratiladi. Biroq masalaga bunday yondashilganda ixtiyoriy operatsiyani (yuklash, yo'ldagi vaqt) asosiy oqimlar uchun zarur vaqt va operatsiyalarni boshlash uchun haqiqatda kerakli vaqt yetakchi boshqaruv omillaridan hisoblanadi.

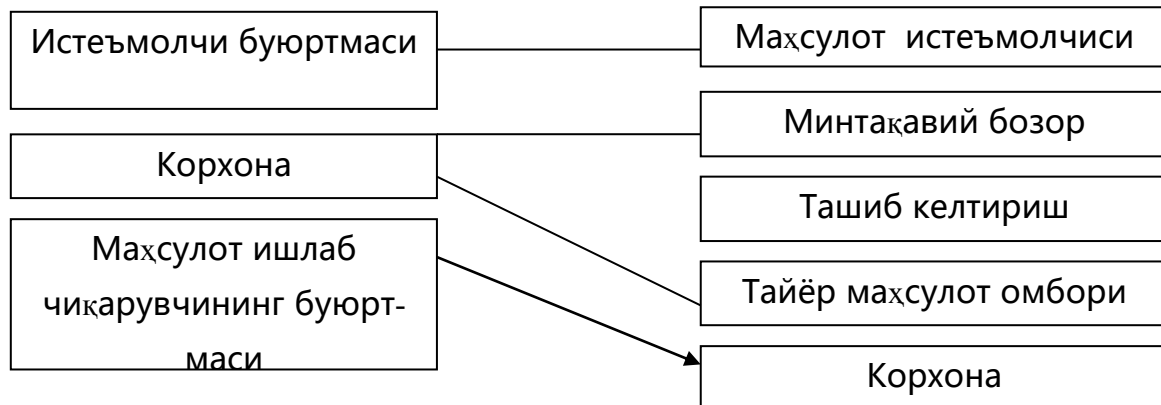


3-Chizma. Moddiy oqimlarning ishlab chiqaruvchi korxonalardan ombor tizimi orqali iste'molchilarga yetib borish harakati



4 -Chizma. Moddiy oqimlarning korxona ichidagi harakati

5-chizmada buyurtma va uning buzilish vaqtini belgilovchi buyurtmalar harakatlarining yo`nalishi aks ettirilgan. Iste'molchi mahsulotni mintaqaviy ombor orqali yoki bevosita ishlab chiqaruvchining o`zidan olishi mumkin. Aniqlik, buyurtmalarni bajarish muddati turlichadir. Ombordan mavjud mahsulotlarni saqlash uchungina emas, balki mahsulotlarni o`z vaqtida yetkazib berish uchun ham foydalaniladi. Buyurtmalarning o`z vaqtida bajarilishi transport vositalari, buyurtmalarni tayyorlash texnikalariga ham bog`liqdir. 1-jadvalda mahsulotlarni har xil turdagi transportlar yordamida yetkazib berish muddatining aniqlanish formulasi aks ettiriladi.



5- Chizma. Moddiy oqimlarning ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetib borish harakati

1-Jadval

Turli xil transportlarda yuklarni yetkazib berish muddatini hisoblashning metodik ko`rsatmasi

<i>N^o</i>	<i>Transport turi</i>	<i>Yetkazib berish muddatini hisoblash formulasi</i>
1	Temir yo`l (J)	$T_j = T_{nk} + L/V_n^j + T_{qo'sh}^j$
2	Dengiz yo`li (M)	$T_m = L/V_{tij}$ $V_{tij} = L/V_{sut} + 2LPT/M + T_{qo'sh}^m$
3	Daryo (R)	$T_r = T_o + L/V_n^r + T_{qo'sh}^r$
4	Avtomobil (A)	$T_\alpha = T_{nk} + L/V_{ek}$

Bu yerda:

T_j - temir yo`l orqali yetkazib berish muddati;

T_{nk} - operatsiyaning boshlanish-tugash vaqti (sutka, soat);

L - tashib keltirish uchun o`tilgan masofa (km, mil);

V_n^j, V_n^r - 1 sutkada vagon yoki kemandagi yo`lda yurish tezligi (km, mil);

$T_{qo'sh}^j, T_{qo'sh}^m, T_{qo'sh}^r$ - daryo, dengiz va temir yo`l transportida qo`shimcha operatsiyalar uchun vaqt;

T_m - dengiz yo`li orqali yetkazib berish muddati;

V_{tij} - tijorat tezligi (mil/sutka);

V_{sut} - mazkur liniyada ishlovchi kemadan foydalanish tezligi (mil/sutka);

LPT - tashib keltirish uchun o`tilgan masofada kemandagi yuk ko`tarish quvvati (tonna);

M - portda bir sutkadagi o`rtacha yuk tashish ishlari (t/sutka);
T_r - daryo yo`li orqali yetkazib berish muddati;
T_o - yuklarni to`plash, rasmiylashtirish va jo`natish vaqtlari (sutka);
T_α - avtomobil orqali yetkazib berish muddati
α - yuk ko`tarish mashinasidan foydalanish koeffitsienti;
V_{ek} – yuk ko`tarish mashinasidan foydalanish tezligi, km/soat;
α - yuk ko`tarish mashinasidan foydalanish koeffitsienti;

4.2. Logistika tizimida mahsulotlar taqsimotining asosiy kanallari va vositachilari

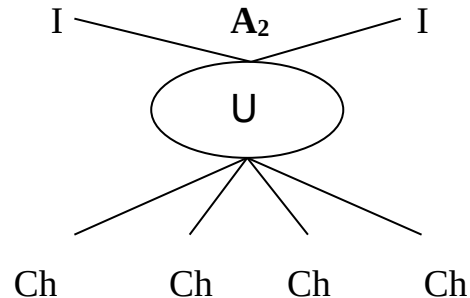
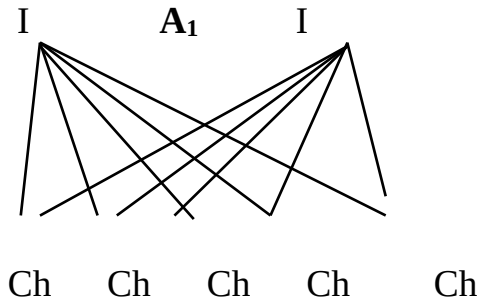
Qoida bo`yicha taqsimlash vazifasiga: mahsulotlarni to`plash va tarqatish; tovarlarni joylashtirish, saralash va jamlash; mahsulotga egalik qilishning sotib oluvchidan sotuvchiga o`tishi; ombordagi tovarlarni saqlash va himoyalash; sotuvchi va sotib oluvchilar o`rtasida muzokaralar olib borish va shartnomalarni imzolash; tovarlarga egalik qilish huquqining sotuvchidan sotib oluvchiga o`tishi kiradi.

Taqsimlash jarayoni vazifalari quyidagilarga bo`linadi:

- 1) Tijorat, ya'ni mulkka egalik qilish huquqi boshqa bir shaxs nomiga o`tkazish amalga oshirilayotgan xarid va sotuv jarayonlarida yordam beruvchi vazifalar.
- 2) fizik, ya'ni tovarlarni tashish va ularning butunligini ta'minlash vazifalari.

Taqsimlashning quyidagi turlari mavjud:

A) Selektiv taqsimlash



A₁ -Bu ko`rinishda chakana savdo qiluvchi - 10 ta shartnoma bajarilgan

A₂ - Bunda ulgurji savdo qiluvchi ta'sirida 6 ta shartnoma bajarilgan, ya'ni shartnoma soni 40% ga kamaygan).

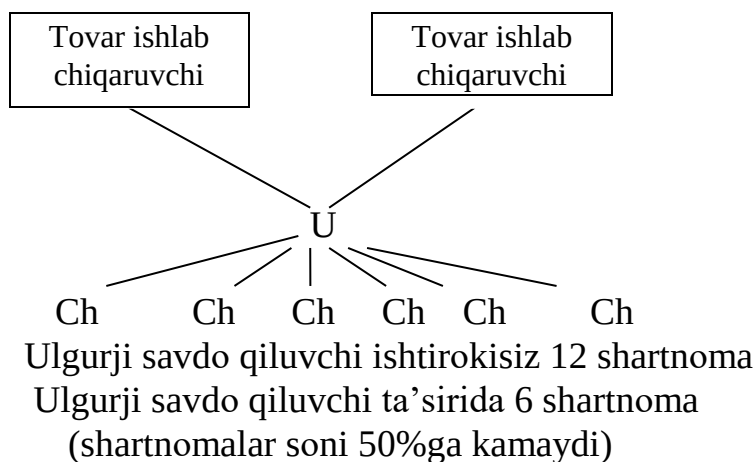
Bu yerda: **I**-ishlab chiqaruvchi;

U-ulgurji savdo;

Ch-chakana savdo.

B) Intensiv taqsimlash.

Tovar ishlab chiqaruvchilar
Ulgurji savdo qiluvchilar
Chakana savdo



Turli darajadagi taqsimlash kanallariga misollar:

Turli kommunikatsiya vositalaridan, buyurtmalarni tayyorlash texnikalaridan, har xil transport modellaridan foydalanish natijasida buyurtmalarni tayyorlash uchun ketgan vaqt ko'rsatkichlarining xilma - xilligiga olib keldi.

Buyurtmalarning bajarilish vaqtlari o'rtasidagi farq resurslarga bo'lgan talab va jamg'armalarning ishonchliligiga bevosita o'z ta'sirini o'tkazadi. Uzoq muddat davomida buyurtmalarning bajarilishi ko'pchilik mintaqaviy omborlardagi mahsulot zaxirasining o'sishiga olib keladi. Ikkinchi tomondan, juda qisqa muddatda tayyorlangan buyurtmalarda xatolik vujudga kelishi mumkin. Natijada resurslar kerakli miqdorda, zaruriy sifatda yoki o'z vaqtida olib borilmaydi.

Buyurtmani amalga oshirishga sarflangan vaqt tarqatish, marketing, kreditlash, amalga oshirish xizmatlari singari vazifalarni bajaruvchi mahsulot ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi bog'lovchi bo'g'in hisoblanadi. U taqsimlash kanallarining rivojlanish holatiga bog'liqdir. Aksariyat sanoat firmalarini qisman shunday taqsimlash nazorat qiladi, shuningdek, fizik taqsimlash tizimida ham ularning chegaralangan darajadagi ta'sirlari bor.

Taqsimlash kanallarining vazifa va tuzilmalari o'zgarishi logistika texnologiyalarini qayta tashkil qilgan, firma mahsulotlari va xizmatlar sifatini oshirishga ham bog'liqdir. Logistika samaradorlikni oshirish va texnologiyalarni takomillashtirishga intilish, taqsimlash doirasidagi kapital hajmida sarmoya o'sishiga olib keladi, shuningdek, ob'ektlarni lokallashtirish va tuzilmasini o'zgartirishga imkoniyat tug'diradi.

Mazkur doira vertikal integratsiya yo'nalishlarini ham qayd etish ahamiyatlidir, buning natijasida mahsulot ishlab chiqaruvchi va sotib oluvchi o'rtasidagi chegaralarni aniqlash qiyin bo'lmoqda.

Taqsimot kanallarining tuzilmalari (vertikal vositachilar soni), ularning miqyosi va barqarorligi bosqichlari miqdoriga bog'liqdir. Ularni tejashga erishish uchun mahsulotlarni olishdagi zaruriy bosqichlarning eng qulay sonini aniqlash katta ahamiyatga ega.

Shartnomalar sonini kamaytirish iqtisodiy tejamga erishishning bir yo'nalishi hisoblanadi. Taqsimlash ikki turi: selektiv va intensiv bo'ladi. Selektiv taqsimlashda uncha katta bo'lmagan savdo qilish joylari mavjud, intensiv taqsimlashda esa

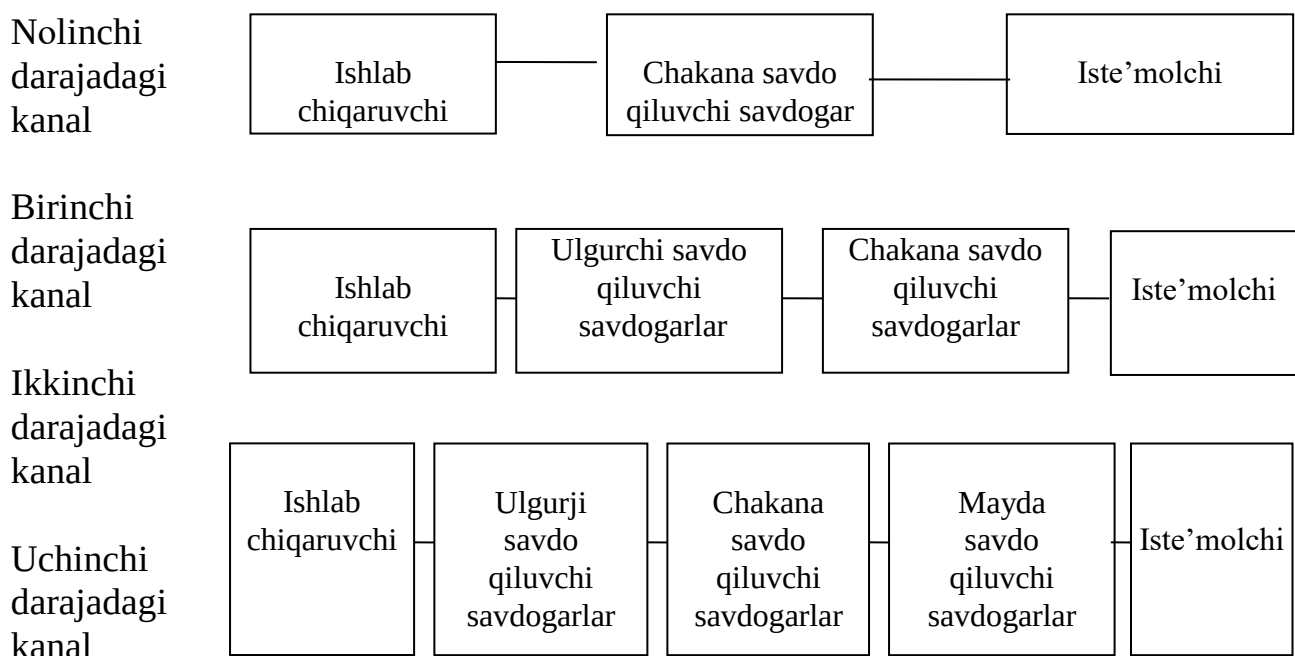
ularning soni ko'proqdir. Savdo shartnomalari sonini kamaytirish hisobiga iqtisodiy tejamga erishish yo'llari 6-chizmada soddalashtirilgan tarzda ko'rsatilgan.

Mahsulot ishlab chiqaruvchilar va xaridorlarning talabini qondiradigan barcha vazifalar bajarilgandagina taqsimlash kanalining barqarorligiga erishish mumkin.

Logistika tizimlarida mahsulotni taqsimlash kanallarini ko'rib chiqish mumkin.

1. Mustaqil ulgurji savdo qiluvchi vositachilar o'z hisoblaridan tovarlar sotib oladilar, shu bilan tovarlarning ma'naviy eskirish, buzilish, kon'yunktura natijasidagi tavakkalni o'z zimmlariga oladilar. Ular tovarlarni saqlaydilar va shu bilan mol yetkazib beruvchilar va iste'molchilarning zaxiralarini kamaytiradilar, shuningdek, jo'natish, reklama, maslahatlar berish kabi xizmatlarni amalga oshiradilar.

2. Mol sotadigan tashkilotlar ikki turda: ulgurji savdo bazalari va ulgurji savdo idoralari. Ugurji savdo bazalari faoliyati ulgurji savdo firmalarining vazifalariga juda o'xshashdir, ular faqat o'z sanoat firmalari sotadigan mahsulotlarining bo'lishi bilan bir - biridan farqlanadi.



6-Chizma. Selektiv va intensiv taqsimlash

Ulgurji savdo idoralari ko'pincha tovarlarning o'ziga ega bo'lmaganligi sababli tovarlar bilan fizik operatsiyalarni amalga oshirmaydilar. Ularning asosiy vazifasi iste'molchi bilan aloqa o'rnatish, mol yetkazib berish, buyurtmalar to'plash, ularni tarqatish, firma omborlaridan tovarlarni tranzit yetkazib berishni tashkil etishdan iborat.

3. Vakil, tovar brokerlari, dallollar va boshqa vositachilar tovarga egalik qilish huquqiga ega bo'lmaganliklari sababli ularning qadsizlanishi, buzilishi bilan bog'liq bo'lgan zararlarni ko'rmaydilar.

Broker - savdo vositachilarining faol turi sanaladi. Ular sotuvchi va xaridorlar bilan uzoq muddatli shartnoma munosabatlariga kirmaydilar, vositachi rolini

o'ynagan holda vaqtincha oldi - sotdida qatnashadilar. Ularning asosiy vazifasi sotuvchi va xaridorlarni uchrashtirish va savdo aloqalarini o'rnatish. Mavjud taxminlar asosida xaridorlar talabiga mos keladigan ma'lumotlarni taklif qilish brokerlar faoliyatining so'nggi jarayoni hisoblanadi. Broker ixtisoslashgan bozorni to'liq biladi, ko'plab ishbilarmonlar bilan aloqaga kirishadi, alohida vazifalarni bajaradi. Shartnoma tugatilgandan so'ng, unga yollangan tomon vositachi haqini beradi.

Ulgurji savdo qiluvchi vakil mol yetkazib beruvchilar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatadi va ishlab chiqaruvchi firmalarning savdo gumashtalariga (agent) mos vazifalarni bajaradi.

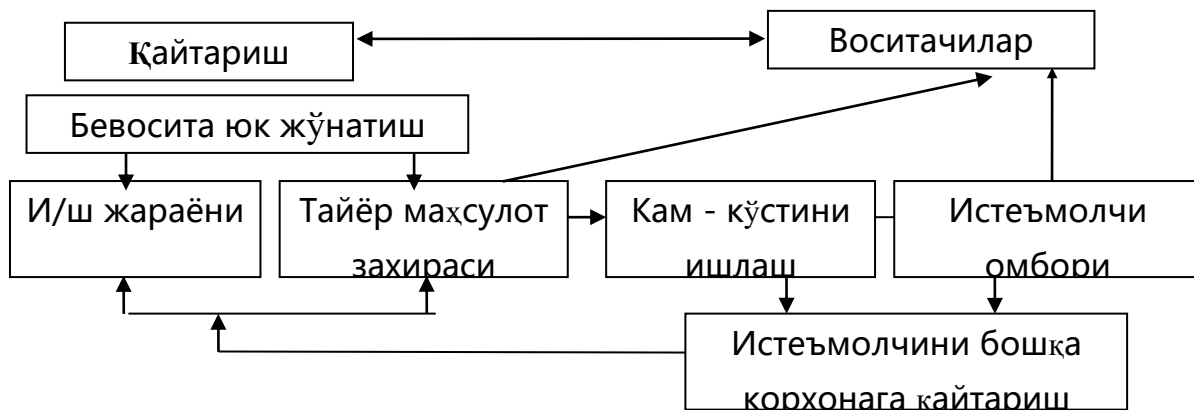
Ular operatsiyalarni kafillikka olib, shaxs nomi va hisobidan savdo - sotiq yo'li bilan o'z ulushlarini ajratib oladilar, shuningdek raqobatlashmay, tovarlar chiqaradilar. Bir necha ishlab chiqaruvchi firmalarga xizmat qilishlari mumkin. Jug'rofiy nuqtai nazardan, ular unchalik katta bo'lmagan hududda yoki bir necha viloyatlarda xizmat ko'rsatilishlari mumkin. Yirik firmalar mazkur tumandagi savdo - sotiq imkoniyati past bo'lgan paytda ulgurji savdo qiluvchi vakillar xizmatidan foydalanadilar. O'rta va kichik sanoat firmalari esa bunday turdagi vositachilarga mazkur hududda ularning savdosi hajmi etarli darajada yuqori emas va shaxsiy savdo vakiliga ega bo'lishdan manfaatdor bo'lmaganida murojaat qiladi. O'rta sanoat korxonalari endi vakilga hududda barcha mahsulotlarni sotish huquqini beradilar. Bunday hollarda vakillar muzokaralar olib borilayotgan paytda ba'zi huquqlarga ega bo'ladilar. Ishlab chiqarish vositalari bozorining ulgurji savdo qiluvchi vakillari, asosan, elektrotovar, asbob - uskuna va mashinalar bilan savdo qiladilar.

Tarmoq haqi va uning mahsulotlari to'g'risida mufassal bilimlarga ega bo'lganliklari sababli, ulgurji savdo qiluvchi vakillar yuqori natijalarga erishadilar. Ularning mehnatlariga vositachi haqi, asosan, haq to'lanishi ular ko'rsatadigan xizmatlar ishlab chiqaruvchi firmalar uchun foydali hisoblanadi. Ulgurji savdo qiluvchi vakilning asosiy vazifasi - savdo-sotiqni vaqtida ta'minlash, manfaatdor tomonlarga talab va taklif to'g'risidagi ma'lumotlarni berish. Vaqtning o'zi esa tovarning so'nggi qiymati o'rnatilishiga ta'sir qilmaydi. Yuqorida qayd etib o'tilganlardan ko'rinib turibdiki, ularning vazifalari ko'p jihatdan brokerlar vazifalari bilan o'xshash ekan. Farqi shundaki, vakil brokyerdan farqli ravishda o'z mijozlari bilan aloqalar o'rnatadi, ishlab chiqarish vositalari bozorida ish olib boradi va ba'zilar jamlash vazifasini ham o'z zimmasiga olib, mol yetkazib berilishini ta'minlaydi. Bundan tashqari ulgurji savdo qiluvchi vakillar asosan iste'molchilar bilan o'rnatilgan aloqalar natijasida mahsulotlarning yangi turlarini (juda tez) sotadilar. Yangi tovarlar bozorini rivojlantirish bo'yicha ko'rsatadigan xizmatlari uchun vositachilar yuqori darajada dallollik haqi oladilar. (Savdo hajmining 10 - 15 %).

Vakillarda, odatda realizatsiya qilinishi zarur bo'lgan tovarlar mavjud bo'ladi, ular tovarlarni o'z nomlaridan, lekin tovar egasining hisobidan sotadilar. Vakillar nazoratda, qabul qilish omborlariga egadirlar, tovarlarni saqlash va sotish ham ularning ixtiyoridadir. O'z javobgarliklari ostida xaridorlarga kredit beradilar, bozor haqidagi ma'lumotlar, tovarlarni tashishda yordam ko'rsatish, xomashyo sifati ustidan nazorat singari qo'shimcha xizmatlarni taklif qiladilar.

4.3. Buyurtmalarning jismoniy taqsimlanishi va mahsulotlarni keltirish ustidan nazorat

Buyurtmalarni tayyorlash va fizik taqsimlash - logistikaning vazifasi sanaladi. Moddiy texnika ta'minoti harakatida uning ulushi transport va zaxiralar ulushiga nisbatan kamdir. Shunga qaramay, mazkur vazifaning ahamiyati shunisi bilan muhimki, aynan shu vazifa taqsimlash kanallari bo'yicha mahsulotlarning samarali harakatini ta'minlaydi. Buyurtmani tayyorlash fizik taqsimlashda asosiy vazifa hisoblanadi. (2-jadval). Turli doiralarda mazkur vazifaning amalga oshirilishini ko'rib chiqamiz. (7, 8, 9 -chizmalar).

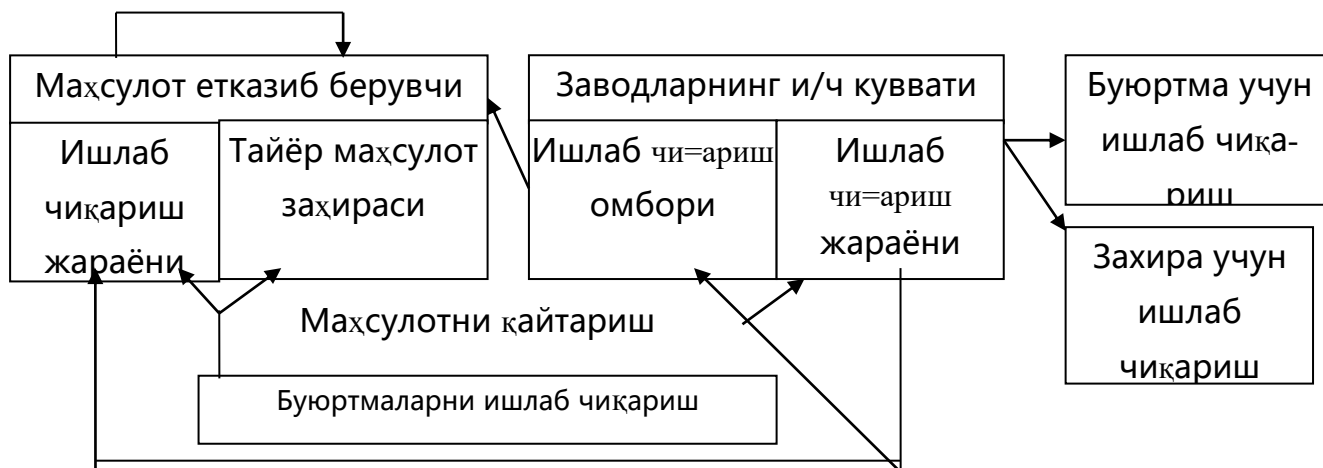


7-Chizma. Fizik taqsimlash kanallari bo'yicha mahsulotlarning jo'natilishi.

2-jadval

Buyurtmalarni bajarishning umumiy ko'rinishi

Buyurtmani olish	Buyurtmani bajarish va uni to'plash	Omborda yo'q tovarlarning xaridi uchun qo'shimcha faoliyat	Mol yetkazib berish
Konsolidatsiya	Transport nakladnoylarini tayyorlash	Ombori mavjud bo'lmagan tovarlar sotib olish	Ombordan yuk jo'natish
Buyurtmani omborga jo'natish	Qarzni to'lash, shikoyatni hal qilish. Buyurtmalarni omborlarda to'plash		

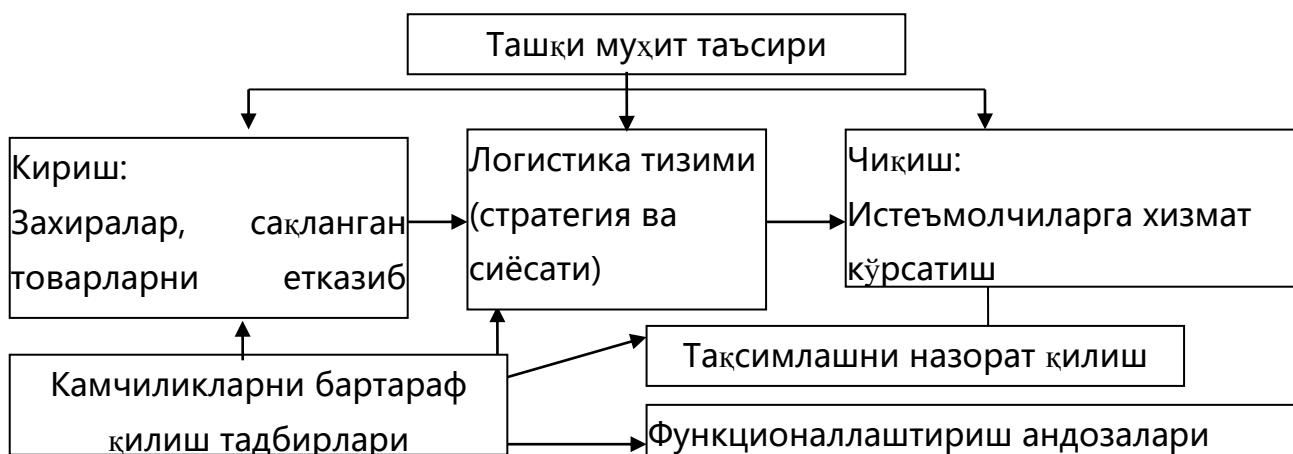


8-Chizma. Tovar va mollarning ishlab chiqarish kanallariga to'liq tarzda jo'natilishi

Mahsulotlarni ishlab chiqarish rejasiga muvofiq jo'natish. Chizmadan ko'rinib turibdiki, tovar ishlab chiqaruvchilar, asosan 2 turdagi iste'molchilarga: iste'molchilar va mahsulotlarni taklif qiluvchi vositachilarga duch keladilar.

Yakuniy mahsulot iste'molchilari, ma'lumki, kichik to'plamdagi yuqori sifatli mahsulotlarni sotib olishga intiladilar. Vositachilar esa katta to'plamdagi tovarlarni xarid qiladilar. Amaliyotda korxonalar mahsulot sotishining 1-yo'lidan ham, 2-yo'lidan ham foydalanadilar. Bunda iste'molchilarga yuk jo'natishning 3 asosiy turini ko'rish mumkin:

- 1) Zavod zaxiralaridan bevosita yuk jo'natish.
- 2) Ishlab chiqarish tarmog'idan bevosita yuk jo'natish.
- 3) Ombor orqali yuk jo'natish.



9-Chizma. Taqsimlash nazorati logistikasi funktsionallashtirish va samaradorlikni boshqarish vositasi sifatida bo'lishi

Yuk jo'natishning qaysi taktikasini tanlash sotilayotgan mahsulot hajmiga bog'liqdir. Agar tovarlar to'plami etarli darajada katta bo'lsa, u holda bevosita zavod zaxiralaridan yoki ishlab chiqarish tarmog'idan tovarlar jo'natiladi.

Taqsimlash nazorati logistikani funktsionallashtirish va samaradorligini boshqarish vositasi sifatida bo'lishi 9-chizmada ko'rsatilgan.

Qoida bo'yicha xomashyoni to'plash yirik hajmdagi ta'minotlar bilan ajratib olinadi. Faqatgina katta hajmdagi xomashyo va kerak bo'lmaydigan ishlab chiqarishlar bundan mustasnodir. Mahsulotlar tayyorlovchi sanoatda mahsulotlarni bevosita to'g'ri yetkazib berish afzal ko'riladi. Biroq, tayyor mahsulotlar kichik to'plamda iste'molchilarga jo'natilayotgan bo'lsa, u holda taqsimotni ombor orqali ajratib olish samaraliroq hisoblanadi.

Agar aniq iste'molchilar uchun yuklab jo'natilayotgan tovarni bevosita yetkazib berish eng qulay darajada bo'lmasa, u holda ombor orqali ta'minlash tizimi qo'llaniladi. Bu esa o'z navbatida taqsimlash bo'yicha xarajatlar kamayishi va xizmatni yaxshilashga olib keladi. Bunday omborlar iste'molchilarga bir qator xizmatlar ko'rsatadilar. Faoliyati mazmuniga ko'ra, ular zaxiralarni to'plovchi va iste'molchilarni muayyan darajadagi xizmatlar bilan ta'minlovchi taqsimot markazlariga aylanadilar.

Lekin taqsimot kanallariga mahsulotlarning jo'natilishi ularning iste'molchi tomonidan qabul qilib olinish vaqti bilan doimo ham tugamaydi. Mahsulotning bir qismi har xil sabablarga ko'ra qaytarilishi mumkin. Masalan, mahsulotlarning yomon ahvolda yetkazib berilishi natijada uning shikastlanishi, noto'g'ri tamg'alanishi, taqsimot uslubining mos kelmasligi yoki talabning o'zgarishi va boshqalar. Har qanday holda ham qaytarilgan mahsulotlarni qabul qilish va joylashtirish, ularni tuzatishga yuborish fizik taqsimot vazifasi hisoblanadi.

Mahsulotlarni qaytarish jarayoni miqyosi va ularning samaradorligi mahsulot va taqsimot kanallariga bog'liqdir. Qaytarilgan sanoat tovarlarini to'g'ri va qisqa taqsimlash kanallari orqali ajratib olish murakkab taqsimot kanallari orqali taqsimlanadigan mahsulotlarga qaraganda oson hal qilinadi.

Qaytarilgan tovarlar masalasida ularni ishlab chiqaruvchining omborlariga joylashtirish asosiy bosqich sanaladi. Qaytarilgan mahsulotlarni joylashtirish mexanizmining xizmati hisob-kitoblar, nakladnoylar to'lovi, mahsulotlarni ko'chirish, ta'mirlashni ta'minlovchi iste'molchi va ishlab chiqaruvchi o'rtasida bevosita aloqalarni o'rnatish bilan belgilanadi. Moddiy ta'minotning boshqaruvi fizik taqsimlashning o'ziga xos aksi hisoblanadi. Logistikaning mazkur vazifasi mahsulotning ishlab chiqaruvchiga jo'natilishiga yordam beradi.

Ishlab chiqaruvchining talablari buyurtmalarga o'tkaziladi. Xaridlar bo'yicha vakil firmaning asosiy parametrlari (narxlar, yetkazib berish sifati) bo'yicha talablarini qondiruvchi mol yetkazib beruvchilarni tanlaydi.

Shu sababli taqsimlanishning taktik nazorati tuziladi (10-chizma).



10-Chizma. Taqsimlashning yo`nalish nazorati

4.4. Korxonalarning tashkiliy tuzilmalari va u boshqaruv xizmatlarining o`zaro hamkorligi

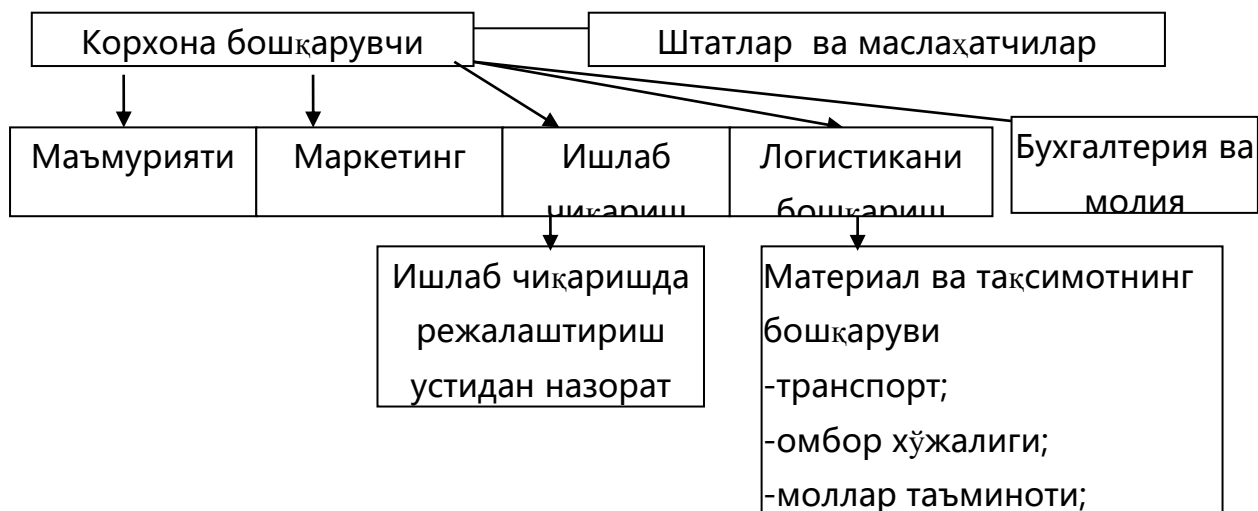
Logistika tizimi tomonidan boshqariladigan tashkiliy tizim quyidagi funktsiyalarni amalga oshiradi:

- a) tizimni shakllash va rivojlantirish;
b) korxonaning bozor siyosati bilan bogʻliq logistik tizim strategiyasi;
v) oʻzaro bogʻliq funktsiyalarni koordinatsiyalash va boshqarish;
g) har xil tarmoq korxonalari uchun logistikaning oʻziga xos xususiyatlari.
Logistikaning tashkiliy tizimi 11,12,13,14- chizmalarda koʻrsatilgan.

11-chizmada logistikani boshqarish yoki materialni boshqarish berilgan bo`lib, bunda logistika vitse-prezident yoki bosh boshqaruvchiga bo`ysunadi.

12-chizmada har xil mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarda logistikaning tashkiliy tuzilishi ko'rsatilgan. Bunda har bir mahsulot turi bo'yicha logistika funktsiyalari guruhlariga ajratilgan.

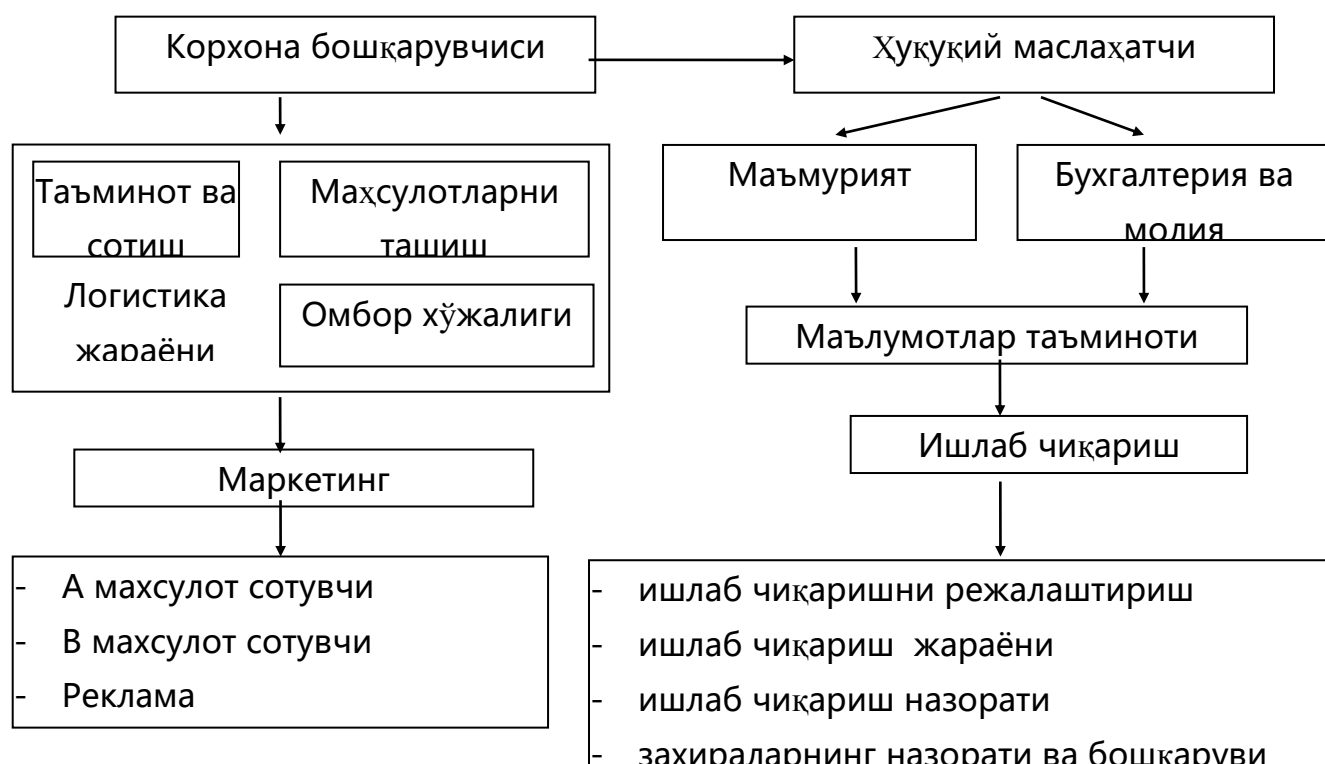
13-chizmada boshqarishning markazlashgan funktsiyasiga asoslangan korxonalarda logistikani boshqarishning tashkiliy tuzilishi berilgan. Logistikani boshqarishning bu shakli har xil mahsulotlar ishlab chiquvchi korxonalarga xos bo'lib, kompaniyalarda esa yuqori darajadagi markazlashtirilgan boshqaruv nazoratidir.



11- Chizma. Korxonada logistikani boshqarish



12- Chizma. Har xil mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarda logistik tizimning tashkiliy tuzilishi



13-Chizma. Boshqarishning markazlashgan funktsiyasiga asoslangan korxonalarda logistikani boshqarishning tashkiliy tuzilishi

Nazorat va mulohaza savollari

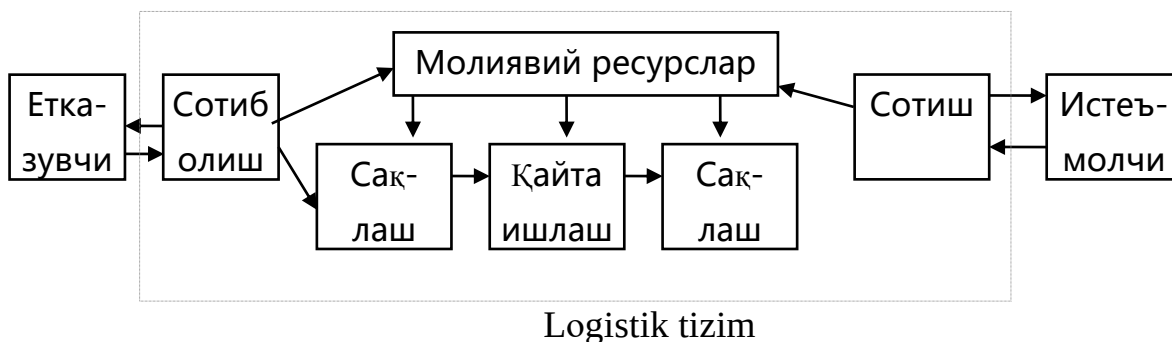
1. Logistikada taqsimlashning mohiyati va ahamiyati.
2. Logistik tizimda taqsimotning asosiy kanallari va vositalari.
3. Logistika korxonalari va xizmatlarining tashkiliy tuzilishi.
4. Logistikaning turli xil vazifaviy xizmatlari va boshqaruv sohasida o`zaro hamkorligi.

5-MAVZU. LOGISTIKADA STRATEGIYA VA REJALASHTIRISH

5.1. Strategik reja va uni tuzish tartibi

Logistika tizimi tushunchasi logistika fanining asosiy tushunchalaridan biri hisoblanadi. Tovar va moddiy oqimlar harakati yuqori malakali xizmatchilar tomonidan transport vositalari va turli uskunalar yordamida amalga oshiriladi. Logistika jarayoniga turli inshootlar, uskunalar biriktirilgan bo'ladi. Demak, logistikada tovar va moddiy boyliklar oqimi shu uskunalarining ishga qay darajada shay bo'lishi bilan bog'liq. Ma'lumki, tizim deb atalishi uchun bir necha element, ularning bir maqsadga qaratilganligi va ular orasida bog'lovchi munosabat bo'lishi kerak. Logistika tizimida yetkazuvchi va iste'molchi tizim elementi bo'lsa, ular orasidagi logistika munosabatlari ularni bir-biri bilan bog'laydi. Butun logistika tizimning tuzilishidan asosiy maqsad iste'molchi va yetkazuvchi ehtiyojlarini qondirishdir.

Yuqorida aytilganlardan tashqari yana shuni ham aytib o'tish lozimki, logistik tizim ham boshqa tizimlar kabi tashqi olam bilan munosabatda bo'ladi. Shunday qilib, logistika tizimi teskari aloqaga ega bo'lgan tizim, u yoki bu logistika vazifasini bajaruvchi moslashuvchan tizimdir. Odatda, logistika tizimlari quyi tizimlarga va tashqi muhit bilan uzviy aloqaga ega.



14 -Chizma. Logistika tizimi chegarasi

- material oqimi;
- moliyaviy resurslar oqimi;

Logistika strategiya korxona faoliyati strategiyasining ajralmas qismi sifatida qaralishi lozim.

Logistika tizimi strategiyasini ishlab chiqishda uning tarkibiga transport operatsiyalari va xarajatlar, quvvat, aloqa, buyurtmalarni qayta ishlash, zaxiralarni boshqarish nazorat va reja tizimlari hamda tizim tashkiliy tuzilmasi kiradi.

Logistika strategiyasini ishlab chiqishning andozaviy texnik usullaridan biri xarajat va xizmatlar orasidagi logistik muvozanatni tahlil etishdan iborat. Bundan tashqari yana bir element komplekslilik bo'lib, u o'z ichiga: ta'minot hamda zaxira manbalari soni; tovar hamda qadoqlash nomenklaturasi; buyurtma tushadigan manba va tovarlarni yuklash manzillari soni; mavsumiylik; ishlayotgan markazlar soni kabilarni oladi.

Xo'jalik strategik muammolarini hal etish logistik tizimning har bir funktsional sohasida faoliyat olib borayotgan mutaxassislar guruhi qarorlariga

asoslanadi. Logistika tizimi strategiyasini ishlab chiqish ikki bosqichda amalga oshiriladi: birinchi bosqichda, strategik maqsad aniqlanadi va xo'jalik rivojlanish yo'nalishi belgilab olinadi. Ushbu bosqichda quyidagi muammolar hal etilishi ko'zda tutiladi:

1) Bozor talabining o'zgarishi. Turli taqsimlash kanallaridan o'tayotgan tovarlar hajmida biror - bir kanal foydasiga siljishlar bo'lishini ko'rsatadi.

2) Logistikaga talabning ortishida. Taqsimlash kanallaridagi siljishlar logistikaga talabning ortishida aks etmogi lozim.

3) Tovarlarini Pareto tamoyili bo'yicha taqsimlash. Tovarlarining cheklangan hajmiga asosiy oqim to'g'ri keladi.

4) Zaxiralar hajmi va moslashuvchan ishlab chiqarish tizimi. Firmaning bozor talablariga moslashuvchan ishlab chiqarish tizimining tuzilishi va zaxiralar hajmi qulay bo'lishi lozim.

5) Faoliyatning ayrim turlariga e'tibor. Nafaqat oddiy yoki maxsus, balki faoliyatning o'ziga xos turlari bo'lgan: iste'mol yoki maxsus ishlab chiqarish tovarlarini tamg'alash va qadoqlash kabilarga ham e'tibor berish kerak.

6) Yetkazuvchilar logistika ko'rsatkichlarini oshirish. Ushbu bo'lim mahsulotlarni yetkazish tadbirlarini ishlab chiqish bilan bog'liq.

Birinchi bosqichda firma strategiyasi ishlab chiqiladi (uzoq muddatga mo'ljallangan tadbirlar). Ikkinchi bosqichni birinchi bosqichning davomi desak bo'ladi. Bunda strategiyani amalga oshirishga yordam beradigan taktikalar ishlab chiqiladi. Taktikaning strategiyadan farqi shundaki, u bozor sharoitlariga mos holda o'zgaruvchan va qisqa muddatga mo'ljallanadi. 2-bosqich 1-bosqichda ishlab chiqilgan strategik reja yo'nalishini ta'minlaydi. Ikkinchi bosqich quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- ishlab chiqarish quvvati. Logistika guruhi ishlab chiqarish hajmining kompyuter modellaridan, mahsulot assortimenti, bozorlar, mahsulotlar ishlab chiqarishni ta'minlash quvvatidan foydalanib, ishlab chiqarish quvvatini aniqlaydilar;

- taqsimlash milliy tizimlari (TMT) material resurslari o'zgarishlarining TMTning ishlab chiqarish quvvatiga ta'siri hisobga olinadi;

- ko'tarish - transport ishlari. Butun zanjir (yetkazuvchi -iste'molchi)ning hamma qismlari samarali ishlashini ko'tarish - transport tizimining yaxshi ishlashiga bog'liq;

- transport turlari. Transportning turli xillari izlanadi va ishlab chiqarish tizimi logistika talablarini qondirish usullari ko'rib chiqiladi;

- nazorat tizimlari. Faoliyat natijalarini hisoblash va nazorat qilish;

- yetkazuvchilar. Moliyaviy natijalar;

- umumxo'jalik rejasi.

Logistika strategiyasining korxonalar mahsulotlarini yetkazishda ahamiyati kattadir. Hozirda bozor munosabatlari sharoitida logistik tizim va uning strategiya va taktikasini to'g'ri amalga oshirish xizmatlar va tovarlarning iste'molchilarga sifatli holda yetib borishini ta'minlaydi. Shuningdek, to'g'ri tuzilgan strategiya bir qator muammolarni qisqartiradi va ombordagi zaxiralar qulayligini ta'minlaydi.

5.2. Logistika faoliyatining strategiya turlari

Korxona logistika tizimining strategik rejasini tuzayotganda, u ishlab chiqarish funktsional strategik rejasining ajralmas qismi bo'lishi lozim. Tuzilgan strategik reja ishlab chiqarish, marketing, tashkiliy bo'lim rejalarini o'zaro bog'lab, umumiy yaxlitlikni tashkil etishi lozim.

Logistika tizimi strategiyasini ishlab chiqarayotganda quyidagilarni nazarda tutish lozim:

- transport operatsiyalari - ulardagi uzilishlar;
- ishlab chiqarish quvvati;
- aloqa (iste'molchilar bilan o'rnatilgan aloqa);
- zaxiralar boshqaruvi;
- yuklash, ortish - tushirish ishlari;
- reja va nazorat tizimi;
- tashkiliy tizim.

Logistik strategik reja tuzish 2 bosqichdan iborat. Logistik strategik reja tuzilishining 1-bosqichida quyidagi savollar ko'rib chiqiladi:

- Ehtiyojlarning o'zgarishi;
- Logistika tizimi ehtiyojining ortishi;
- Mahsulot taqsimotining Pareto tamoyili;
- Zaxiralar hajmi va egiluvchan ishlab chiqarish tizimi;
- Alohida faoliyat turlariga e'tibor;
- Egiluvchanlik;
- Ta'minotchilar logistik ko'rsatkichlarining ortishi.

1-bosqichda barcha xo'jalik funktsional qismlari holati aniqlanadi va firma qiyinchiliklari ko'rib chiqiladi, ularni bartaraf qilish choralari ko'riladi.

2-bosqichda firmaning umumxo'jalik funktsional rejalarini ishlab chiqiladi va bular 1-bosqich strategik yo'nalishini tasdiqlashi lozim. Strategik yo'nalishga quyidagilar kiradi:

- Ishlab chiqarish quvvati;
- Milliy taqsimot tizimi;
- Yuklash, ortish - tushirish ishlari;
- Transport turlari;
- Nazorat tizimi;
- Ta'minotchilar;
- Umumxo'jalik rejalarini.

Logistik strategik reja tuzilishi ishlab chiqarishning rivojlanishi va raqobatchilarning raqobatda g'alaba qozonish imkonini yaratadi.

5.3. Moddiy oqimlarni bashorat qilish va strategik reja ko'rsatkichlarini hisoblash usullari

Har bir rejani tuzish, uning ko'rsatkichlarini hisoblash bilan bog'liq bo'ladi. Logistika strategik rejasi ko'rsatkichlarini hisoblash usullarini ko'rib chiqadigan bo'lsak, ular quyidagilardan iborat:

1. Kapital qo'yilma qaytimi yoki kapital qo'yilmaga olinadigan foyda.

$$KQ = \frac{\text{Foyda} \times 1\%}{\text{qo'yilgan kapital}} \times 100\%$$

Bu yerda KQ - kapital qo'yilma qaytishi.

2. Sarmoya hajmiga qarab, kapital qo'yish foydaga qo'shimcha ravishda foyda olish imkonini yaratadi.

Logistika tizimi sarmoya loyihalari bir necha usullar bilan baholanadi. Lekin logistik tizimda har xil tahlil uchun bir xil, ya'ni toza foyda va undan qoladigan qo'shimcha daromad hisoblanadi. Logistika tizimi samaradorligini oshirish uchun qo'yiladigan sarmoya loyihalari chuqur tahlil qilingan bo'lishi lozim, u loyiha nima? Loyihaga sarflanadigan xarajat va foyda miqdori qancha? Firma rivoji va taraqqiy etishiga ushbu loyiha ta'siri qanday? Loyiha ta'sirida firmaning tashkiliy tuzilishi qanday o'zgaradi kabi savollarga javob berish lozim.

Sarmoyaviy loyihaga baho berishning bir necha usullari bor va ular quyidagilar:

1. O'z-o'zini qoplash usuli eng oson va eng sodda hisoblash usuli bo'lib, logistika tizimiga qo'yilgan sarmoyani qoplash (Skon) muddati aniqlanadi. Bunda sarmoya summasini daromadga bo'lib, necha yilda sarmoya loyihasi qoplanishi aniqlanadi. Buni quyidagi misolda ko'rib chiqamiz:

Skon - sarmoyani qoplash muddati;

Boshlang'ich sarmoya kapitali (summasi) - 50000 \$ - Bs;

yillik foyda bashorati - 45000 dollar - Fb;

yillik xarajat bashorati - 35000 dollar - Xb;

yillik qo'yilma bashorati - 5000 dollar - Vk.

Bs 100 ming.

Skon. = $\frac{Bs}{Fb - Xb}$ = $\frac{50000}{45000 - 35000}$ = 10 yil

Fb - Xb 45000 - 35000

Bu usul juda qulay bo'lib, ushbu qulaylik kamchiliklarni ham keltirib chiqaradi: bu formulada ko'rsatkichlar shunday olinadiki, 1 yildagi ko'rsatkichlar keyingi yilga mos kelmasligi mumkin.

2. O'rtacha qoplash usuli (Ukon.), bu usulga amortizatsiya va kapital qo'yilmasi kiritilgan. Bu usulning ham o'ziga yarasha afzallik va kamchiliklari mavjud. Bu usulda hisoblash qulay, lekin bunda ham 1000 dollar 5 yildan keyin ham 1000 dollar qilib olingan. Bu usulni quyidagi misolda ko'ramiz:

Sarmoya hajmi - S - 80000 dollar - K;

yillik daromad bashorati - 60000 dollar - Db;

yillik xarajatlari bashorati - 48000 dollar - Xb;

amortizatsiya - 8000 dollar - A;

yillik qo'yilma bashorati - 2000 dollar - Qb;

qo'yilma qoplanish muddati - 10 yil - Skon;

foydalilik - F.

Kb 2

P = $\frac{Kb}{A}$ = $\frac{2}{8}$ x 100 = 25 %

A 8

O'rtacha o'z - o'zini qoplash 10 yil ichida 8000 ming dollarni tashkil etdi.

$$U_{kon} = \frac{S}{Skon.} = \frac{80}{10} = 8 \text{ ming dollar}$$

3. Diskontirovkali usulning bir necha turlari mavjud. Ular quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$R = \frac{S}{(1 + Ch)^p} \quad R = \frac{S}{(1 + Ch)^n}$$

Bu yerda : R - diskontirovka narxi, S - yil oxirida olinadigan mablag`, ch - % miqdori, p- yillar soni.

Buni quyidagi misolda ko`rishimiz mumkin: Agar korxona sarmoyadan 10% foyda ko`radigan bo`lsa, 200 ming dollardan birinchi yil 220 dollar, 2-yil 242 dollar bo`ladi. Lekin diskontirovkani hisobga olganda, 2 yil ichida bu summa 1652 dollarni tashkil etdi.

$$R = \frac{S}{(1 + ch)^p} = \frac{200}{(1 + 0,1)^1} = 165,2 \text{ dollar}$$

Balans:

Boshlang`ich xarajatlar	- 165,2
10% birinchi yil uchun	- 16,5
1 yil uchun balans	- 181818
10% ikkinchi yil uchun	- 18,1
2 yil uchun balans	- 200.000

Sof diskontirovka bahosi - diskontirovkalarning umumiy balansi bo`lib, u eng kam diskont darajasida tuziladi.

Logistika loyihasini tuzishda inflyatsiyani ham nazarda tutish lozim. Bundan quyidagi formula kelib chiqadi:

$$R = \frac{S}{(1 + ch + F)^{4\%p}} \quad R = \frac{S}{(1 + ch + F)^{x p}};$$

Bu yerda: R - kelajak mablag`larining diskont bahosi,
S - yilning oxirida olinadigan summa, ch - % miqdori
F - inflyatsiya darajasi, p - yillar soni

Misol: Ch = 10%; F = 15 % ; S = 200.

4 yildan keyin 200 dollarning diskont bahosi qanday bo`ladi.

$$R = \frac{200}{(1 + 0,1 + 0,15)^4} = 81,296 \text{ dollar}$$

Nazorat va mulohaza savollari

1. Strategiya va uni logistikada amalga oshirish.
2. Logistika tizimida strategiya va taktika qanday tuziladi?
3. Logistika faoliyatida strategiyaning turlari.

6-MAVZU. LOGISTIKADA TRANSPORT NUQTAI NAZARLARI

6.1. Transport vositalarining turlari va ularning moddiy texnika bazasi

Transport odamlar va yuklarni tashishda bo'ladigan moddiy ishlab chiqarish tarmog'idir. Ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilmasi moddiy xizmatlar ishlab chiqarishga kiradi. Ijtimoiy ishlab chiqarishda transportning o'zni 15-chizmada ko'rsatilgan.



15-Chizma. Ijtimoiy ishlab chiqarishda transportning o'zni

Moddiy oqimning birinchi xomashyo manбайдan oxiri iste'molchigacha harakatdagi logistika tadbirlarining muhim qismi turli transport vositalaridan foydalanish orqali amalga oshiriladi. Bu tadbirlarni bajarishga ketgan xarajatlarda logistikaga ketgan umumiy xarajatlarning 50 % ini tashkil etadi. Bajargan ishga qarab, transport ikki asosiy guruhga bo'linadi:

1. Ommaviy foydalaniladigan transport, xalq xo'jaligining asosiy tarmog'i bo'lib, yuk va yo'lovchi tashishda aholiga va xalq xo'jaligining barcha tarmoqlari ehtiyojini qondirishga xizmat qiladi. Bu transport aholiga ham aloqa yo'li tizimida xizmat qiladi. Uni ko'pincha magistral (qandaydir tizimdagi asosiy bosh chiziq, bu yerda aloqa yo'llari tizimi) deb ataladi. Ommaviy foydalaniladigan transport tushunchasi o'z ichiga temir yo'l transporti, suv transporti (dengiz va daryo), avtomobil transporti, havo transporti va quvur transportini oladi.

2. Noommaviy foydalaniladigan transport - ishlab chiqarish ichidagi transport hamda notransport korxonalariga tegishli bo'lgan transport vositalarining barcha shakllari. Transportning noommaviy turidan foydalangan holda yuklar tashishni tashkil qilish ishlab chiqarish logistikasining predmetidir. Tovar harakatida kanallarni tanlash masalasi logistika doirasida echiladi.

Transport logistikasining predmeti ommaviy vazifadagi transport yuk ta'minotini tashkil qilish bilan bog'liq bo'lgan kompleks masalalar hisoblanadi.

Transport logistikasining vazifalari:

-transport tizimlarini, jumladan transport koridorlari va transport zanjirlarini tashkil etish:

- transport jarayonlarining turli xil transport birligini rejalashtirish (aralash ta'minlash holatida);

- transport - ombor jarayonlarining texnologik birligini ta'minlash;

- transport jarayonini ombor va ishlab chiqarish bilan rejalashtirish;

- transport vositasi turini tanlash;

- transport vositasini tekin ta'minlash;

- yetkazishning to'g'ri marketurasini aniqlash.

6.2. Transport turlarining moddiy - texnik bazasi

Transport turini tanlash masalasi logistika zaxiralarining qulay darajasini tashkil qilish va ushlab turish, qadoqlash va o'rash turini tanlash va boshqa shu kabi masalalar bilan bog'liq holda echiladi.

Muayyan bir mahsulotni tashish uchun transport turini tanlashda har xil transport turlarining xarakterli xususiyati haqidagi axborot asos bo'lib xizmat qiladi. Logistika nuqtai nazaridan avtomobil, temir yo'l, suv, havo transportining kamchilik va afzalliklarini ko'rib chiqamiz.

1. Avtomobil transporti. Asosiy funktsiyalaridan biri yuqori tezlikda yurish.

Avtomobil transporti yordamida yukni kerakli muddatda yetkazib berish mumkin. Transportning bu turi yetkazishning muntazamligini ta'minlaydi. Bu yerda boshqa turlariga nisbatan qadoqlanishiga kamroq talablar qo'yiladi.

Avtomobil transportining kamchiligiga tashishga nisbatan yuqori tannarxi, ya'ni odatda avtomobilning yuk ko'tarish qobiliyati (eng ko'p miqdor) bo'yicha olinadigan to'lov kiradi. Bu transport turining boshqa kamchiliklariga yuk tushirish va tashish, yukni yo'qotish imkoniyati va avtotransportning yo'lda buzilish imkoniyati borligi, nisbatan yuk ko'tarilish quvvatining pastligi kiradi.

2. Temir yo'l transporti. Transportning bu turi turli ob-havo sharoitlarida yuklarning turli to'plamlarini tashishga yaxshi moslashgan. Temir yo'l transporti yuklarni uzoq masofalarga tashish va tashishning muntazamligi imkoniyatini beradi. Bu yerda yuklash, tushirish ishlari foydali natijani tashkil qilishi mumkin.

Temir yo'l transportining afzalligi yuklarni tashish tannarxining nisbatan pastligi.

3. Suv transporti. Dengiz transportining kamchiliklariga tezlik pastligi, yuklarning qadoqlanishi, o'ralishi va mustahkamlanishiga qattiq talablar qo'yilishi, jo'natish chastotasi pastligi kiradi.

Ichki suv transporti. Yuk tariflari past. O'zoqroq masofaga tashishda bu transport turi eng arzon hisoblanadi.

Ichki suv transportining kamchiliklariga yetkazib berishning tezligi past bo'lishi kiradi.

4. Havo transporti. Asosiy afzalliklari: tezligi, alohida rayonlarga yetkazish imkoniyati. Kamchiliklariga yuk ta'riflarining yuqoriligi va meteo sharoitlar kiradi (yetkazib berish jadvaliga rioya qilish imkoniyatini tushiradigan meteo sharoitlar).

Transport turini tanlashda ta'sir ko'rsatuvchi asosiy omil farqlanadi (3-jadval)

Transport turini tanlashga ta'sir qiladigan omillar bo'yicha turli transportlar bahosi						
Transport turi	Transport turini tanlashga ta'sir qiluvchi omil					
	Yetkazib berish muddati	Yuk jo'natish chastotasi	Yetkazib berish jadvaliga rioya qilish ishonchiligi	Turli xil yuklarni tashish qobiliyati	Hududning istalgan nuqtasiga yukni yetkazish qobiliyati	Tashish qiymati
Temir yo'l	3	4	3	2	2	3
Suv	4	5	4	1	4	1
Avtomobil	5	1	1	5	5	2
Quvur	5	1	1	5	5	2
Havo	1	3	5	4	3	5

Avtomobil transporti

U yuklar va yo'lovchilarni relssiz yo'llarda tashuvchi transport turiga kiradi. Ular asosan quyidagi vazifalarni bajaradi:

1. Yuklarni magistral transporti (paroxod, samolyot poezd va h.k.) ga tushirish va olib borish.
2. Sanoat va qishloq xo'jaligi yuklarini qisqa vaqt ichida tashish.
3. Yuklarni qurilish va savdo uchun tashish.
4. Uzoq masofalarga avtomobil transportida tez buziladigan, qimmatbaho, tez olib borilishi kerak bo'lgan transportning boshqa turlari bilan tashish, tushirish, ortish qiyin bo'lgan yuklarni tashish.

Hozirgi davrda iqtisodiyotning biror-bir sohasi o'z vazifalarini avtomobil transportisiz bajara olmaydi.

Avtomobil transportiga bo'lgan mehnat va pul sarfi boshqa transport turlaridan ko'proq bo'lsa ham iqtisodiyotning hamma bosqichlarida keng yoyilgan. Avtomobil transportida yuklarni tashish samaralidir. Ayniqsa, yuklarni «eshikdan eshikkacha» tashishda, yuklarni ortish va tushirishga sarflangan xarajatlar yuklarning yo'ldagi vaqtlarini qisqartiradi.

O'zbekiston Respublikasi xalq xo'jaligining barcha tarmoqlari va mamlakat aholisi ehtiyojlarini qondirish darajasida rivojlangan avtomobil transportiga ega. Respublika yuk mashinalari, jumladan, Do'stlik shahar avtomobil zavodida «Mercedes - Bents» so'drovchilar vazifasiga ko'ra ixtisoslashtirilgan (o't o'chirish, un, paxta, qurilish materiallari tashish, sanitariya va boshqa) avtomobillar bor.

Respublikada xalq xo'jaligining sanoat, qishloq xo'jaligi qurilish, suv xo'jaligi, aloqa, savdo, sog'liqni saqlash, kommunal xo'jaligi, madaniyat, mudofaa va boshqa tarmoqlarda ixtisoslashtirilgan yirik avtotransport korxonalari mavjud.

1999 yilda Respublikada umumiy foydalaniladigan avtomobillar, ya'ni yo'lovchi tashishga mo'ljallangan 14,1 ming avtobus va 4,3 mingdan ortiq engil mashinalari ishladi. Respublika bo'yicha 2892 avtobus marshrutlarida (593 ta shahar, 1768 ta shahar atrofi, 532 ta shaharlararo) avtobuslar qatnadi. Har kuni 5000 ga yaqin avtobus qatnaydi. 1998 yili avtobuslarda 1879,6 mln. yo'lovchi tashildi.

Umumiy foydalaniladigan yuk va yo'lovchilar tashuvchi avtomobil transportining yirik korxonalari O'zavtotransport davlat hissadorlik korporatsiyasi tarkibiga kiradi. Korporatsiya 1993 yil yanvarda tashkil etilgan. Korporatsiya tarkibiga hissadorlik jamiyatlariga aylantirilgan yo'lovchi tashishni amalga oshiradigan 99 ta, yuk tashish bilan shug'ullanadigan 99 ta va aralash 67 ta avtokorxonalar bor. Bu avtokorxonalarda 14 mingdan ortiq avtobus, 24,6 ming yuk avtomobili (10 mingga yaqini o'zi ag'daruvchi mashinalar) bo'lib, ularda 1999 yili 220,6 mln. tonnaga yaqin yuk tashildi (jami transport turlarida tashilgan umumiy yuk hajmining 24,7%i avtomobil transportida tashilgan).

Korporatsiyaning «O'ztashishtrans» savdo transport birlashmasi va «O'zbekavtotur» firmasi xalqaro yuk tashish va yo'lovchilar qatnoviga xizmat ko'rsatadi. 1999 yil Avstriya, Germaniya, Eron, Xitoy, Turkiya va boshqa mamlakatlarga 16 ming tonna yuk yetkazib berildi. Keyingi yillarda korporatsiya aholiga avtotransport xizmati ko'rsatishi rivojlanmoqda (1999 y da 2000 mingdan ortiq avtomobil turida xizmat ko'rsatildi). Shaharlararo yuk tashishni «O'zavtotrans» ishlab chiqarish birlashmasi korxonalari «O'zavtotranstexnika» (IIB), «O'zavtotrans» kontserni konstruktorlik - texnologiya byurosi hissadorlikabatlar ularni bir - bir

Tarmoq korxonalari uchun muhandis - texnik xodimlar 12 mutaxassislik bo'yicha Toshkent avtomobil va yo'llar institutida, Qo'qon, Buxoro, Urganch, Toshkent avtomobil va yo'llar kollejlari tayyorlanadi. «O'zavtotrans» korporatsiyasi huzurida 15 ta avtomobil o'quv kombinati va ularning 100 ta filiali ishlaydi. Avtomobil transporti tizimida O'zbekiston hissadorlik sug'urta kompaniyasi yo'lovchilarni sug'urta qilish ishlari bilan shug'ullanadi.

2.Temir yo'l transporti

Xalq xo'jaligida temir yo'l transportining yo'lovchilar hamda yuk tashishda salmog'i katta. Respublika temir yo'l transporti MDH doirasidagi qo'shni davlatlar bilan iqtisodiy aloqalarni amalga oshirishda muhim o'rinda turadi. 1999 yilda respublikada xalq xo'jaligiga tegishli umumiy uzunligi 6,6 ming km, shu jumladan, umumiy foydalaniladigan qismining uzunligi 25 ming km, asosan sanoat korxonalariiga tortilgan temir yo'l uzunligi 3,1 ming km ni tashkil etadi. 1994 yil noyabrda O'zbekiston Respublikasida joylashgan temir yo'l korxonalari va bo'linmalari, loyiha - konstruktorlik va boshqa tashkilotlari va muassasalari negizida «O'zbekiston temir yo'llari» davlat hissadorlik kompaniyasi tashkil etildi. O'zbekiston Respublikasi mamlakat mustaqilligi va iqtisodiyoti uchun ulkan ahamiyatga ega bo'lgan Xitoy, Koreya, Yaponiya, Eron, Turkiya va G'arbiy Evropaning janubi bilan tutashtiradigan «TransOsiyo» magistrali (Istanbul - Toshkent -Olma ota - Pekin) qurilishida ishtirok etmoqda.

«O'zbekiston temir yo'llari» 50 mingdan ortiq turli yuk vagoni va Germaniyada tayyorlangan refrijiratorlari, 1450 yo'lovchilar tashiladigan vagonga ega. Kompaniyaning temir yo'ldan foydalanishiga mas'ul bo'lgan Toshkent, Farg'ona, Buxoro, Orol bo'yi, Qarshi bo'limlari bor. 1999 yil umumiy foydalaniladigan temir yo'l transportida 46,2 mln.t yuk tashildi. 20 tonnali konteynerlar bilan yuk tashish respublikadagi 11 ta stantsiyada amalga oshirildi.

Tashiladigan yuklarning asosiy qismini qurilish materiallari, bulardan 21 % taxta, 3% neft va neft mahsulotlari, 35 % g'alla, tsement, kimyoviy mahsulotlar va

mineral o'g'itlar, ko'mir, sabzavot va boshqa xalq xo'jaligi yuklari tashkil etadi. 1999 yil temir yo'l transportida 14,4 mln. yo'lovchi tashildi. Yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishda, ayniqsa, shaharlar atrofidagi qatnovda elektropoezdlardan tobora kengroq foydalanilmoqda.

O'zbekistonning yagona temir yo'l tarmog'ini vujudga keltirish bo'yicha Navoiy-Nukus yo'nalishlarida temir yo'lni qayta qurish va elektrlashtirish boshlandi. Urganch-Beruniy elektrlashtirilgan yangi temir yo'l qurilishi bu hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda katta ahamiyatga ega.

Respublikada poezdlar harakatini boshqarish yagona dispetcherlik markazi mavjud bo'lgan Toshkentda amalga oshiriladi. Poezdlar harakatini boshqarish tizimlarida avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatadigan yuqori quvvatli axborot hisoblash markazi ishlab turibdi.

Yo'lovchi tashuvchi eng yuqori tezligi 100 km/soatni, yuk tashuvchi poezdlarning tezligi 80 km/soatni, stantsiyalararo yo'llarda yo'lovchilar tashuvchi poezdlar 60 km/soat, yuk tashuvchi poezdlari 35 km/soat tezlikda harakat qiladi. «O'zbekiston temir yo'l» kompaniyasining lokomotiv parki yangi turdagi teplovozlar, elektorovozlar, elektropoezdlardan tashkil topgan. Yo'lovchilar tashiladigan va yuk vagonlarini ta'mirlash, temir - beton shpallar tayyorlanadi. Toshkent, Xovos, Qo'qon, Andijon lokomotivlarini ta'mirlash o'zlashtirilgan. «O'ztemiryo'lta'mirlash» ishlab chiqarish birlashmasining bosh korxonasi Toshkent teplovozlarning zavod ta'miri hamda yo'lovchilar tashiladigan vagonlarning qayta ta'mirlanishi, Paxtaobod zavodida yopiq vagonlar, platformalar va yarim vagonlarni ta'mirlash amalga oshiriladi.

3. Havo yo'l transporti

O'zbekiston jahondagi ko'p mamlakatlarning poytaxtlari, yirik shaharlar sanoat markazalari bilan havo yo'llari orqali bog'langan. Respublika mustaqillikka erishgandan so'ng, 1992 yili yanvardan sobiq Ittifoq tasarrufida bo'lgan O'zbekiston fuqaro aviatsiyasi boshqarmasi, fuqaro aviatsiyasining 243 ta'mirlash zavodi, «Aviaqurilish» birlashmasiga qarashli «Aviamahsusmontajsozlik» negizida «O'zbekiston havo yo'llari» milliy aviakompaniyasi tashkil etildi. Respublikaning, ayniqsa, xorijiy mamlakatlar bilan tashqi iqtisodiy, turistik aloqalarini yo'lga qo'yishda mamlakatning o'z transporti muhim rol o'ynayapti. «O'zbekiston havo yo'llari»ning bir qancha Osiyo va Evropa, Amerika mamlakatlarida vakolatxonalari ochildi. 1993-1999 yillarda 19 ta yangi xalqaro marshrutlarda samolyotlar qatnovi yo'lga qo'yildi. 1991-99 yillarda xalqaro marshrutlarda tashilgan yo'lovchi soni 30 mingdan 245 mingga etdi. «O'zbekiston havo yo'llari» milliy aviakompaniyasi Germaniya, Frantsiya, Rossiya firmalari bilan turli sohalarida hamkorlik qilmoqda. 1993 yilda shunday hamkorlik natijasida Evropaning yirik «Eirbas industri» kontsernidan «O'zbekiston havo yo'llari» milliy aviakompaniyasi sotib olgan Eirbas A-310-300 aerobuslari xalqaro marshrutlari yo'lovchilarga xizmat ko'rsata boshladi. «O'zbekiston havo yo'llari» milliy aviakompaniyasi quyidagi havo kemalariga ega: qishloq xo'jaligi ishlariga mo'ljallangan AN-2, milliy havo yo'llarda qatnaydigan AN-24, YaK-40 xalqaro toifadagi IL-86, TU-154, A-310, V-767 kabi samolyotlar, vertolyotlar parkida MI-2, MI-8, KA-26 kabi mashinalar bor.

Viloyat markazida aeroportlar TU-154, Samarqand, Namangan, Urganch, Termiz aeroportlari IL-62, IL-72, Nukus aeroporti IL-86, A-310 aerobuslarini qabul

qilishga qodir. Toshkent, Samarqand, Termiz aeroportlari xalqaro maqomga ega. Respublika hukumati qaroriga ko`ra Uchquduqda jahondagi eng ilg`or andozalarga mos keladigan katta yangi aeroport qurishga tayyorgarlik boshlangan.

Respublika aviatsiya transporti uchun uchuvchilar, texnika xizmati tarkibi, yerdagi xizmat xodimlari milliy aviakompaniyaning uchish - o`quv texnika markazida va Toshkent aviatsiya institutida tayyorlanadi.

4. Suv transporti

Suv transporti deb, suv orqali yuklarni yoki yo`lovchilarni tashuvchi transportga aytiladi. Tashish tabiiy (daryo, dengiz, ko`llar, okeanlar) orqali va sun`iy (kanal, suv omborlari va h.k.) yo`li bilan amalga oshiriladi.

Suv transporti 2 ga bo`linadi:

1. Dengiz orqali
2. Ichki suvlar orqali.

Daryo transporti. Yuk va yo`lovchilarni asosan ichki suv yo`llari orqali tashuvchi transport turiga kiradi. Daryo transporti quyidagilarga bo`linadi:

1. Magistral daryo yo`llari yoki xalqaro davlatlar o`rtasidagi tashqi savdoni amalga oshirishga xizmat qilish. Dunay, Oder, Reyn, Amur.

2. Rayonlararo. Davlat ichidagi yirik rayonlararo tashish Volga, Missisipi, Amudaryo.

3. Mahalliy, ya`ni rayonlararo yuklarni tashishni amalga oshirish.

Daryo transporti bir necha davlatlarda mavsumiy ish ko`rsatishiga qaramay, transportning boshqa turlariga qaraganda ancha samaraliroqdir. Masalan, katta daryolarda kemachilikni tashkil qilishning birinchi bosqichidagi xarajatlar temir yo`lni tashkil qilishdagi xarajatlardan 8-10 marta arzon. Magistral daryolarda yuklarni tashish temir yo`l narxlaridan 55 %, avtotransportdan 3-5 barobar arzon bo`ladi.

1999 yilga kelib, O`zbekistonda suv yo`llarining umumiy uzunligi 2800km ga etdi. Amudaryo, Panjdan Mo`ynoqqa qadar paroxodlar qatnovi amalga oshirildi.

Daryo suvining kamayishi va Orol dengizining qurib borishi natijasida suv yo`llari keskin qisqardi, ammo shunga qaramay, 1999 yili daryo transportida 1420 ming t yuk tashildi. O`rta Osiyo paroxodchiligi Turkmaniston, O`zbekiston, Tojikiston o`rtasida taqsimlandi. 1994 yili may oyida O`zbekiston Respublikasida joylashgan daryo floti bo`linmalarini boshqarish tartibi qayta tashkil etildi. O`rta Osiyo paroxodchiligi O`zbekistondagi bo`linmalari negizida «Termiz daryo porti», «Qoraqalpog`iston daryo floti» ishlab chiqarish birlashmalari tashkil etildi. «O`zavtotrans» korporatsiyasi huzurida daryo floti ishini muvofiqlashtirish bo`yicha boshqarma tuzildi. Respublikada Termiz daryo porti, Shorlovuq, To`rtko`l, Beruniy, Qoratog`, Xo`jayli bandargohlari, Amudaryo orqali To`rtko`l-Xonqa, Chalish-Beruniy suzma ko`priklari, Xo`jayli kema ta`mirlash zavodi ishlab turibdi. Termiz porti 2,5 mln. t yuk qabul qilish, jo`natish quvvatiga ega. Afg`onistonning Xayraton bandargohi orqali eksport-import yuklari yetkazib berishda xalqaro, shuningdek birjalar, zemlesoslar, suzuvchi port kranlari va boshqa yordamchi kemalar, texnika vositalari bor. Respublika suv yo`llarining umumiy uzunligi 1000 km ga yaqin. Xalq xo`jaligi yuklari asosan Termiz-Xayraton, Shorlovuq-To`rtko`l, Xo`jayli-To`rtko`l, Xo`jayli-Beruniy, Qoratog`-Taxiatosh yo`nalishlarida tashiladi. 1999 yil daryo

flotida 132,7 ming t yuk tashildi. O'zbekistonning port va bandargohlari temir yo'llari bilan bog'langan. Daryo floti uchun mutaxassislar Chorjuy daryo texnikumi va Odessa floti injenerlari institutida tayyorlanadi.

6.3. Mahsulotlarni yetkazib berish tizimini boshqarish

Logistikaning rivojlanishi transport siyosatiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Firmalar xo'jalik faoliyatida ishlab chiqarish va transport ishlarining sinxronizatsiyasini ta'minlash Konban (aniq muddatga) tizimlarida keng qo'llaniladi. Uni transportda qo'llashning mohiyati shundaki, agar asosiy ishlab chiqarishda qat'iy jadval bo'yicha texnologiya, ya'ni mavjud materiallar, xomashyo, yarim fabrikat va komplektlash buyumlari zaxiralari hajmi haqidagi axborotlar qo'llansa, unda logistika tashkilotlari mos ravishda qisqa oraliqlarda (Konban tizimi) va qat'iy belgilangan vaqtda (aniq muddatda) amalga oshiriladi. Bu texnologiya bo'yicha yuklarning hajmi va berilishi aniq vaqtda bo'ladi. Masalan, avtomobil yig'ish zavodining asosiy konveyeridan avtomobil omborga emas, balki vagonga tushadi va ayni vaqtda EHM tomonidan boshqariladigan yuklash qurilmasi, avtomashinalarning navbatdagi to'dasini yuklash uchun keyingi vagonni qo'yadi. Bu texnologiya qimmat turadigan ombor xo'jaligisiz ishlashga imkon beradi va kapital aylanishini tezlashtiradi. Natijada materiallar zaxirasi normativi qisqaradi. Masalan, Yaponiyada ularga 2 va 5 sutkalik ehtiyoj bo'lsa, (Nissan) avtomobil yig'ish zavodida komplektlash buyumlari zaxirasi faqat 2 soatga mo'ljallangan (aniq muddatga) tizimida ishlashga o'tishi tovarlar realizatsiyasiga ketadigan vaqtni 2 marta qisqartiradi. 70-80 yillardan boshlab, transport va ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish organik birikib, yagona ishlab chiqarish transport-taqsimot tizimiga aylandi. Transportga katta tizim, ya'ni logistik zanjirning tarkibiy qismi, deb yangicha yondashish, uni har xil sohalarga qo'yib chiqish ehtiyojini keltirib chiqardi. Bunda transport material texnik ta'minot tizimida ishlab chiqaruvchidan tortib, so'nggi iste'mol qiluvchigacha bo'lgan oraliqda qaraladi.

Avtomobil transportini erkinlashtirish va aniq muddat tizimi uning faoliyat doirasi kengayishiga olib keldi. Avtomobil transportida odatda qisqa va o'rtacha uzoqlikda tashiladigan bo'lsa, AQSh da 1600 km gacha bo'lgan masofada komplektlash buyumlari va tayyor mahsulot tashishda undan foydalanilmoqda. G'arbiy Evropa mamlakatlarida ham nafaqat ichki, balki xalqaro miqyosda avtomobil transporti salmog'i ko'tarildi. Aniq muddat tizimida temir yo'l transporti avtomobil transportiga nisbatan unchalik qo'l kelmaydi. 80-yillarning oxiriga kelib, AQSh da bu logistika tizimida ishlovchi ishlab chiqarish firmalarining 49%, temir yo'l xizmatidan foydalanish darajasini tushirdi. Bir qancha firmalar ular xizmati darajasini saqladi va faqat 2% firmalar undan foydalanishni ko'paytirdi. Lekin, bu yangi tizimda temir yo'l transportidan foydalanish kamayishi kerak, degani emas. Temir yo'l transportining konteyner va poezdlarning harakati tezligi juda ham foydali. Temir yo'l transportida yuk yetkazishni tezlashtirish maqsadida konteyner ta'minotini kengaytirish mumkin.

Logistik zanjirda ichki suv transportining qo'llanishi ma'lum darajada ko'pchilik davlatlarda mas'uliyatliligi bilan cheklangandir. Lekin ichki suv yo'llari avtomobil yo'llariga nisbatan muqobil transport sifatida foydalaniladi. Aniq muddat

tizimini qo'llash natijasida suv transportida yuk yetkazish tezligini oshirish zarur bo'lgan paytda qo'llash kengaydi.

Jahon xo'jaligi amaliyotida logistik kontseptsiiyaning tebranishi ma'lum darajada dengiz va havo transportida qit'alararo yuk tashish hajmining ortishiga olib keldi. Aviatsiya orqali yuk tashishlar ichki muloqotlarda ham ko'payib bormoqda. Masalan, aniq muddat tizimida ishlovchi firmalarning faoliyatida havo transportiga bo'lgan talab 29% ga o'sdi, faqat 5% firmalar uning xizmatini tatbiq etmadilar.

«Qat'iy grafik» tizimi bo'yicha ishlaydigan logistik tizim tovar va materiallarni sotish, ular bilan ta'minlash ishlarida yuqori samaraga erishgan, chunki yuklarni yig'ish va taqsimlash bilan shug'ullanadigan yangi xizmat turini ishlab chiqqan. Natijada o'tkazilayotgan operatsiyalarga kamroq mablag' sarflanadi va xizmat ko'rsatishning yuqori sifati ta'minlanadi.

Mahsulot yetkazib berishda, asosan avtotranslarning marshrut bo'yicha harakat qilishi tushuniladi. Mahsulotni avtomobil transporti bilan yetkazib berishda, asosan yetkazib berishning kam xarajatligi va avtomobil harakatining mehnat unumdorligini kamayishini tashkil qilish ko'zda tutiladi. Avtomobil transportida mahsulotlarni yetkazib berish quyidagi 2 usulda amalga oshiriladi:

- a) tebranish usulida;
- b) halqa usulida.

Mayatnik usuli asosan 2 ta yuk tashish punktini o'zaro bog'laydi va bu jarayon takrorlanadi.

Halqa usulida esa avtomobilni bir necha ishlab chiquvchi va iste'molchi bog'laydi.

6.4. Avtotransport harakatlanuvchi tarkibining xizmatlari

Transport turini tanlash masalasi logistika zaxiralarining eng qulay darajasini tashkil qilish va ushlab turish, qadoqlash va o'rash turini tanlash va boshqa shu kabi masalalar bilan bog'liq holda echiladi.

Muayyan bir mahsulotni tashish uchun transport turini tanlashda har xil transport turlarining xarakterli xususiyati haqidagi axborot asos bo'lib xizmat qiladi.

Ishlab chiqarish va mahsulotlarni iste'mol qiluvchilar uchun xarakterli bo'lgan logistikaning asosiy holati (iste'molchining ustunligi, servisning yuqori darajasi, bajarish vaqtining qisqarishi va boshqalar) transport tarmog'idagi korxonalarga bog'liq transport xizmatlari bozorining raqobat mavjud bo'lgan sharoitda, farqli tomoni shundaki, transport tarmog'idagi korxonalar bu masalani kompleks qaror qabul qilish yo'li bilan ishlab chiqadi. Bunday siyosatga transport jarayonini kompleks yuzaga keltirishga qaratilgan barcha qaror va harakatlar kiradi.

AQShda logistika faoliyatidagi yuk tashuvchi firmalarni tahlil qilish shuni ko'rsatdiki, transport firmalari o'z faoliyatini deversifikatsiyalashi yaxshi natijalar bermoqda. Bu xaridorlarni jalb qilish, daromadni oshirish, yangi texnologiyalarning kirib kelishini tezlashtiradi, transport xizmati bozoridagi holatni mustahkamlaydi.

O'z navbatida, ko'pchilik ishlab chiqarish korxonalari ko'pgina logistik vazifalarni bajarishdan o'zini olib qochadi.

AQSh iqtisodiyotining turli tarmoqlarida faoliyat ko'rsatadigan 350ta korxonani tadqiq qilishdan shu narsa aniqlandiki, ularning 70%i yuklarni tashish

bo'yicha hisob-kitobini rasmiylashtirish va amalga oshirish vazifalarini transport firmalariga bergan. Taxminan 20-22 % korxonalar yuk tashish bo'yicha bahoni belgilash, ombor operatsiyalari va tovar yetkazishning qulay marshrutini aniqlash kabilar bilan bog'liq ishlardan transport korxonalari hisobiga o'tkazgan.

Transport firmalari amaliyoti ko'rsatmoqdaki, qo'shimcha xizmat ko'rsatish yaxshi natijalar bermoqda. O'z vazifalarining ba'zilarini transport firmalariga bergan, ishlab chiqaruvchi firmalar ham endilikda asosiy faoliyati samaradorligini ta'minlashga e'tibor bermoqda.

Transport korxonasining kommunikatsiya doirasidagi siyosatiga taklif qilinayotgan xizmatlar haqidagi axborotni mijozlarga yetkazish va xaridorlarga imkon boricha katta hajmda xizmatlardan foydalanishda ta'sir o'tkazish maqsadlari kiradi. Bu siyosatning ikkinchi maqsadi transport va yuk jo'natuvchi firmalar o'rtasidagi o'zaro aloqada hisoblash texnikasini qo'llash va ma'lumotlarni elektron almashish asosida rivojlantirish va mukammallashtirish.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Transport logistikasining mohiyati va vazifalari.
2. Transport tizimi turlari va uning texnik - iqtisodiy xususiyatlari.
3. Transport turlarining moddiy texnika bazasi.
4. Avtotransport xizmatlari.
5. Mahsulotlarni yetkazib berish tizimini boshqarish.

7-mavzu. LOGISTIKA TIZIMIDA ZAXIRALARNI BOSHQARISH

7.1. Zaxiralarni boshqarish va tovar siyosati

Tabiatdan olingan xomashyo oxirgi iste'molchiga tayyor mahsulot ko'rinishida yetib borgunga qadar harakatlanadi, boshqa materiallar bilan aloqada bo'ladi, unga qayta ishlov beriladi va hokazo. Moddiy harakatlanuvchi zanjir bo'yicha harakatlanib, xomashyo (keyinchalik yarim tayyor va tayyor mahsulot) doimo to'xtab qoladi, u yoki bu ishlab chiqarish yoki logistika operatsiyasida o'z navbatini kutadi. Zaxiralar to'g'risidagi umumiy qabul qilingan ta'rif quyidagilar: moddiy zaxira - ishlab chiqarish va muomalaning har xil bosqichlarida bo'lgan sanoat - texnik mo'ljaldagi mahsulot ishlab chiqarish yoki shaxsiy iste'mol jarayoniga kirishni kutayotgan xalq iste'moli tovarlari va boshqa tovarlardir.

Zaxiralarni tashkil etish doimo xarajatlar bilan bog'liqdir. Zaxiralarni tashkil qilish va saqlash bilan bog'liq bo'lgan asosiy xarajatlar quyidagicha:

- muzlatilgan moliya mablag'lari;
- maxsus jihozlangan xonalarni tashkil etish bo'yicha xarajatlar;
- maxsus xodimlarning ish haqlari;
- bo'zish, ug'rilikning doimiy tavakkali.

Zaxiralarning mavjudligi - xarajatlar. Ammo zaxiralarning mavjud emasligi ham xarajatlar, lekin ular har xil yo'qotishlar shaklida bo'ladi. Zaxiralarning mavjud emasligi bilan bog'liq bo'lgan asosiy yo'qotishlar quyidagicha:

- ishlab chiqarishning turib qolishidagi yo'qotishlar;
- talab mavjud bo'lgan vaqtda omborda tovar yo'qligi natijasidagi yo'qotishlar;
- yuqori narxlarda kichik hajmdagi tovar to'dalarini sotib olish natijasidagi yo'qotishlar va boshqalar.

Quyida moddiy zaxiralarni tashkil etish uchun qanday asoslar borligi sanab o'tilgan:

- mustahkamlangan yetkazib berilish jadvalining buzilishi ehtimoli. Bunda ishlab chiqarish jarayoni to'xtab qolmasligi uchun zaxira kerakdir. Bu, asosan uzluksiz ishlab chiqarish davriga ega bo'lgan korxonalar uchun muhimdir;
- talab tebranishi ehtimoli. Biror - bir tovar guruhiga talabni oldindan ayta bilish mumkin, ammo aniq tovarga talabni istiqbollash qiyindir. Shuning uchun tovarning etarli zaxirasiga ega bo'linmasa, talabning qondirilmaslik ehtimoli bor, ya'ni mijoz orqaga xaridsiz va pul bilan qaytadi;
- ba'zi tovar turlarining mavsumiy ishlab chiqarish tebranishlari, asosan qishloq xo'jaligi mahsulotlariga tegishlidir;
- yirik tovar to'plamasini sotib olganlik uchun chegirmalar ham zaxiralarni tashkil etish sababi bo'lib qolishi mumkin;
- olibsotarlik natijasida ba'zi bir tovarlar narxi tez ko'tarilishi mumkin. Bu narx ko'tarilishini oldindan ko'rib bilgan korxona bozor narxining ko'tarilishi natijasida foyda olish maqsadida tovarlar zaxirasini tashkil etadi;
- buyurtmani qayd etish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar har bir yangi buyurtmani qayd etish qator ma'muriy xarakterdagi xarajatlar bilan bog'liq (yetkazib beruvchini qidirish, u bilan muzokaralar o'tkazish, mehnat yo'llanmalari va boshqalar). Bu

xarajatlarning buyurtmalari sonini kamaytirish natijasida yangi buyurtirilgan to`dalar hajmini oshirish natijasida va zaxirani tashkil etish natijasida kamaytirish mumkin;

- ishlab chiqarish va taqsimlash bo'yicha jarayonlarni bir tekis tashkil etish imkoniyati. Faoliyatning bu ikki turi bir-biri bilan bog'liqdir: ishlab chiqarilgan mahsulot taqsimlanadi. Zaxiralar mavjud emasligida taqsimlash tizimidagi moddiy oqimlar tezkorligi o'zgarishiga mos holda o'zgaradi. Taqsimlash tizimidagi zaxiralarning mavjudligi realizatsiya jarayonini ishlab chiqarishdagi shart - sharoitdan qat'iy nazar, muntazam tashkil etishga imkoniyat yaratadi. O'z navbatida ishlab chiqarish zaxirasining mavjudligi xomashyo va yarim tayyor mahsulotlarni yetkazib berishdagi uzilishlarni tekislaydi, ishlab chiqarish jarayonining tekis borishini ta'minlaydi;

- xaridorlarga zudlik bilan xizmat ko'rsatish imkoniyati. Xaridorning buyurtmasini quyidagi usullarning biridan foydalanib, bajarish mumkin:

a) buyurtma qilingan tovarni ishlab chiqarish;

b) buyurtma qilingan tovarni sotib olish;

v) buyurtma qilingan tovarni mavjud bo'lgan zaxiradan olib berish.

So'nggi usul eng qimmat usul hisoblanadi, chunki zaxiralar saqlanishini talab etadi. Ammo raqobat sharoitida buyurtmani tezda bajarish xaridor uchun kurashda hal qiluvchi omil hisoblanishi mumkin;

- ehtiyot qismlari yo'qligi natijasida ishlab chiqarishning turib qolishini minimumga olib kelish;

- ishlab chiqarishning boshqarish jarayonini engillashtirish. Korxona ichida ishlab chiqarish jarayonining har xil bosqichlarida yarim tayyor mahsulotlar zaxiralarini yaratish.

Yuqorida sanab o'tilgan sabablar shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlar ishlab chiqarishda ham, savdoda ham zaxiralarni tashkil etishi lozimdir, aks holda muomala xarajatlari ko'payadi, ya'ni foyda kamayadi.

Zaxiralarni boshqarish strategiyasini ishlab chiqishga korxonalarning tovar siyosati e'tiborga olinadi. Tovar xaridorning istak- ehtiyojlarini qondirish, unga foyda olib kela oladigan fizik ob'ekt yoki xizmat, shuningdek simvolik xususiyatlar va majburiyatlar. Shu tomondan tovar xaridor nuqtai nazaridan ko'riladi. Xaridor faqatgina tovarni fizik ob'ekt sifatida emas, balki bu tovar sotilishiga yordam beradigan xizmatlarni ham sotib oladi. Shunday qilib, aytish mumkinki, tovarlar moddiy, xizmatlar esa mavhum, ammo birinchilari ham, ikkinchilari ham xaridor talabini qondirishga mo'ljallangan va logistikaning o'rganish predmeti hisoblanadi.

Logistikada tovar tushunchasi o'z ichiga haqiqiy tovarni moddiy shaklda oladi, xizmat esa tovarning harakatlanish usullari sotish, rag'batlantirish, mahsulot sifatini yaxshilash bilan bog'liq ishlab chiqarish jarayonlari tushuniladi.

Tovar birlamchi, ya'ni mahsulotning aniq maxsus turida ko'rinishi mumkin. Tovar assortimenti va tovar nomenklaturasi tushunchalari mavjud. Tovar assortimenti - o'zaro bir yoki undan ko'p belgi bo'yicha bir - biri bilan bo'lgan tovar guruhidir: umumiy xaridor guruhi, umumiy taqsimlash kanali, narxlarning o'xshash kengligi. Tovar nomenklaturasi - savdoga taklif etiladigan barcha tovar assortimenti guruhlari tovar birliklarining yig'indisidir. Tovar nomenklaturasi uch ko'rsatkich bilan xarakterlanadi:

1. Kenglik.

2. Chuqurlik.

3. Ketma - ketlik.

Tovar nomenklaturasining kengligi - har bir assortiment guruhining umumiy yig'indisi.

Tovar nomenklaturasining guruhlilik - har bir assortiment guruhida alohida tovar turining soni.

Tovar nomenklaturasining ketma-ketligi - oxirgi iste'mol, taqsimlash kanallari va boshqa ko'rsatkichlari nuqtai nazaridan har xil assortiment guruh tovarlar o'rtasidagi yaqinligi darajasini belgilaydi.

Tovar siyosati mahsulot zaxiralarni korxonalarda shakllantiradi. Logistika «aniq muddat» tamoyili zaxiralarni qisqartirish yoki yo'qotgan uchun xaridda ishlatiladi. Kerakli material mos bo'lgan tovar taqsimlash markazida, kerakli vaqtda va uni buyurtmadan so'ng yo'qotishlarsiz va yaxshi holatda yetkazib berish ko'zda tutiladi.

«Aniq muddatga» tamoyili uzoq muddatga mo'ljallangan va xizmat ko'rsatkichlarining yuqori sifatini ta'minlovchi bir kechada ishonchli yetkazib beruvchilarni ko'zda tutadi. Ishlab chiqaruvchilar va yetkazib beruvchilar orasidagi yaqin hamkorlik buyurtmani loyihalashtirish, sifat ustidan nazoratni ta'minlash, ishlab chiqarishning barqaror jadvalini ishlab chiqishda o'zaro aloqadorlikni ko'zda tutadi.

Bu uslub bo'yicha mahsulotning omadli sotilishi uchun transport turi va tovarni unga ortish turi katta ahamiyatga ega. Shuningdek, ayrim kompaniyalar «aniq muddatga» uslubidan foydalanish uchun, yetkazib beruvchilar sonini kamaytirib, ularni o'z korxonalariga geografik yaqinlashtiradilar.

7.2. Zaxiralarning belgilanishi va turlari

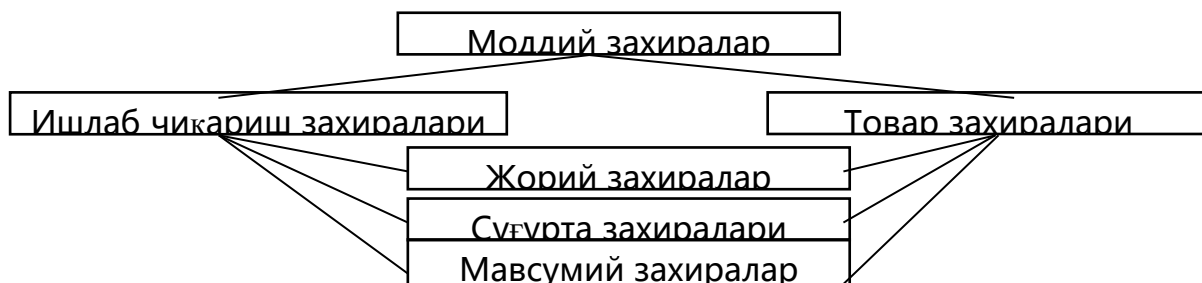
Aytib o'tilganidek, zaxira tushunchasi moddiy ishlab chiqarishning barcha sohalarini qamrab oladi, chunki xomashyoning birinchi manbadan so'nggi iste'molgacha bo'lgan harakatida moddiy oqim barcha maydonchalarda zaxira ko'rinishida yig'ilishi mumkin. Bunda har bir maydonchada moddiy zaxiralarni boshqarish o'z xususiyatiga ega. Xomashyoni mahsulotga aylantirish yo'lida va bu mahsulotning so'nggi iste'molchiga yetkazilishida zaxiralarning ikki asosiy turi tashkil etiladi: (16-chizma)

1. Ishlab chiqarish zaxiralari.

2. Tovar zaxiralari.

O'z navbatida bu zaxiralardan har biri uch turga bo'linadi:

a) joriy zaxiralar; b) sug'urta zaxiralari; v) mavsumiy zaxiralar.



16-Chizma. Moddiy zaxiralarining asosiy turlari

Zaxiralar yetkazib beruvchi, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi orasidagi bevosita bog'lanishni kuchsizlantirish uchun xizmat qiladi. Zaxiralar mavjudligi ishlab chiqarishni optimal xizmatdagi partiyalar bilan yetkazib berilayotgan xomashyo bilan ta'minlashga, shuningdek, xomshyoni optimal hajmdagi tayyor mahsulotga aylantirish imkonini beradi. Xomashyo zaxiralari shu xomashyoni yetkazib beruvchining mahsulot ishlab chiqaruvchiga bo'lgan bog'lanishini kuchsizlantiradi. Ishlab chiqarish jarayonida bo'lgan yarim tayyor mahsulotlar zaxirasi alohida tsexlarning bir - biriga bo'lgan bog'lanishini kamaytiradi.

Zaxiralar quyidagi turlarga bo'linadi:

1. Bufer zaxiralar yetkazib beruvchi va iste'molchilar orasida tashkil etiladi. Bu zaxiralar materiallar harakati bilan bog'liq bo'lgan qoplamalar uchun o'z vaqtida yetib kelmaslikni to'ldirish, mahsulotni xarid qilish imkoniyatini ta'minlash, shuningdek, mahsulotni qulay hajmdagi partiyalar bilan ishlab chiqarish uchun ishlatiladi.

2. Tayyor mahsulot zaxiralari qulay hajmdagi mahsulot partiyalari bilan ishlab chiqarishni ta'minlash, kutilayotgan talabni qondirish, haqiqiy talabning istiqbollashgan zaxiradan farqlanishini qoplash maqsadlariga xizmat qiladi.

3. Ushlanib qolishlarni qoplash uchun zaxiralar material resurslarning harakatlanishi bilan bog'liqdir. Agar ushlanib qolish vaqti ma'lum bo'lsa, bunday zaxiralar hajmini aniqlash qiyinchiliklar tug'dirmaydi.

4. Kutilayotgan talabni qondirish uchun kerak bo'lgan zaxiralar istiqbollashayotgan talabni qoplash uchun xizmat qiladi. Talabning hajmi va vaqti aniq hisoblangani uchun bunday zaxiralarning aniqlanishi qiyinchiliklar tug'dirmaydi.

5. Kafolat zaxirasi talabning aniqlab bo'lmaydigan o'sishini qondirish uchun xizmat qiladi. Bu zaxiralarning mavjudligi haqiqiy talabning istiqbollashayotgan talabdan farqini qoplaydi.

Logistika kontseptsiyasining amaliyotda qo'llanishi korxona va firmalarda yalpi zaxiralarning muvofiqligi bilan bog'lanadi. Zaxiralarni qulaylashtirish mezonini xarid bo'yicha xarajatlar mahsulotning yo'qligi natijasida hisoblanadi.

Xarid bo'yicha xarajatlarga quyidagilar kiradi: buyurtmani qayd etish bo'yicha xarajatlar; yetkazib beruvchilar bilan yetkazib berilgan tovarlar va kommunikatsiya haqida shartnomani qayd etish bo'yicha xarajatlar, agar transportda tashish narxi qabul qilinayotgan tovarning narxiga kirmasa; transport xarajatlari, tovarni qabul qilish va omborda saqlash xarajatlari. Bularning ayrimlari buyurtmada belgilanadi

va buyurtma hajmiga bog'liq bo'lmaydi. Boshqalari esa, masalan, transport va ombor xarajatlari buyurtma hajmiga proporsional bog'liqdir.

Zaxirani saqlash bo'yicha xarajatlar omborda mahsulotni ma'lum vaqt davomida saqlash xarajatlari bilan belgilanadi va bevosita ombordagi mahsulot hajmiga bog'liq bo'ladi. Bunga ombor xarajatlari, renta xarajatlari (agar inshoot ijara qilingan bo'lsa), ishlab chiqaruvchi birlikka tegishli omborlarning mohiyati uchun joriy xarajatlari kiradi. Bu tur xarajatlarga kapital xarajatlar kiradi. Bu guruhga, shuningdek, sug'urta va soliq xarajatlari ham kiritiladi. Sug'urta xarajatlari zaxira yong'in yoki o'g'rilik natijasida yo'qolishlaridan himoya sifatida ishlatiladi. Zaxiralar hisoblangan kun bo'yicha soliqqa tortiladi. Bu guruhga tabiiy ofat va zaxiralarning buzilishlari natijasidagi yo'qotishlar ham kiritiladi.

Mahsulot yo'qligi natijasida ishlab chiqaruvchi omborda mahsulot yo'q bo'lganligi natijasida to'satdan hosil bo'lgan talabni qondira olmaydigan yo'qotishlarga duch keladi. Bu yo'qotishlar ikki turga bo'linishi mumkin:

1. Yo'qotilgan sotishlar qiymati, bunda buyurtmachi o'z buyurtmasini boshqa ishlab chiqaruvchiga beradi. Bu usulda xarajatlar ko'zda tutilgan xarajatlardan foyda yo'qotish bilan aniqlanadi.

2. Buyurtmachi buyurtma berilishini kutib turadi. Sotuvlar yo'qotilmagan, balki surilgandir. Ammo kutish qo'shimcha xarajatlarni, buyurtmani qayd etish uchun, transport va ombor xarajatlari va boshqalarni tug'dirishi mumkin. Bu xarajatlarni aniqlash qiyinchiliklar tug'dirmaydi.

7.3. Moddiy zaxiralarni boshqarish tizimi

Zaxiralarni boshqarish ularning haqiqiy holatini nazorat qilishni tashkil etishni ham ko'zlaydi. Zaxiralarning holati ustidan nazorat-zaxiralarning me'yorlari cheklanishini aniqlash maqsadida ishlab chiqarish texnik tayinlanishidagi mahsulotlar va xalq iste'mol tovarlarining zaxiralar darajasini o'rganish, boshqarish va chetlanishlarni yo'q qilish uchun tezkor choralarni ko'rish hisoblanadi.

Zaxiralar holati ustidan nazoratning kerakligi zaxiralarning me'yorida ko'zlangan chegaralardan haqiqiy zaxira hajmining chiqib ketish holatida xarajatlarning ortishi bilan shartlangan. Zaxira holati ustidan nazorat zaxiralarning hisobi, moddiy resurslarning qayta ro'yxatga olinishi, inventarizatsiya ma'lumotlari asosida yoki kerak bo'lganda amalga oshirilishi mumkin. Amaliyotda nazoratning har xil uslublaridan foydalaniladi. Quyida ulardan eng ko'p uchraydigan ikki uslubi ko'rib o'tilgan. Birinchi uslubda, korxona yetkazib beruvchiga buyurtmani yuborish davr oralig'i o'zgarmasdir (buyurtmaning qat'iy belgilangan davr oralig'i tizimi). Ikkinchi uslubning mohiyati shundaki, biror - bir tovarning zaxirasi oldindan belgilangan eng kam qiymatiga etish bilan, bu tovar buyurtma qilinadi. Bunda buyurtirilgan partiyaning hajmi har doim bir xildir (buyurtmaning qat'iy belgilangan hajmi tizimi).

Buyurtmaning qat'iy belgilangan davr oralig'idagi zaxiralarning holati ustidan nazorat qilish tizimi. Bu tizim bo'yicha zaxiralarning holati ustidan nazorat bir xil vaqt oralig'ida qoldiqlar inventarizatsiyasini o'tkazish yo'li bilan amalga oshiriladi. Tekshirish natijalari bo'yicha tovarning yangi partiyasini yetkazib

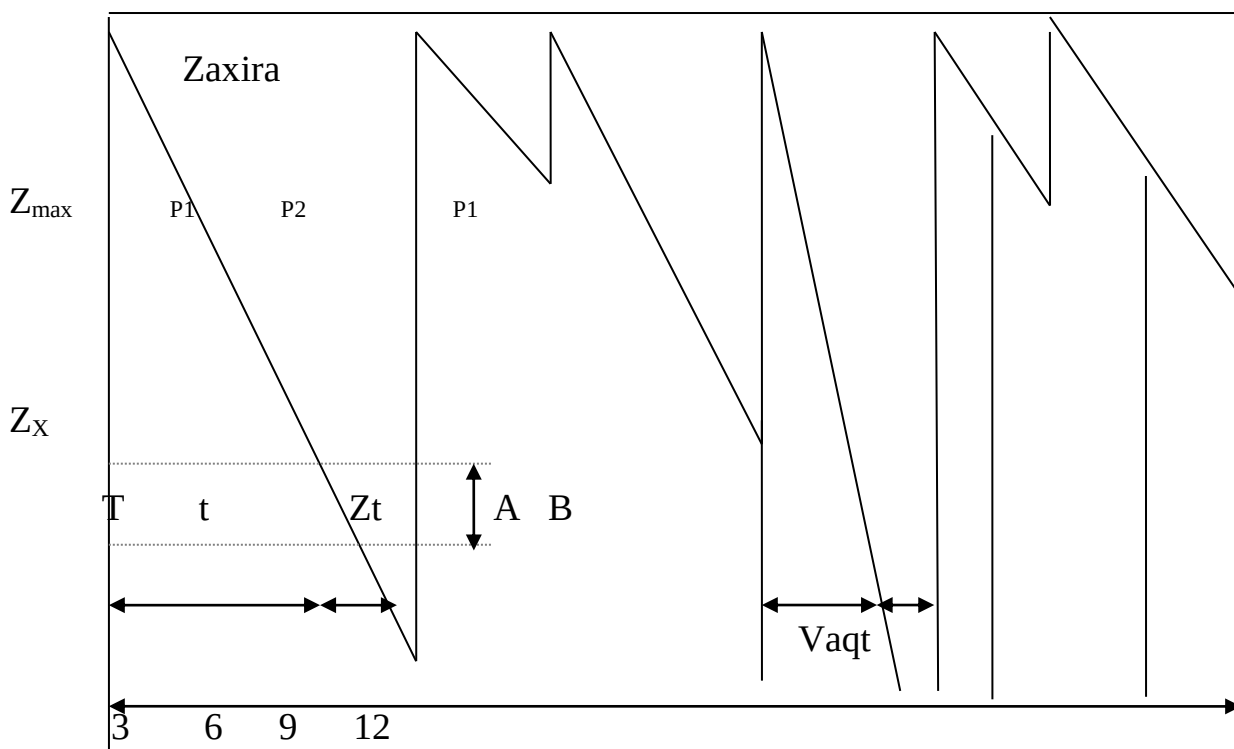
berishga buyurtma belgilanadi. Buyurtma qilinayotgan tovar partiyasining hajmi maksimal tovar zaxirasining ko`zlangan me'yoriy va haqiqiy zaxirasi orasidagi farq bilan aniqlanadi. Buyurtmani bajarish uchun aniq vaqt oralig`i kerak bo`lgani uchun, buyurtma qilinayotgan partiyaning o`lchami bu davrda kutilayotgan xarajat o`lchamiga ortadi. Buyurtma qilinayotgan partiya hajmi (R) quyidagi formula orqali hisoblanadi:

Bu yerda: $3_{\max}$ - me'yori bilan ko`zlangan maksimal zaxira;

3_x -tekshirish vaqtida haqiqiy zaxira;

3_t -buyurtma berish va bajarish vaqtida ishlatiladigan zaxira.

Buyurtmaning qat'iy belgilangan davr oralig`i zaxirasi holati ustidan nazorat qilish tizimining jadval modeli 17-chizmada ko`rsatilgan.



17-Chizma. Zaxiralarni davr oralig'i zaxirasi holati ustidan nazorat qilish tizimining jadval modeli

Bu yerda:

T - buyurtma qaytarilishining vaqt oralig'i - tizim uchun o'zgarmas kattalik (bu misolda 3 kun);

t - buyurtmani berish va bajarish uchun zarur bo'lgan vaqt (bu misolda - 1 kun);

$R_1 R_2 \dots R_i$ - alohida i buyurtmaning kattaligi;

$Z_{\max}$ - me'yor bilan ko'zlangan maksimal zaxira;

Z_x - tekshirish vaqtida haqiqiy zaxira;

Z_g - buyurtmani berish va bajarish uchun zarur bo'lgan 1 vaqt ichida ishlatilgan zaxira;

A - qat'iy talab bo'lgan vaqt oralig'i;

V - talab bo'lmagan vaqt oralig'i.

Zaxiralarning o'zgarishini ko'rsatuvchi chiziqlar maydonlarining og'ish burchaklari bilan tavsiflangan talab shiddatli bu modelda o'zgaruvchan kattalikdir (siniq chiziq har xil maydonlarining og'ish burchagi bir xil emasdir). Buyurtma bir xil vaqt oralig'i ichida berilgani uchun har xil oraliqdagi buyurtma qilinadigan to'dalarning hajmi ham har xil bo'ladi. Tabiiyki, bu tizimni har xil hajmdagi partiyalarni buyurtma qilish imkoniyati mavjud bo'lgan holda qo'llash mumkin (masalan, buyurtma qilingan tovar konteynerda yetkazib berilishi holatida bu tizimni qo'llash mumkin emas). Undan tashqari, agar buyurtmaning yetkazib berilishi yoki joylashtirish qimmatga tushsa, bu tizim qo'llanilmaydi. Masalan, agar o'tgan davrda talab yuqori darajada bo'lgan bo'lsa, buyurtma ham kam bo'ladi. Buni esa buyurtmani bajarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar sezilarli bo'lmagan sharoitda amalga oshirish mumkindir.

Ta'riflanayotgan tizimning xususiyati shundaki, bu tizim kamyob tovar mavjud bo'lishiga imkon beradi. Chizmadan ko'rinib turibdiki, agar talab birdaniga o'sib ketsa (ya'ni, chizma keskin pastga tushib ketsa - A maydon), zaxira buyurtmani berish muddatidan oldin tugab qoladi. Bu shuni bildiradiki, kamyob tovar ehtimolli yo'qotishlar korxona uchun sezilarli darajada bo'lmasa, nazorat tizimi qo'llanishi mumkin.

Buyurtmaning qat'iy belgilangan davr oralig'i zaxiraning holati ustidan nazorat qilish tizimi quyidagi hollarda qo'llaniladi:

- yetkazib berish sharoitlari har xil hajmda, to'ralarda buyurtmalarni olishga imkon tug'diradi;

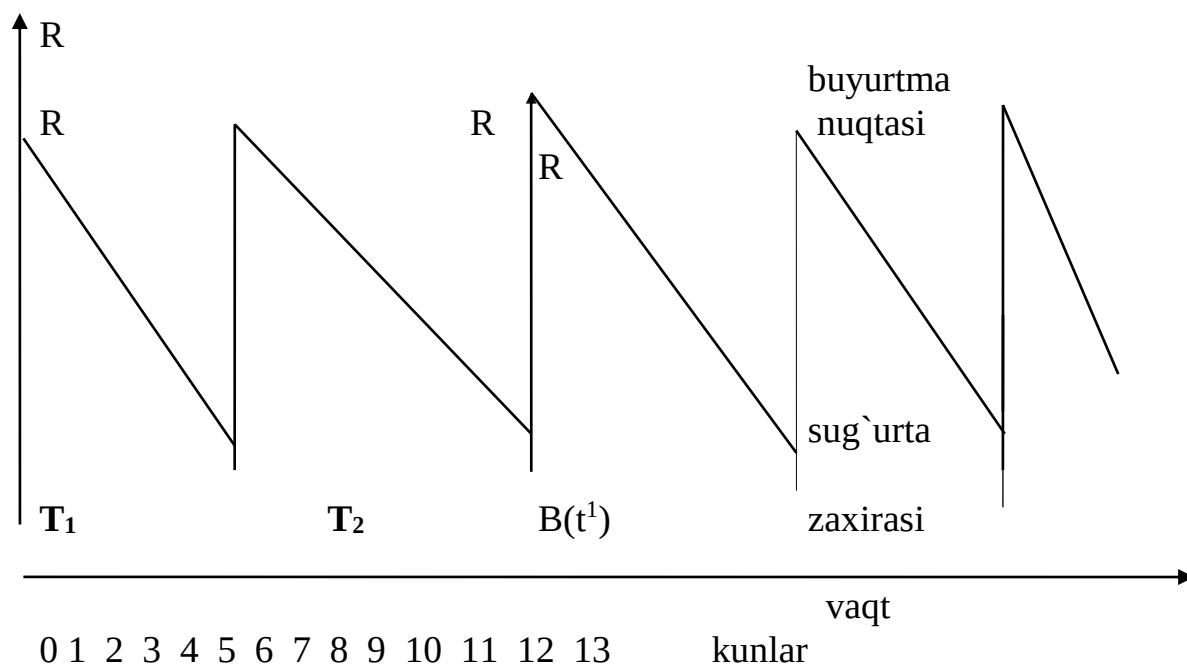
- buyurtmani joylashtirish va yetkazib berish bo'yicha xarajatlar yuqori emas;

- ehtimolli kamyob tovar bo'lgan yo'qotishlar nisbatan katta emas.

Amaliyotda bu tizim bo'yicha bir yetkazib beruvchidan olinadigan ko'p tovarlardan birining talab darajasi nisbatan bir qator bo'lgan tovarlar, qimmatli tovarlar va hokazolarni buyurtma qilish mumkin.

Buyurtmaning qat'iy belgilangan hajmdagi zaxiralari holati ustidan nazorat tizimi. Zaxiralar holati ustidan nazoratning bu tizimida zaxiraning to'ldirilishiga buyurtmaning hajmi o'zgarish katta hisoblanadi. Buyurtma berish vaqt oralig'lari bu holda har xil bo'lishi mumkin (18-chizma).

Bu tizimda me'yorlangan kattaliklar buyurtma hajmi, buyurtmani joylashtirish vaqtidagi zaxira hajmi (buyurtma nuqtasi) va sug'urta zaxirasining hajmlari hisoblanadi. Yetkazib berishga buyurtma naqd zaxiraning buyurtma nuqtasi kamayganda joylashtiriladi. Chizmadan ko'rinib turibdiki, buyurtmani joylashtirishdan so'ng zaxira kamayishini davom ettirayapti, chunki buyurtirilgan tovar darrov olib kelinmaydi. Buyurtma nuqtasidagi zaxira hajmi odatdagi ish holatida t vaqt ichida zaxira sug'urta zaxirasidan pastga tushib ketmasligi uchun tanlanadi. Agar talab birdagina o'sib ketsa (chizma chizig'i keskin pastga tushadi - A maydon) yoki yetkazib berish muddati cho'zilsa ($t' > t$) - V maydonda), sug'urta zaxirasi ishga tushadi. Bunda korxonaning tijorat xizmati qo'shimcha yetkazib berishni ta'minlaydigan chora - tadbirlarni qo'llashi kerak. Ko'rinib turibdiki, nazoratning bu tizimi korxonani kamyob tovarlar vujudga kelishidan himoya qiladi.



18-chizma. Buyurtma berish vaqt oraliqlarining har xil bo`lishi

Bu yerda:

$T_1, T_2 \dots T_i$ - buyurtma qaytariladigan alohida i vaqt oralig`ining hajmi;

t - buyurtmani joylashtirish va bajarish uchun kerak bo`lgan vaqt (bu misolda - 1 kun);

R - buyurtma hajmi (nazoratning bu tizimida o`zgarmas kattalik);

A - talabning birdaniga o`sib ketish davri;

V - yetkazib berishning belgilangan muddatga buzilish davri;

t_1 - V davrida yetkazib berishning haqiqiy muddati amaliyotda bu tizim quyidagi hollarda qo`llaniladi:

- zaxira mavjud emasligi natijasida katta yo`qotishlar;

- zaxiralarni saqlash bo`yicha yuqori xarajatlar;

- buyurtma qilinadigan tovarning yuqori narxi;

- talab aniqlanmasligining yuqori darajasi.

- buyurtma qilinayotgan miqdorga bog`liq holda narxdan chegirmaning mavjudligi.

Buyurtmaning qat`iy belgilangan hajmi tizim zaxira nuqtasini aniqlash uchun qoldiqlarning uzluksiz hisobotini o`z ichiga oladi. Materiallar keng nomenklaturaning yoki savdo korxonasi uchun keng assortimentning mavjudligida tizimni qo`llashning muhim sharti ingichka chiziqli (shtrix) kodlarning avtomatlashtirilgan identifikatsiya texnologiyasining qo`llanilishi hisoblanadi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Zaxiralar tushunchasi va asosiy vazifasi nimadan iborat?
2. Zaxiralarni aniqlash turlari.
3. Zaxiralarni boshqarish tizimi va turlari.
4. Zaxiralarni saqlash qanday xarajatga bog`liq?
5. Zaxiralarning eng ko`p darajasi qanday hisoblanadi?

8-MAVZU. LOGISTIKA TIZIMIDA MAHSULOTLARNI OMBORGA JOYLASHTIRISH VA OMBORDA QAYTA ISHLASH TIZIMI

8.1. Zaxiralarni omborga joylashtirish va shu tizimning ta’rifi

Ishlab chiqarish jarayoni xomashyo va materiallarni bir korxonadan boshqasiga siljitish, tayyor mahsulotni ishlab chiqarish doirasidan iste’mol doirasiga yetkazilishi bilan bog’liq. Bu siljishlar ayrim joylarda moddiy zaxiralarning yig’ilishiga olib keladi, bu zaxiralarni saqlash uchun esa moslashtirilgan omborxonalar kerak. Chunki, ishlab chiqarish jarayoni uzluksiz bo’lishi uchun u yerda iste’mol qilinadigan xomashyolarning zaxiralari bir kunda yoki bir haftada kerak bo’ladigan xomashyo miqdoridan ko’p bo’lishi zarur. Xomashyo, material, mahsulotlarni saqlash uchun maxsus qurilmalar, har xil tara, mexanizatsiya vositalari va boshqalar kerak. Moddiy boylik manbalarini ishlab chiqaruvchilardan iste’molchilarga siljishi 2 usulda tashkil qilinishi mumkin:

1. Tranzit usuli.
2. Omborlardan foydalaniladigan usul.

Ishlab chiqarish jarayoni uzluksizligini tranzit usuli bilan ta’minlashda moddiy boylik manbaning zaxiralari korxona va tashkilotlarning omborlarida tashkil qilinadi. Ishlab chiqarish jarayoni uzluksizligining omborlardan foydalanadigan usuli bilan ta’minlashda boylik manbalarining harakati boshqacha tashkil qilinadi. Bu usul orqali materiallar korxona va tashkilotlar omborlariga yetib borishdan avval, ta’minlash - o’tkazish tashkilotlarining ombor va bazalariga saralash uchun olib boriladi, keyin shu ombor va bazalardan iste’molchilarga yetkaziladi.

Omborlarni 2 turga ajratish mumkin:

1. Ishlab chiqarish korxona va tashkilotlarining omborlari.
2. Tijorat vositachi tashkilotlarning ombor va bazalari.

Moddiy boylik manbalarni tranzit usuli bilan yetkazish eng tejimli usul hisoblanadi, chunki u qo’shimcha xarajatlarning kamayishiga olib keladi, omborlarda moddiy boylik manbalari zaxiralarning ko’payishiga imkon yaratadi. Lekin bu usuldan foydalanishning o’z shartlari bor. Ta’minlovchi korxona 1 ta iste’molchi - korxonaga aniq vaqt davomida katta miqdorda, ya’ni temir yo’l vagonlarini to’ldiradigan miqdorda, moddiy boylik manbalaridan foydalansa, tranzit usulidan foydalanish mumkin. Shunday qilib, ta’minlashning tranzit usuli bilan tashkil qilinish imkoniyati moddiy boylik manbalarini iste’mol qilish miqdoriga va belgilangan tranzit me’yorlariga bog’liq.

Tranzit me’yori deganda, bir buyurtma asosida ta’minlovchi korxona orqali iste’molchi korxonaga yuboriladigan moddiy boylik manbalarining eng kam yo’l qo’yilgan miqdori tushuniladi.

Iste’molchi korxona ta’minlovchi korxonaga yaqin joylashgan (120-150km masofada) va materiallarni avtotransport bilan yetkazib berish imkoniyati bo’lsa, ta’minlashning tranzit usulidan foydalanish mumkin.

Omborlar orqali ta’minlash usuli turli xil moddiy boylik manbalarini kam miqdorda iste’mol qiladigan korxonalarda qo’llaniladi. Bunday iste’mol qilinadigan boylik manbalari miqdori tranzit me’yorlar va buyurtma me’yorlariga etmaydi.

Bunday ta'minlash usuli iste'molchi korxonalarga kerakli miqdorda moddiy boylik manbalari va materiallarni buyurtma qilishi mumkin.

Tijorat vositachi hissadorlik jamiyati korxonalari bazalariga materiallar tez - tez yetkazilishi natijasida, tranzit usuliga ko'ra, iste'molchi korxonada moddiy boylik manbalari zaxiralarini sezilarli darajada kamaytirishga imkon yaratadi. Ombor orqali ta'minlashning kengayishiga hissador jamiyati bazalarida materiallar zaxiralarining ko'payishiga olib keladi. Lekin butun xalq xo'jaligi darajasida zaxiralarni umumiy mutlaq miqdori ko'paymaydi, aksincha, kamayishi mumkin. Ombor orqali ta'minlashning yana ijobiy tomoni shundaki, ta'minlash - o'tkazish bazadagi zaxiralardan samarali foydalanish mumkin, yana qisqa vaqt davomida birdaniga keng doira iste'molchilar ehtiyojini qondirish mumkin, iste'molchilarni har tomonlama ravishda ta'minlash imkoniyatini yaratadi.

Ta'minlash usulini belgilashdan oldin zarur bo'lgan texnik va iqtisodiy ko'rsatkichlarni hisoblab chiqish, ta'minlash 2 usulining ijobiy va salbiy tomonlarini e'tiborga olish kerak.

Hammaga ma'lumki, ishlab chiqarish korxonalarining samarali iqtisodiy faoliyati zarur xomashyo materiallar, yoqilg'i, xilma - xil uskunarlar bilan ta'minlashga bog'liq. Bu ishlar moddiy texnika ta'minoti tizimi orqali tashkil qilinadi. Mana shu tizimning texnik va ishlab chiqarishga oid bazasi ombor xo'jaligidir. Ishlab chiqarish korxonasining omborlari, yordamchi tseklari va transportlari korxonaning ishlab chiqarish tuzilmasining eng muhim halqalaridan hisoblanadi. Omborning ishlash sifati sezilarli darajada ishlab chiqarish jarayoniga ta'sir qiladi.

Korxona omborlarining asosiy vazifalari:

1. Kerakli yoqilg'i, xomashyo, material, mahsulot va boshqa boylik manbalari zaxiralarini to'plash va iste'molchilarni usluksiz ta'minlash.
2. Moddiy boylik manbalarini saqlash.
3. Yuk ortish-tushirish ishlari, omborning ichki ishlarini eng oz mehnat va pul xarajatlari bilan oqilona tashkil qilish.
4. Ombor maydonlaridan oqilona foydalanish va ombor xo'jaligining asbob - uskunarlaridan samarali foydalanish.
5. Moddiy boylik manbalarini ishlab chiqarishda iste'mol qilishga tayyorlash.
6. Markazlashtirilgan usulda material va mahsulotlarni kerakli joylarga (iste'molchilarga) yetkazib berish.
7. Materiallardan tejamli foydalanishni nazorat qilish, ishlab chiqilgan chiqimlardan va taralardan oqilona foydalanishni tashkil qilish.
8. Ishlab chiqarish jarayonida ishlatilmasdan qolgan, ortiqcha moddiy boylik manbalar zaxiralarini o'z vaqtida aniqlash va ulardan foydalanishni tashkil qilish.

Ombor deganda, har xil moddiy resurslarni qabul qilish va saqlashga mo'ljallangan, ularni ishlab chiqarish jarayoniga tayyorlaydigan va iste'molchilarni usluksiz ta'minlab turadigan qurilmalar tushuniladi. Boylik manbalarini saqlovchi omborlar bir - biridan farqlanadi. Ishlab chiqarish korxonalari omborlari ushbu xossalar bo'yicha tavsiflanadi:

- faoliyat xarakteri yoki vazifalari bo'yicha;
- saqlanadigan resurslar bo'yicha;
- binoning turi bo'yicha;
- joylashgan joyi va faoliyat doirasi bo'yicha;

- o'tga chidamlilik darajasi bo'yicha.

Masalan, faoliyat xarakteri bo'yicha omborlar:

1. Ta'minlash yoki moddiy omborlarga.

2. Ishlab chiqarishning ichidagi omborlarga bo'linadi.

Saralanadigan boylik manbalari turlari bo'yicha omborlar ixtisoslashtirilgan yoki universal bo'lishi mumkin. Binosining turi bo'yicha omborlar yopiq, yarim yopiq yoki ochiq bo'lishi mumkin. Joylashish va faoliyat ko'lami bo'yicha omborlar markaziy, uchastkalarniki va tsexlarniki bo'ladi. O'tga chidamlilik darajasi bo'yicha ombor yonmaydigan, yonish qiyin bo'lgan va yonadigan bo'ladi.

Ishlab chiqarish korxonalarida ombor xo'jaligi tashkil qilishning eng muhim masalalaridan biri - omborlarni to'g'ri joylashtirish. Har bir korxonada omborlar va iste'molchi tsexlar bir-biri bilan texnologik aloqa orqali bog'lanadi. Har bir ombor o'zining iste'molchi tsexiga yaqin joylashadi. Korxona hududida omborlarni mintaqaviy joylashtirish uchun quyidagi tamoyillarga rioya qilish kerak:

- yuklar oqimi to'g'ri chizig'i harakatda bo'lishi kerak;

- yuklarni transportirovka qilish qulay bo'lishi kerak va shoxobchalar bilan qulay aloqa bo'lishi kerak;

- saqlanayotgan moddiy resurslarni imkon boricha asosiy tsexlarga yaqinlashtirish;

-omborlarni boshqa qurilmalar oldida joylashtirilayotganda yong'indan xavfsizlik qoidalarini hisobga olish kerak.

Korxonalar hududida omborlar joylashtirilayotganda quyidagi qoidalarga rioya qilish kerak: tayyorlangan mahsulot omborlarining oxirgi operatsiyalar va tekshirish ishlari olib boriladigan binolar yoki tsexlarga yaqin joyda joylashishi; ishlab chiqarish omborining iste'molchi tsexlar binosida yoki ularning yaqinida bo'lishi; umumiy foydalanishga mo'ljallangan omborlarni korxona hududining chetrog'ida joylashtirish; yonishi mumkin bo'lgan boylik manbalari va yoqilg'ilar alohida ajratilgan zonada joylashishi kerak.

Ko'pincha moddiy boylik manbalari korxonalarning omborlariga temir yo'l orqali yetkaziladi, omborlardan tsexlarga esa relssiz transport orqali yetkaziladi. Shuning uchun, omborlarning oldiga temir yo'l va avtomobillar uchun yo'l yetib borishi kerak.

Omborlar orqali ta'minlash usulining asosiy vazifasi - moddiy resurslarni tranzit me'yorlaridan kamroq iste'mol qiluvchi iste'molchi korxonalarga xizmat ko'rsatish. Ayrim vaqt davomida iste'mol qiladigan moddiy resurslarning miqdori tranzit me'yorlariga etmagan korxonalarning ko'pchiligi shu ta'minlash usulidan foydalanadilar. Shunday qilib, ta'minlash o'tkazish tashkilotlari har bir iqtisodiy mintaqadagi korxonalarning tranzit me'yorlaridan kam bo'lgan miqdorda ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlaydigan ishlab chiqarishga oid texnik bazalardir. Bu bazalarda asosan har xil material va mahsulotlar va mahsulot zahiralar saqlanadi, ayrim iste'molchilar uchun arralash ishlari olib boriladi. Ta'minlash o'tkazish tashkilotlarida tashkil qilinadigan jarayonlar ishlab chiqarish korxonalarining omborlaridagi jarayonlar bilan bir xil, shuning uchun ularning vazifalari ham asosan bir xil (keltirilgan material va mahsulotlarni qabul qilish, saqlash, saralash, iste'molchilarga yetkazishga tayyorlash va h.k.).

Saqlanayotgan material va mahsulotlarning xususiyatlariga ko'ra, turli xil omborxonalar ko'riladi. Omborlar konstruksiyasi, olovga chidamlilik darajasi bo'yicha ishlab chiqarish korxonalari omborlari kabi turkumlanadi. 1 - yopiq, yarim yopiq, ochiq va maxsus, 2 - yonmaydigan, yonishi qiyin va yonadigan omborlar.

Faoliyat xarakteri va harakat doirasi bo'yicha ta'minlash - o'tkazish omborlari ishlab chiqarish korxonalarining omborlaridan farqlanadi. Faoliyat xarakteri bo'yicha ta'minot bazalari universal va ixtisoslashtirilgan bo'ladi. Harakat doirasi bo'yicha markaziy va tumanlar miqyosidagi omborlar bo'ladi. Universal omborlarda ko'p nomenklaturali material va mahsulotlar saqlanadi va aniq iqtisodiy mintaqalarning iste'molchilariga yetkazib beriladi. Odatda universal bazalar iste'molchilarga yaqin joylarda tashkil qilinadi. Bunday bazalarning tashkil qilinishi bir joyda keng nomenklaturali material va mahsulot zaxiralarini to'plashga imkon yaratadi, moddiy resurslarni iste'molchilarga yaqinlashtiradi, ular uchun transport harakatlarini kamaytiradi. Ixtisoslashtirilgan viloyatlararo bazalar faqat belgilangan material turlari zaxiralarini saqlashga mo'ljallangan. Bu bazalarda saqlanadigan resurslar quyidagilar bo'ladi: metall, elektr asbob - uskunali, kimyoviy materiallar va h.k.

Ixtisoslashtirilgan bazalarning ustunliklari, u yerda saqlanadigan moddiy resurslarning turiga qarab, eng qulay sharoitlar tashkil qilish mumkin. Iste'molchilarga markazlashtirilgan ravishda xizmat ko'rsatish mumkin, lekin yetkazib beriladigan resurslar narxi tuman miqyosidagi omborlarnikida qimmatroq bo'ladi. Ixtisoslashtirilgan bazalarda qo'shimcha xizmat ko'rsatish ishlarini tashkil qilish osonroq. Masalan, o'rmon resurslarini saqlovchi omborlarda materiallarni ishlab chiqarishdan iste'mol qilishgacha tayyorlash ishlarini tashkil qilish mumkin: yog'ochlarni kerakli o'lchamda arralash, ularni quritish va h.k. Qurilish materiallari saqlanadigan omborlarda har xil qorishmalardan beton tayyorlash mumkin. Bu qo'shimcha xizmatlar mahsulot narxining ortishiga olib keladi, lekin ularni ishlab chiqarish jarayoniga tayyorlaydi, iste'molchilarning mehnat resurslari vaqtini tejaydi.

Iste'molchilarni moddiy resurslar bilan ta'minlashni tashkil qilishga bazalar joylashuvi katta ta'sir ko'rsatadi. Bazalarning to'g'ri joylashuvi avvalo resurslarni iste'molchilarga yetkazib berish xarajatlarini kamaytiradi, materiallarga qo'yiladigan ustamalarni pasaytiradi, iste'molchi korxonalarda zaxiralar miqdorini kamaytiradi va h.k.

Omborlarni joylashtirishga ko'p omillar ta'sir qiladi. Masalan, yirik kapital xarajatlari talab qiladigan bazalarni ko'p miqdorda qurish qiyin, shuning uchun bunday bazalarni kamroq, bir - biridan uzoqroq joylashgan holda qurish kerak. Lekin bunda materiallarni saqlash va iste'molchilarga eltish xarajatlari keskin ortib ketadi.

Bazalarni tayyorlashga kuchli ta'sir qiladigan omil transport ishlarining hajmidir. Ta'minotchilardan bazalarga, bazalardan iste'molchilarga mahsulotni eltib berish transport ishlarining umumiy hajmi eng kam miqdorda bo'lishi kerak.

Iste'molchilarning joylashuviga qarab, bazalarning taxminiy joylashish joylari belgilanib, har bir variant uchun yuk tashish hajmi tonna/km larda hisoblanadi. Masalan, umumiy yuk tashish hajmi - R_{um} , ta'minotchilardan bazalarga yuk tashish hajmi - $R_{ta'm}$ va bazalardan iste'molchilarga yuk tashish hajmi - R_{ist} . Umumiy yuk tashish hajmi quyidagicha aniqlanadi:

$$R_{um} = R_{ta'm} + R_{ist} \text{ (tonna/km da)}$$

Umumiy yuk tashish hajmi kam chiqqan variant tanlanib, shu yerda bazalarni to'g'ri joylashtirish mumkin. Bu usul yordamida faqat transport xarajatlari nuqtai nazaridan qulay joy tanlash mumkin. Shuning uchun har bir muhim omilni alohida o'rganib chiqib (masalan, kapital xarajatlari, ekspluatatsiya xarajatlarini va h.k.), keyin bir joyni tanlab, u yerda bazalarni joylashtirish mumkin.

8.2. Transport omborxonasi moddiy oqimlarini tashkil qilish

Transport omborxona moddiy oqimlarini tashkil qilish majmualari kompleks-mexanizatsiyalashtirilgan va avtomatlash-tirilgan turlarga bo'linadi. Kompleks mexanizatsiyalashtirilgan majmua tarkibiga qabul qilish - foydalanish tizimchasi, mexanizatsiyalashtirilgan tartibda yukni qayta ishlash uchun mashina va uskunalar majmui bilan jovon moduli, yukni uzatish uchun omborxona terminali kiradi.

Avtomatlashtirilgan transport omborxona moddiy oqimlarini tashkil qilish majmuasiga quyidagilar kiradi:

- Ko'tarish - transport vositalari majmuasi va avtomatlashtirilgan boshqaruvning joylashtirilgan tizimi bilan avtomatlashtirilgan jovon moduli;

- avtomatlashtirilgan tarzda faoliyat ko'rsatuvchi ko'tarish transport uskunalar majmuasi bilan avtomatlashtirilgan jovon moduli.

Avtomatik omborxona agregat - transport majmualariga quyidagilar kiradi:

- Ortish - tushirish va transport vositalar bilan avtomatik boshqariluvchi omborxona majmualari;

- avtomatik boshqariluvchi omborxona majmualari, ombor - avtomatlar.

Eng ko'p foydalanuvchi omborxona uskunalariga kiruvchi asosiy jovonlar:

- bir joyda turuvchi;
- aylanuvchi;
- elevatorli;
- konteynerli;
- harakatlanuvchi;
- gravitatsion.

Omborxona uskunalariga kiruvchi, sochiluvchi, suyuq va boshqa yuklarni saqlash vositalari quyidagilarga bo'linadi:

- yassi va qutichalardan iborat bo'lgan bunkerlar;
- er usti idishlari;
- er osti idishlari.

Omborlarning o'lchovi va dozalarga ajratuvchi uskunalar logistik tizimda texnik ta'minotning alohida guruhini tashkil qiladi. Hozirgi vaqtda tarozilar quyidagi guruhlarga bo'linadi:

- platformalar uchun;
- avtomobillar uchun;
- vagonlar uchun;
- yuk kranlari uchun;
- konveyerlar uchun.

Barcha ko'tarish - transport vositalari vazifalarini bajarishiga muvofiq besh guruhga bo'linishi mumkin:

- yuk kranlari;
- ko'targichlar;
- transport vositalari;
- yukni ushlab turuvchi moslamalar;
- transmanipulyatorlar.

Yuk kranlariga ko'priqli, echkisimon, o'zi yurar, port, minorali va konusli kranlar kiradi.

Ko`priqli kranlar bir balkali tirab turiladigan, bir balkali osma, ikki balkali umumiy, ikki balkali maxsus bo`lishi mumkin; echkisimon kranlar esa kanalli va kanalsiz bo`lishi mumkin. Ko`priqli va echkisimon kranlar engil, o`rtacha, og`ir rejimli, bir ilgakli va ikki ilgaklilarga bo`linadi.

O`ziyurar kranlar avtomobilar emir yo`l va siqilgan havo bilan yuradiganlarga bo`linadi.

Konusli kranlar aylanuvchi va harakat qiluvchi bo`lishi mumkin. Transmanipulyatorlar pol ustidagi, tayanchli va osma transport va osma mexanizmlarga bo`linadi. Bundan tashqari pol ustidagi transmanipulyatorlar guruhiga quyidagilar kiradi:

- portlashdan himoyalangan elektr ortgichlar;
- oddiy qilib bajarilgan elektr ortgichlar;
- elektr shtabellar.

Transport vositalari o`z ichiga transport - taqsimot vosita pol ustidagi vositalarni oladi. Transport - taqsimot vositalariga konteynerlar va taqsimot vositalari kiradi. Konstruktiv belgilarga muvofiq konveyerlar quyidagilarga ajraladilar: burama, lentasimon, gordinsimon, echkisimon, osma, mahkamlangan, g`ildirakchali, plastik.

Yukni ushlab turuvchi moslamalar ko`tarish - transport vositalarining alohida turi sifatida ularning vazifasi va turiga muvofiq quyidagilarni o`z ichiga oladi: donali yuklarni ko`tarish uchun; sochiladigan yuklar uchun; uzun metall prokati uchun; konteynerlar uchun; qurilish va yog`och yuklari uchun; ko`p navli mahsulotlar uchun. Mavjud turkumlashga muvofiq logistik tizim texnik ta`minlanilishi vositalarning ko`p sonli guruhlari yordamchi, ko`pincha omborxona va ko`tarish -transport uskunalari yuqori darajada faoliyat ko`rsatadigan uskunalaridan tashkil topadi.

8.3. Turli xil korxonalarni moddiy boylik manbalari bilan ta`minlash strategiyasi

Turli xil korxonalarni moddiy boylik manbalari bilan ta`minlash strategiyasi moddiy boylik manbalarini taqsimlash, ushbu jarayonni texnik, texnologik, tashkiliy ta`minlash va mahsulotlar muammolari jarayonini tashkil qiluvchi elementlar uch yo`nalishga aniq taqsimlangan.

1. Bozor tadqiqoti, iste`molchilar zaxiralarini aniqlash, raqiblar takliflari va iste`molchilar talablarini o`rganish va bozor iqtisodiyotini boshqarishning boshqa uslublaridan foydalanish asosida sotish bozori, ularni qo`lga kiritish, kengaytirish, saqlab qolish asosida amalga oshiriladigan raqobat kursi.

2. Mahsulotlarni sotish bozorlarini aniqlash va moddiy boylik manbalari muomalasi jarayonining barcha bosqichlarida ularning barcha jismoniy harakatlari bo`yicha hamma operatsiyalar aniq va mukammal o`ylab chiqilgan, rejalashtirilgan va tashkil etilgan ishlab chiqarish jarayonlarini amalga oshirishga mo`ljallangan iste`molchilar buyurtmalari bo`yicha tashkil qilingan.

3. Mahsulotlar muammosi va ishlab chiqarishning barcha bosqichlarida tovar harakatini tartibga solish.

Turli xil korxonalarni moddiy boylik manbalari bilan ta`minlash strategiyasi moddiy - texnika ta`minotini tashkil qilish jarayonida logistika ta`minotlarini tanlash, xomashyo va materiallarni yetkazib berish masalalarini ko`rib chiqadi.

Moddiy boylik manbalarini yetkazib berish uch asosiy variantda bo`lishi mumkin:

- shaxsiy ishlab chiqarish hisobiga;
- mavjud ta'minotchilar hisobiga;
- yangi ta'minotchilarni jalb qilish hisobiga.

Bozor iqtisodiyoti rivojlanishi sharoitida rivojlanish va asosan kichiklari hisobiga yangi ta'minotlarni jalb qilish an'anasi kuzatiladi, bu materiallarning katta bo'lmagan bir to'pini olish imkonini beradi. Ishlab chiqarishning moslashuvchanligini ta'minlaydi va kerak bo'lganda bozor talablariga muvofiq yangi mahsulotlar ishlab chiqarishga o'tishni tezlatishga imkon beradi. Shuning bilan bu bosqichda logistikaning maqsadi asosiy ishlab chiqarishni belgilangan vaqt tartibida, eng kam xarajatlar bilan kerakli moddiy boylik manbalari bilan ta'minlashni rejalashtirish, tartibga solish va nazorat qilishdan iborat.

Ayniqsa, zahiralarini boshqarishda logistikaning ahamiyati katta. Zaxiralar transport, ishlab chiqarish va sotish o'rtasidagi bufer vazifasini bajaradi. Hozirgi sharoitda zaxiralar miqdori tez o'zgarayotgan talab va korxona ishining bir maromdaligini ta'minlash uchun muvofiq bo'lishi kerak.

Logistika tizimlarida zaxiralarni saqlash bilan bog'liq muomala vaqti va xarajatlarini qisqartirishga alohida e'tibor beriladi, bular logistik xarajatlarning asosiy qismini tashkil qiladi. Shu sababli omborxona xo'jaligini tashkil qilish, ortish - tushirish vositalarini qoplanga joylashtirish vositalarini qo'llash va saqlash logistika tizimining muhim sohasi hisoblanadi. Xorijda Kanban, OPT, MRP, MRP-2 nomini olgan, logistikaga asoslangan «aniq muddatda» yetkazib berish tizimi ta'minotini tashkil qilishning keng yoyilgan tizimidir. Kanban tizimi Yaponiya korxonalarida keng qo'llaniladi.

Kanban tizimidan foydalanuvchi yapon firmalari moddiy boylik manbalarini faqat ishonchli ta'minotchilardan xarid qilishga harakat qiladilar va ularni o'z talablariga qaram qilib qo'yadilar.

AQShda rivojlangan OPT (ishlab chiqarish texnologiyasini muvofiqlashtirish) tizimi foydalaniladi. Tizimning asosiy tamoyili ishlab chiqarishda «tor» joylar yoki kamyob resurslarni aniqlash. Misol uchun xomashyo va materiallar, mashinalar, uskunalar, texnologik jarayonlar va xodimlarning ayrim turlari kamyob boylik manbalaridan bo'lishi mumkin. Ishlab chiqarish tizimining rivojlanish sur'ati kamyob resurslardan samarali foydalanishga bog'liq. OPT tizimida ishlab chiqarishning bir kunga, haftaga va hokazo jadvalini shakllantirish amalga oshiriladi, iste'molchilar tomonidan buyurilgan mahsulotlarni ortib jo'natishning nazorati muqobil resurslarni qidirib topish, kerakli materiallar yo'q bo'lganda ularni to'liq holda almashtirish bo'yicha tavsiyalar berish masalalari hal qilinadi.

Eng ma'qul jadvalni shakllantirishda quyidagilar hisobga olinadi:

- ishlab chiqarishning boylik manbalariga bo'lgan ehtiyojini qondirish darajasi;
- boylik manbalaridan foydalanish samaradorligi;
- tugallanmagan ishlab chiqarishga jalb qilingan vositalar;
- jadvalning epchilligi, ya'ni uskunalarini avariya tufayli to'xtab qolganda va moddiy boylik manbalari to'liq yetkazib berilmaganda uni amalga oshirish imkoniyati.

8.4. Omborxona ishining ba'zi bir ko'rsatkichlar hisob -kitobi

Logistika tizimida omborxona ishining ba'zi bir ko'rsatkichlari quyidagilar:

1. Bir xil o'lchamli va konstruktiviyali joylashtiriladigan birliklarni alohida omborxona bo'limlariga joylashtirish kerak.

2. Omborxona bo'limi uzunligi doirasida joylashtiriladigan birliklar tarkibiy qismlarining qat'iy belgilangan miqdori o'rnatiladi.

3. Agar tovarlar bevosita bir-birlari ustiga joylashtiriladigan bo'lsa, ularning miqdori oldindan aniqlanishi va belgilangan miqdordan ortib ketmasligi kerak.

Sarmoyalar kiritishga xarajatlarni omborga joylashtirish texnologiyalarini taqqoslashda baholash ko'rsatkichlari sifatida qaralishi mumkin:

- uskunaning texnik imkoniyatlari va unga ehtiyoj;
- omborxona ob'ektidan foydalanish xarajatlari;
- omborxona xodimlariga ehtiyoj;
- omborxona sig'imining kattaligi;
- omborxona maydonlariga ehtiyoj.

Sarmoya kiritishga xarajatlar omborxona xo'jaligining rivojlanishi quyidagi formula bo'yicha kelajakda omborxona quvvatlariga ehtiyoj va har xil turdagi omborlar quvvati (sig'imi) birligicha solishtirma sarmoyalar kiritish me'yorlarini belgilash asosida amalga oshiriladi:

$$K = E [(Y_{yirik} - S_{us}) \times K_{yig'ma} + S_{us} K_{us}]; \text{ ming so'm}$$

Bu yerda:

E - omborxona ob'ektlari sig'imining o'sishi, ming t;

Y_{yirik} - solishtirma sarmoya kiritishning yiriklashtirilgan me'yori, so'm/sig'im t;

S_{us} - uskunalar uchun solishtirma sarmoyalar kiritishning yiriklashtirilgan me'yori, so'm/sig'im t;

K_{us} - hududlarda uskunalar narxi ortishi koeffitsienti;

$K_{yig'ma}$ - quyidagi formula bo'yicha belgilangan qurilish narxi ortishining yig'ma koeffitsienti.

$$K_{yig'ma} = K_{hud} \times K_{ik} \times K_{zil}$$

Bu yerda:

K_{hud} - qurilish - montaj ishlari narxining oshishini hisobga oluvchi hududiy koeffitsient;

K_{ik} - iqlimiy mintaqalar bo'yicha qurilish - montaj ishlari narxining oshishini hisobga oluvchi koeffitsient;

K_{zil} - zilzilaviy ishlar bo'yicha qurilish - montaj ishlarining narxi oshishini hisobga oluvchi koeffitsient.

Ushbu turdagi uskunaga ($\sum^N$) ehtiyojning pul miqdori quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$\sum^N = \frac{Q_{skp}}{P_m} \times K_{not} \times K_{don}$$

Bu yerda:

Q_{skp} - ushbu turdagi mexanizmlar bilan qayta ishlanishi kerak bo'lgan yuk muomalasining bir qismi, t;

P_m - foydalanish unumdorligi (bir mashina, mexanizmning ishlab chiqarish quvvati) t/s (kub. m/s); t/s (kub. m/s);

K_{not} - yuk kelib tushishi (yuklarni ortish) notekisligining koeffitsienti;

K_{don} - mashinalar, mexanizmlarning bir qismini ta'mirlashda, quvvatlashda, ijarada ekanligi hisobiga ularga ehtiyoj ortishining koeffitsienti.

Ushbu turdagi mashinalar, mexanizmlar va qurilmalarga ehtiyoj miqdori ushbu formuladan kelib chiqqan holda aniqlanadi:

$$\sum_{i=1}^{N_{um}} P_{pi} = \frac{N_{um}}{R_{ur}} \text{ birgalikda}$$

Bu yerda:

$\sum P_p$ - ombor bo'yicha ko'rib chiqilayotgan har xil turdagi mashinalar, mexanizmlar va qurilmalarning yuk ko'tarish qobiliyati miqdori;

R - ushbu turdagi uskunalarning $\sum P_p$ dagi ulushi;

R_{ur} - ushbu turdagi uskunaning o'rtacha yuk ko'tarish qobiliyati, t. %

Mehnat unumdorligi uni oshirishga yo'naltirilgan tadbirlarni hisobga olgan holda belgilanadi;

- yangi texnikani qo'llash;

- ishlab turgan uskunalarni zamonaviylashtirish;

- ortish - tushirish transport - omborxona ishlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish;

- (iste'xona va logistik jarayonlarni boshqarish jarayonini avtomatlashtirish.

Baholovchi omillar soni qisqartirilishi mumkin, ammo baholovchi omillar sonidan hech kim sarmoya kiritishga qilingan xarajatlarni chiqarib tashlashi mumkin emas.

Bizning fikrimizcha, logistik tizimda mahsulotlarni omborga joylashtirish va omborda qayta ishlash samarali foyda qo'rsatishi bir qator muammolarni hal qilish bilan bog'liq. Bularga quyidagilar kiradi:

- logistik tizim ishini strategik rejalashtirishda talab va ishlab chiqarishni bashorat qilish;

- transportni taqsimlash va iste'molchilarga xizmat ko'rsatish jarayonini muvofiqlashtirish muammolarini hal qilish, ya'ni xizmat ko'rsatish joylarida omborxona tizimi tarmoqlarini yaratish, taqsimlovchi omborxona markazlari va iste'molchilar omborlari o'rtasida vazifalarni eng muvofiq taqsimlash, iste'molchilarni guruhlash asosida savdo mintaqalarini bir turga keltirish, ularni ishlab chiqarish joylariga eng mos qilib biriktirish;

- iste'molchilarga transportdan foydalanishga xizmat ko'rsatishning iqtisodiy maqsadga muvofiq ko'lamlari va darajalarini aniqlash;

- logistik tizim modellarini qurish va uning faoliyat ko'rsatishi barqarorligi shartlarini ishlab chiqish;

- logistik tizimning ishonchli ta'minotini yaratish;

- logistik tizimda iste'molchilarga yuqori samarali servis xizmati ko'rsatish rejasini ishlab chiqish.

9 - MAVZU. LOGISTIK AXBOROT TIZIMLARI

9.1. Axborotlar yordamida logistik tizimni harakatga keltirish

Logistik tizim asosida axborot - texnik bazasining tashkil etilishi, boshqarishda zarur bo'lgan strategik va taktik vazifalarni hal etishda axborotlarni yig'ish va ularni ajratib olish asosiy rol o'ynaydi. Axborotlarning xarakteri va uning sifatli ajratilishi qabul qilinadigan qarorlarning natijasiga katta ta'sir ko'rsatadi.

Bu shu narsa bilan bog'liqki, ajratib olingan axborotlar quyidagilarni o'z ichiga oladi, masalan: o'rganilayotgan halqa yoki predmetning material yoki pul oqimlari bilan boshqarilishinigina emas, balki o'sha raqib korxonaning kuchli va bo'sh tamoyillarini baholash hamda u yoki bu masala tamoyillarining echimi va yo'qotish tavakkalligini ham baholaydi. Shunday qilib, gap faqat axborotlar sonida emas, balki strategik va taktik qarorlarni ishlab chiqishda zarur bo'lgan, birinchi navbatda axborotlarning sifatida va ularni to'g'ri ajratib olishdadir.

Logistik tizimning tuzilishi amaliyotda shuni ko'rsatadiki, axborotlarni to'g'ri ajrata bilishda, ularni tahlil qilib, korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlarini o'rganib, axborotlarni yig'ish va tayyorlash asosiy ko'rsatkichlariga e'tibor berish zarurdir. Bunday tahlil, shu soha bo'yicha puxta, qiziquvchi mutaxassislar bilan o'tkazilishi lozim.

Bu sohada ma'lum bo'lgan yo'nalishlardan biri, ya'ni ishchi guruhni tashkil etish bo'yicha shu axborotlardan foydalanuvchi mutaxassislarni jalb etishdir. Raqobat hozirgi zamonda xo'jalik yuritishning asosiy shartlaridan hisoblanadi. Shuning uchun raqiblarni to'g'ri baholash ma'lum miqdorda shu korxonani boshqarishdagi kamchiliklarni ham baholashdir.

Material va pul oqimlarini boshqarishda tez qaror qabul qilish uchun statistik axborotlar, masalan, soliqlar, ishchilarga qo'shimcha ish haqi va hokazolar katta rol o'ynaydi. Bu kabi axborotlar korxona ichida material oqimlarini boshqarishni ularga ma'lum tuzatishlar kiritishning imkonini beradi.

Axborotlarni ma'lum tuzilmaga solish axborotlarning bir ko'rinishi hisoblanadi.

Axborotlarning quyidagi ko'rinishlari mavjud:

1) Marketing bo'yicha axborot:

- mahsulot sotilish tahlili;
- mahsulot sotish bashorati;
- bozorni o'rganish.

Taqsimlanish bo'yicha axborot:

- hisob varaqlari;
- iste'molchilar to'lovi;
- transport nakladnoylari;
- mahsulotga buyurtmalar.

3) Loyiha axboroti:

- ishlab chiqariladigan mahsulotni loyihalash bilan bog'liq bo'lgan logistik xizmatlarga yuklaydilar;

- asbob - uskunalar bo'yicha chizmalar;
- operatsion kartalar;

4) Jamg'armalar bilan boshqarish:

- jamg'armalar hisobi;

- materiallarni boshqarish.

5) Moliyaviy axborot:

- debitorlar bo'yicha hisob-kitob;
- moliyaviy boshqarish.

6) Ishlab chiqarish bo'limi:

- ishlab chiqarish jarayonining to'lov hisobini baholash;
- ishlab chiqarish resurslari bo'yicha hisobot;
- ishlab chiqarilgan mahsulot bo'yicha hisobot;
- umumiy vaqt ichida mahsulot ishlab chiqarish jadvali;
- ishlab chiqarishga buyurtma;
- mahsulot jo'natish bo'yicha talabnoma;
- tovar - material qiymatlarini hisoblash.

7) Ta'minot:

- to'lov raqamlari bo'yicha hisob;
- sotib olish bo'yicha buyurtmalar;

8) Logistik xizmat logistik xizmat bo'yicha yuk xatlarini o'rganib chiqishdir.

- transportni boshqarish.

Logistika axborotlari tizimi sifatining oshishi, mahsulot g'amlab qo'yilishi, jo'natish, omborga joylash, pul oqimlarini ta'minlash masalalarini samarali hal etishda xizmat qiladi. Axborot oqimlarini yig'ish katta foyda beradi, lekin bular xarajatsiz bo'lmaydi.

9.2. Teskari aloqaga ega axborot tizimini boshqarish

Teskari aloqaga ega axborot tizimi tushunchasi asosiy tuzilmani tuzishda, logistik tizimni boshqarishdagi jarayonlarning turli tomonlarini integratsiyalashda asos bo'lib xizmat qiladi. Teskari aloqaga ega axborot atrof - muhit imkoniyati yaratilgan, ma'lum to'g'ri qarorlar qabul qilinib, ular shu muhitni yaxshilashga ta'sir ko'rsatgan joyda mavjud bo'ladi va EHM bazasida logistik axborot tizimlarini ko'rish mobaynida bir qancha tamoyillarga rioya qilinadi va ular quyidagi tamoyillarga amal qiladi.

1. Apparat va axborot modullarini ishlatish tamoyili. Apparat moduli asosida radio apparaturalar bosh vazifasini mustaqil bajarilgan buyum sifatida tushuniladi. Dastur va apparat modullari tamoyiliga rioya qilish shuni taqozo etadi:

boshqaruvning turli darajalaridagi, hisoblash texnikasi va dasturlar bilan ta'minlash;
logistika axborot tizimlari vazifasi foydasini ko'tarish;
ular narxini tushirish;

2. Sharoitdan kelib chiqqan holda bosqichma - bosqich tizimini yaratish tamoyili.

Boshqa avtomatlashtirilgan boshqarish tizimlari kabi EHM bazasida qurilgan logistika axborot tizimlari doimiy rivojlanishdagi tizimdir. Bu shuni bildiradiki, loyhalashtirilayotgan vaqtda doimiy avtomatlashtirilgan ob'ektlarning o'sishini oldindan ko'rish, axborot tizimlari orqali tarqatilayotgan vazifalar va echiladigan masalalar sonini kengaytirish. Lekin shuni nazarda tutish keraki, birinchi o'rinli masalalarni tanlash logistik axborot tizimlarining rivojlanishi va uni foydali ishlatishga katta ta'sir ko'rsatadi.

3. To'g'ri kelgan joyini juftlash.

To'g'ri kelish joylarida, material va axborotlar to'plami, o'z vazifasi chegarasidan o'tib ketadi. Shu to'g'ri kelish joylaridan o'zgaruvchanlik bilan o'tib ketish logistikaning asosiy

vazifalaridan biri hisoblanadi

4. O'zgaruvchan tizim tamoyili.

5. Tizimdan foydalanuvchilarga qulayligi tamoyili «Inson va mashina».

9.3. Logistik axborot tizimlarining turlari

Logistika axborot tizimlari uch guruhga bo'linadi:

- rejali;
- dispozitsion;
- tezkor(vazifa o'taydigan).

Har xil guruhlariga kiradigan logistika axborot tizimlari o'z vazifaviy va ta'minlaydigan tizimlari bilan ajralib turadi. Vazifaviy tizimlari echiladigan masalalar tarkiblari bilan ajraladi. Ta'minlovchi axborot tizimlari o'zining texnikaviy, axborot va matematik ta'minlash elementlari bilan ajralib turishi mumkin. Biz alohida bir axborot tizimlariga to'xtab o'tamiz.

Rejali axborot tizimlari. Bu tizimlar ma'muriy boshqarish darajasida yaratiladi va strategik xarakterli uzoq muddatli echimlarni qabul qilish uchun xizmat qiladi.

Echiladigan masalalar ichida quyidagilar bo'lishi mumkin:

- logistik guruhlar zanjirini yaratish va kengaytirish;
- doimiy - shartli yoki kam o'zgaruvchan berilmalar.

Quyida bir necha misollar keltiramiz:

Termostat harorat bo'yicha axborot oladi va pechning yoqilishi bo'yicha qaror qabul qiladi, harorat ko'tarilsa, pech o'chiriladi.

Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish bo'yicha qarorlar ombordagi jamg'armalar hajmi va mahsulotga buyurtmalar bilan bog'liq bo'ladi.

Teskari aloqaga ega axborot tizimi quyidagi tavsifga ega:

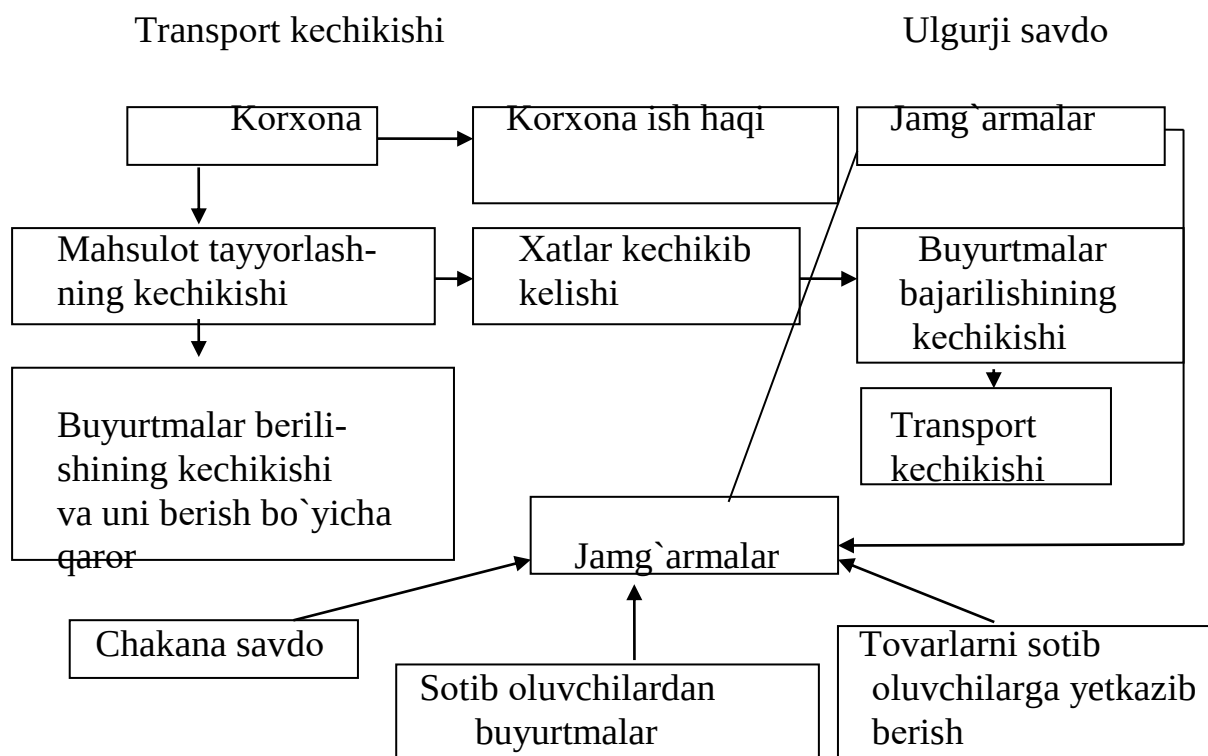
Tuzilma.

Kechikishi.

Tizimning kuchayishi.

Tuzilma tizimda ma'lum qismlarning o'zaro bog'liqligini ko'rsatadi. Kechikish axborotlarni qabul qilishda mavjud bo'ladi.

Axborot tizimining kechikib qabul qilinishi 19-chizmada ko`rsatilgan.



19- chizma. Axborot tizimining kechikib qabul qilinishi

9.4. Logistikada axborot tizimlari ko`rilishi tamoyillari

Tizimlar tamoyillariga ko`ra, har qanday tizim avvalo tashqi omillar bilan izlanishi, so`ng ichki tizimda izlanishi shart. Bu tamoyil tizimning bosqichma - bosqich yaratilishi tamoyilidir. Logistika axborot tizimlarini loyihalashtirish vaqtida bu tamoyilga rioya qilish shart.

Logistika jarayoniga kelish tizimi uch darajaga bo`linadi:

Birinchi daraja. Logistikada materiallar to`plamining ish o`rni harakatlanadi qadoqlanadi va hokazo.

Ikkinchi daraja. Ish joylarini aniqlash va yuklarni transportlash jarayoni, o`tkazilayotgan joyi - hudud, tsex, ombor.

Uchinchi daraja. Bu transportga joylash, butun bir harakat tizimi va bir qator hodisalar zanjiridir. Shu darajada boshlanishidan oldin sotuvchi xomashyoni tushirish payti desa bo`ladi, shu zanjir yakunlanishi esa tayyor mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazib berish bo`ladi.

Rejali axborot tizimlarida logistik tizimni umumiy materiallar to`plami bilan bog`laydigan masalalarni hal etadi. Shu bilan birga «sotuv- ishlab chiqarish-tarqatish» rejasi zanjiri bajariladi. Bu ishlab chiqarishning foydali tizimini tashkil qilishga yordam beradi. Shu bilan birga rejali tizimlar, logistik tizimlar tashqi omil bilan bog`langanday bo`ladi.

Dispozitiv va bajarish tizimlari belgilangan rejalarni qismlarga bo`ladi va ularni ishlab chiqarishning alohida hududlarida bajarilishini ta'minlaydi.

Har xil guruhlarga tegishli bo'lgan logistik axborot tizimlarining kontsepsiyalari asosida ular yakka axborot tizimiga jamlanadi. Ular vertikal va gorizontal integratsiyalarga ajratiladi. Vertikal integratsiya rejali, dispozitiv va boshqarish tizimlari o'rtasidagi aloqa hisoblanadi. Gorizontal integratsiya esa axborot to'plamlari orqali dispozitiv va bajarish tizimlaridagi alohida masalalar majmui orasidagi omil hisoblanadi.

Integratsiyalashtirilgan axborot tizimlarining barcha yutug'i quyidagilarda aks etadi:

- axborot almashuvi tezligi oshadi;
- ishlab chiqarishni rejalashtirish;
- zaxiralarni umumiy boshqarish;
- zaxiralarni boshqarish va boshqa masalalar.

Dispozitiv axborot tizimlari.

Bu tizimlar omborni yoki tsexni boshqarish darajasida yaratiladi. Bu yerda quyidagi masalalar bajarilishi mumkin:

- zaxiralarni qisman boshqarish (ombor joylarida);
 - korxona yoki ombor transportini ishlatish;
 - yuklarni tanlash va ularni joylashtirish, jo'natilayotgan yuklar hisobi va boshqa masalalar.

Bajarish axborot tizimlari. Tezkor yoki ma'muriy boshqarish darajasida yaratiladi. Axborotlarga tizimlarda ishlov berish, EHM ga kelib tushish tezligi amalga oshiriladi. Bu ish jadvali hozirgi vaqtdagi yuklarning harakati haqida axborot olish va ularga nisbatan ma'muriy va boshqarish ta'siri ko'rsatiladi. Bu tizimlar bilan har xil masalalar bajarilishi mumkin: ishlab chiqarishga tezkor xizmat ko'rsatish; binolar, materiallar to'plamini boshqarish va h.k.

Ko'p darajali avtomatlashtirilgan tizimlar material to'plamlarining boshqarilishini barpo etish, dastur bilan ta'minlashni ishlab chiqish uchun sarf qilish bilan bog'liq. Bu bir tomondan, tizimning ko'p vazifaliligini ta'minlaydi, boshqa tomondan esa uning integratsiya darajasini ko'taradi.

Hozirgi paytda etarli darajada yaxshilangan dasturlash paketlari yaratilmoqda. Birgina ular hamma axborot tizimlarida ishlatila olmaydi. Bu integratsiyalar to'plamini boshqarish masalalari echimi boshqarish darajasi andozalariga bog'liq:

-Masalalarni echish, yuqori darajadagi andozalarini rejalashtirish axborot tizimlarida balandroq bo'ladi. Shu yerda tizimlarni ta'minlashga ko'nikish uchun qiyinchiliksiz erishishga yordam beradi. Axborot tizimlarida ularning andoza paketlarini ko'niktirish ayrim sababalarining kelib chiqishi bilan bog'liqdir.

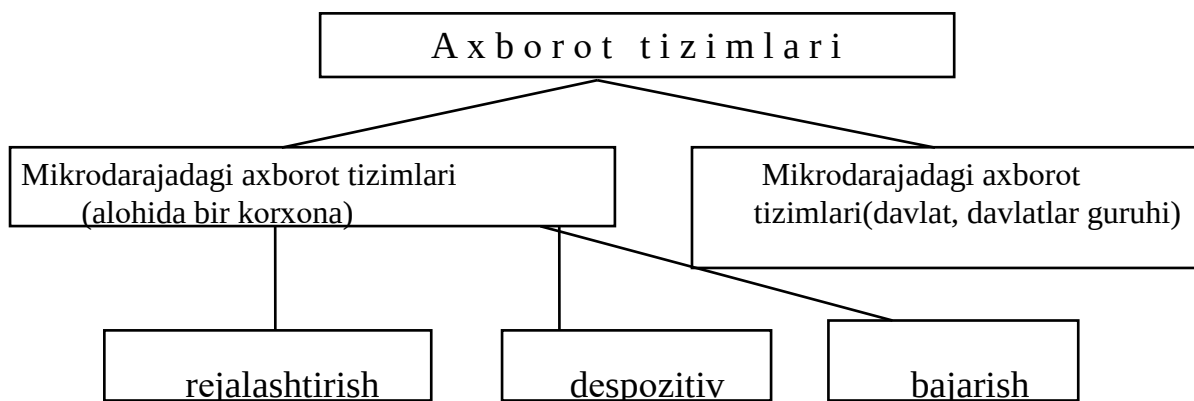
Masalan:

-ishlab chiqarish jarayonining oldindan o'zlashtirib kelinishi va andozalar o'zgarishlariga qiyinchilik bilan keladi;

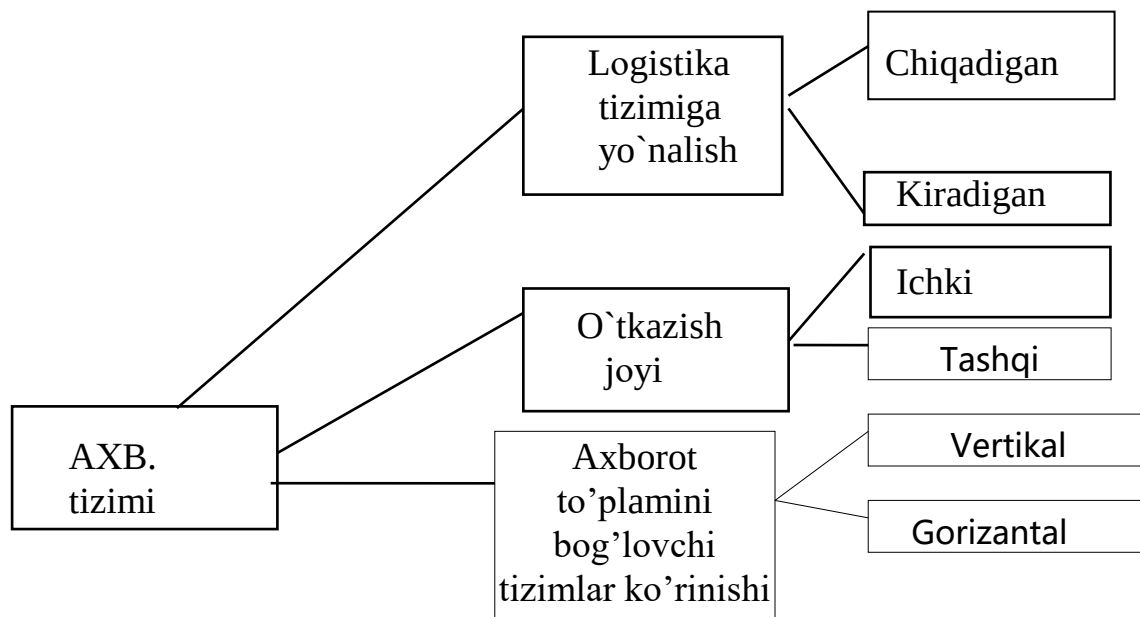
-ma'lumotlar qayta ishlash tizimi, hamma qo'llovchilarda bir xil emas.

Bajaruvchi axborot tizimlarida tezkor darajada qoidadagidek, yakka dasturlarni ta'minlashda ishlatiladi.

Logistikada qo'llaniladigan axborot tizimi turlari 20-chizmada, logistikadagi axborotlar to'plamining turlari esa 21-chizmada keltirilgan.



20-chizma. Logistikada qo`llaniladigan tizimlar turi



21-Chizma. Logistikada axborotlar to`plamining turlari

Tizimning kuchayishi butun axborot tizimi ichida bo`lib, asosan logistik tizimda ma`lum qarorlarni qabul qilishda ko`rinadi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Logistikada axborot tizimlar.
2. Logistika axborot tizimlarining turlari.
3. Logistika axborot tizimlarini ko`rish tamoyillari.
4. Logistika axborot texnologiyalari.
5. Qaysi axborot logistika axboroti bilan ta`minlanadi?

10-MAVZU. XARID QILISH LOGISTIKASI

10.1. Xarid qilish logistikasining vazifalari va faoliyatlari

Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda xarid qilish logistikasining maqsadi, bu ishlab chiqarish jarayonining materiallarga bo'lgan talabini yuqori iqtisodiy samara bilan qondirish hisoblanadi. Lekin bunga erishish uchun xarid logistikasining oldida turgan bir qator vazifalarni bajarish kerak. Bu vazifalarni quydagicha guruhlash mumkin:

- xomashyo va komplekt mahsulotlarni ma'lum bir muddatda yetkazish. O'z muddatidan ilgari olingan mahsulotlar korxonaning aylanma fondiga qo'shilishi mumkin, o'z muddatidan kech olingan xomashyo va materiallar ishlab chiqarish jarayoniga salbiy ta'sir qilishi yoki uning yo'nalishini o'zgartirish mumkin;
- materiallarning talab qilingan miqdori bilan yetkazib berilgan miqdorning o'zaro mos kelishi (talab kilingan kam yetkazilgan mahsulotlar korxona aylanma fondining balansiga salbiy ta'sir qilishi mumkin);
- xomashyo hamda komplekt mahsulotlariga bo'lgan talab sifatini nazorat qilishi. (Talabni qondiruvchi, minimal narxidagi).

Yuqori darajadagi sifatga ega bo'lgan, talabni qondiruvchi materiallarni, minimal narxdagisini izlash, xarid qilish logistikasining iqtisodiy samaradorligi asosini tashkil qiladi. Bozorni o'rganishda, firma oldida turgan asosiy masala narx hisoblanadi, bundan tashqari esa logistika xarajatlari hisoblanadi. Ulgurji xaridor uchun xarajatlarning aniq hisob - kitobi zarur. Chunki, materiallarning, xomashyoning aniq hisob-kitobi ishlab chiqarishning kelajak strategiyasini belgilaydi.

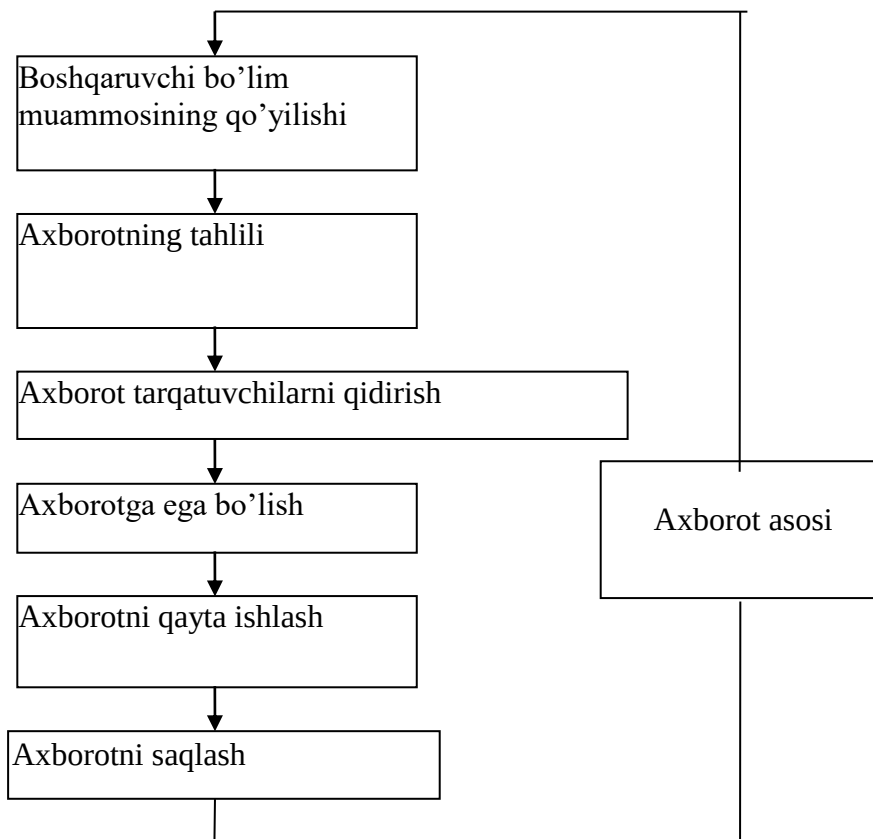
G'arb amaliyotida bir necha umumiy qoidalar mavjud bo'lib, ular faqatgina yetkazib beruvchilar va bank sohasini yaxshilamay, balki korxonaning raqobat kurashida g'olib chiqishini ham ta'minlaydi. Bu kodeks hamkorlarning etik me'yorlarini belgilab beradi.

Uni qisqacha shunday deyish mumkin: muvaffaqiyatli tayyorgarlik va ishlab chikarish asosida, bir tomondan ishbilarmonlar o'rtasidagi yaxshi munosabat yotsa, ikkinchi tomondan kreditor hamda yetkazib beruvchilar bilan yaxshi munosabatlar yotadi. Asosiy e'tiborni kreditorlarga qaratish kerak, chunki firma faoliyatida ularning ishonchi va yordam berishga tayyorligi muhim ahamiyatga ega.

Yetkazib beruvchilar bilan muomala qilishning bir qancha shartlari mavjud:

- yetkazib beruvchilarga, xuddi mujozlardek muomala qilish kerak;
- qiziqishlar umumiyligini namoyish etishni yoddan chiqarmaslik lozim;
- yetkazib beruvchining o'z vazifalari bilan tanishtirib berish va uning faoliyatini nazorat qilish zarur.
- kelib chiqishi mumkin bo'lgan muammolarni hal qilishga ko'maklashishga tayyor bo'lish kerak;
- majburiyatlarni o'z bo'yniga olishni nazorat qilish lozim;
- ish faoliyatidan yetkazib beruvchining qiziqishlarini e'tiborga olish kerak;
- faoliyat doirasida barqaror muloqotni ta'minlash zarur.

G`arb mamlakatlarda iqtisodiyotning yangi sohalari rivojlanishi, sanoati rivojlangan mamlakatlarda tovarlar taklifining kengayishi, xomashyo va materiallar sohasi faoliyatini yanada qiyinlashtiradi. Muvaffaqiyatli savdoni amalga oshirish uchun bozorlar haqida keng axborotga ega bo`lish kerak. Buning uchun bozor tadqiqotlari olib borilishi kerak. Bozor tadqiqotlarini olib borishda muammoning to`g`ri ko`yilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Bozorni tadqiq qilish muammosini echishda eng sodda algoritm korxonaning axborotlar bilan ta`minlanganligida o`z aksini topadi. (22-chizma).



22-Chizma. Korxona axborot bilan ta`minlanganligining samarali tuzilishi

Xomashyo va materiallar bozorini tadqiq qilish ayni vaqtda tadqiq qilinayotgan bozorlar turini aniqlashni ham talab qiladi. Ularni quyidagi guruhlariga bo`lish mumkin:

- bevosita bozorlar (xomashyo va materiallar bozorini ta`minlovchilar);
- o`rinbosar tovarlar bozori (to`la yoki qisman o`rinbosuvchi tovarlar);
- bilvosita bozorlar (yetkazib beruvchilar tomonidan qo`llanadigan bozor);
- yangi bozor.

Bu axborotlar talab, taklif va bozor balansi haqida bo`lib, quyidagi savollarga javob berishi kerak:

- tadqiq qilinayotgan bozorning tuzilishi qanday?
- tadqiq qilinayotgan bozor qanday tuzilishga ega yoki u talab va taklifni qanday muvozanatlaydi?
- bozor tuzilishi qanday yo`llar bilan rivojlantirilishi mumkin?

Bu savollarni chuqurroq o`rganish va ularga to`laqonli javob berish uchun, ko`p hollarda axborotlar quyidagi 3 yo`nalishda beriladi:

- bozorning zamonaviy tahlili;
- bozor kon'yunkturasining o`zgarishi dinamikasi;
- bozor o`zgarishlari haqidagi bashoratlar.

Bozor tadqiqotlarini o`tkazishda iste'molchilar talabi muhim ahamiyat kasb etadi. Bozor tadqiqoti bir firma ichida ham o`tkazilishi mumkin. Shuni e'tiborga olish kerakki, bozor tadqiqotlaridagi juda muhim, qimmatbaho axborotlar aynan bir zavod yoki firmaning ichki faoliyatini nazorat qilishdan olinadi.

Bozordagi xomashyo hamda komplekt materiallarga bo`lgan talabni o`rganish, yangi tovar ustida ish olib borish bilan birgalikda o`tkazildi. Materiallar miqdori, ularni yetkazib berish, materiallar kelib tushishining davomiyligi korxonaning biznes rejalaridan kelib chiqadi.

Bozorni o`rganib va aniq bir yetkazib beruvchilarga to`xtalgan holda savdo bo`limi korxona talab qilayotgan ma'lum bir mahsulotlarni ajratib olishi kerak. Talabni aniqlashtirishda zaxiralarni iste'mol qilishni boshqarish strategiyasi muhim ahamiyat kasb etadi. Talabni o`rganish avvalambor, tovar va xizmatlar sifatiga, miqdoriga ikki xil usul bilan ta'sir qiladi: birinchisi, talabni buyurtmalar bo'yicha o`rganish va talabni rejali, xarajatlar asosida o`rganish; - ikkinchisi, agar talabni buyurtma asosida o`rganishning iloji bo`lmasa, u holda talabni xarajatlar orqali aniqlash usuli qo`llaniladi.

G`arb mamlakatlarida firma tomonidan egalik qilingan tovarlar, ularning turi va sotib olish usullari bilan turkumlanadi. Bu xilma - xillikdan ma'naviy ravishda quyidagi tovarlar turi ajratiladi: xomashyo va asosiy materiallar; yoqilg'i; komplektlovchilar va asbob - uskunalar.

Materiallarni yetkazib berish usullari xilma - xildir. Uzoq muddat saqlash talab qilinmaydigan tovarlar, iste'mol qilinishga juda oz muddat qolganida sotib olinadi. Bir marta yoki doimiy iste'mol qilinadigan materiallar yetkazib berish shartnomasida ko`rsatilgan muddatda sotib olinadi. Bu usullar natijasida firma zaxirasidagi materiallar kamayadi. Xarajatlarni kamaytirish maqsadida ma'lum bir tovar turlari kichik guruhlariga jamlar turlari kichik guruhlariga jamlaa shu maqsadlarda barcha firmalar komp'yuterlarning internetga ulangan aloqalaridan foydalana boshlashlari kerak.

Egalik qilinayotgan tovarlarning narxi - sotish siyosatida eng muhim element hisoblanadi. Savdo narxining tahlilida hisob-kitoblarning bir necha usullari qo`llaniladi:

- kalkulyatsiyaning oddiy usuli (umumiy xarajatlar ko`rsatkichi ishlab chiqarish ko`rsatkichiga bo`linadi);
- ekvivalent ko`rsatkichlar bo'yicha hisob-kitob (xarajatlar, alohida bo`limlar bo'yicha taqsimlanadi va o`rtachasi olinadi);
- doimiy hisob-kitoblar (BTA boshqarish tizimini avtomatlashtirish bazasidagi har bir operatsiyada yuzaga keladigan xarajatlarning aniq hisob-kitobi).

Narxlar tahlili qo`shimcha ish va xizmatlarni ham hisobga oladi. Masalan, maslahatlar berish, hujjatlashtirishga tayyorgarlik, qodoqlash, bojxona bojlari, yetkazib berish va boshqalar. Bunday holatlarda narxlar tahlilining quyidagi usullari qo`llaniladi:

- hamma bosqichdagi narxlar tahlili - mahsulotning paydo bo'lishidan to iste'molchiga yetib borishiga qadar bo'lgan vaqt (ishlab chiqarish xarajatlarini hisobga olgan holda tovarning sof (netto) narxi belgilanadi);
- ish va xizmatlarning umumiy qiymatini hisobga olgandagi narx tahlili (bu yerda nazorat, saqlash va moliyalashtirishga ketgan qo'shimcha xarajatlar ham hisobga olinadi);
- tovarning foydaliligiga asoslanib belgilangan narx tahlili;
- o'xshash tovarlar narx ko'tarilishining yo'nalishi tahlili;
- yangi mahsulotga nisbatan narx tahlili;
 - vaqt oralig'idagi narx tahlili;
- tovarning bir birligiga ketgan xarajatlar bo'yicha narx tahlili;
- sirg'aluvchi narxlar yordamidagi tahlil.

Odatda xaridor tovar narxlarining hammasini bilishi shart emas, buning uchun xaridor va sotuvchi o'zaro xarajatlar xaqida axborot almashsalar etarli. Bular ichiga yetkazib berish haqidagi qisqa muddatli shartnomalar ham kiradi.

Transport xarajatlari moddiy texnika ta'minoti organlarining ham nazorati ostida bo'ladi. Bunda faqat masofaning uzoqligi emas, balki transport turi, yetkazib berish tezligi, tovarlarning qadoqlanishi, tushirish usullari ham e'tiborga olinadi. Transport xarajatlarining asosiy qismini materiallarni saqlash uchun ketadigan xarajatlar tashkil qiladi.

Turli firmalardagi ta'minot xizmatining asosiy vazifasi firmalarga yetkazib beruvchilarni tanlash hisoblanadi. Bu tanlov hozirgi kunda asosan 2 ta usulda o'tkaziladi. Birinchi usul bo'lishi mumkin bo'lgan variantlar va takliflarning tahlili, oldi - sotdi uchun javob beruvchi savdo agenti tomonidan amalga oshiriladi. Eng arzon narxlardan kelib chiqqan holda yetkazib beruvchini tanlash, buyurtma berish, buyurtma bajarilishini nazorat qilish va vujudga kelishi mumkin bo'lgan muammolarni hal qilish savdo agenti zimmasiga yuklatilgandir. Hamma muammolar zamonaviy aloqa vositalari yordamida hal qilinadi. Ikkinchi usul, shikoyatlar hamda yetkazib berishga bo'lgan talab hamkasblar tomonidan umumiy hal qilinishini nazarda tutadi. Tahlil har bir bo'limda bir xilda o'tkaziladi. Bu savdo - sotik bo'limida ham, tovar sifatini nazorat qilish bo'limida ham o'tkaziladi. Uchinchi usul ham mavjud bo'lib, bunda yangi, yaxshi o'rganilmagan bozorni korxona tomonidan ta'minotining qondirilishidir. Bu asosan yangi tovarlarga talabning paydo bo'lishi bilan yuzaga keladi.

1980 - yillarda korxona faoliyatining rejali boshlanishi yaxshi shakllangan korxona faoliyatini rejalashtirishda bir qator omillar hisobga olinadi, xususan: inflyatsiya tezligi; bir qator mamlakatlarda valuta devalvatsiyalanishi, narx o'sishiga ta'sir qiluvchi omil; yetkazib berish bozorida kapital kontsentratsiyasining o'sishi; ishlab chiqarishning texnologiya tomonidan rivojlanishi; yangi materiallarning paydo bo'lishi va boshqalar. Ko'pgina firmaning boshqaruv xodimlari shuni tushunib etishdiki, yetkazib berish bozori bilan bo'ladigan aloqalarning rejalashtirilishi, oldi-sotdi bozorini tahlil qilish va rejalashtirish kabi juda muhimdir.

G'arb mamlakatlarida tovar va komplekt mahsulotlar yetkazilishining sifatli bo'lishi, firmalar ta'minot bo'limining asosiy muammolaridandir. Shuni aytib o'tish kerakki, etarli darajada raqobatchilarning mavjud bo'lishiga qaramay, sifat muammosi dolzarb muammolardan biri hisoblanadi. Ko'pgina G'arbiy Evropa,

Amerika, Yaponiyadagi kompaniyalar o'rtasida kuchli raqobat bormoqda. Bu raqobatda asosiy e'tibor yetkazib berish manbalariga qaratiladi. «ITT Kennon Nort Amerika» bu usulda juda malakali hisob kompaniyani boshqarish tizimida «yetkazib beruvchilarni tanlab olish guruhi» deb nomlangan bo'lim mavjud bo'lib, bu bo'limga material texnik ta'minot bo'limlari, moliyaviy xizmat, ishlab chiqarish bo'limi xodimlari a'zodirlar. Guruh korxona tomonidan qo'yilgan barcha talablarga to'laqonli javob beruvchi ishchilarni, yetkazib beruvchilik vazifasiga qabul qiladi. Yetkazib beruvchining imkoniyatlarini o'rganishda asosan quyidagilar e'tiborga olinadi:

- talab darajasidagi tovarlarni ishlab chiqarishda asbob - uskunalarning mavjudligi;
- kerakli anjomlar bilan dasturda ko'rsatilganligi bo'yicha tovar sifatini tekshirishga sharoitning mavjudligi;
- chiqayotgan xomashyo va materiallarni nazorat qilish, attestatsiyadan o'tkazish;
- ishchilarning nazorat qilinishini aniqlovchi hujjatlar hamda qo'llanmalarining mavjudligi;
- ishlab chiqarishni to'laqonli nazorat qiluvchi hujjatlarning mavjudligi.

G'arbiy Evropa kompaniyalarining ta'minot bo'limi oldida turgan vazifalardan yana biri yetkazib beruvchi resurslar hamda iste'molchi talabining muvozanatini aniqlashdir.

Misol tariqasida «Eripson informeyshn systems» deb nomlanuvchi shved kompaniyasining faoliyatini ko'rib chiqish mumkin. Bu kompaniya o'zining ta'minot tizimini ishlab chiqargan. Bu tizimga ko'ra, savdo markazi yangi tovar ishlab chiqarish bilan bog'lanadi. Bunda firma bo'lajak iste'molchilar talabini qondiruvchi yetkazib beruvchilarni tanlaydi va ularni yangi tovar ishlab chiqarishda qatnashishga undaydi.

Shvetsiyadagi «Saab - Skania» kompaniyasining ta'minot bo'limi vazifasiga quyidagilar kiradi: talablarni qondirishning texnik usullarini topish; texnologiyalarni qayta ishlashda aniq o'zgarishlarni yaratish; korxonani test o'tkazuvchi laboratoriyalar bilan ta'minlash.

Yuqoridagilardan xulosa qilib, korxona ta'minot bo'limining yangi vazifalarini ko'rsatish mumkin. Ular: korxona ichki faoliyat tahlili; dizayni; o'xshashini ishlab chiqarish; tovar ishlab chiqarishga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni hisobga olishdan iborat.

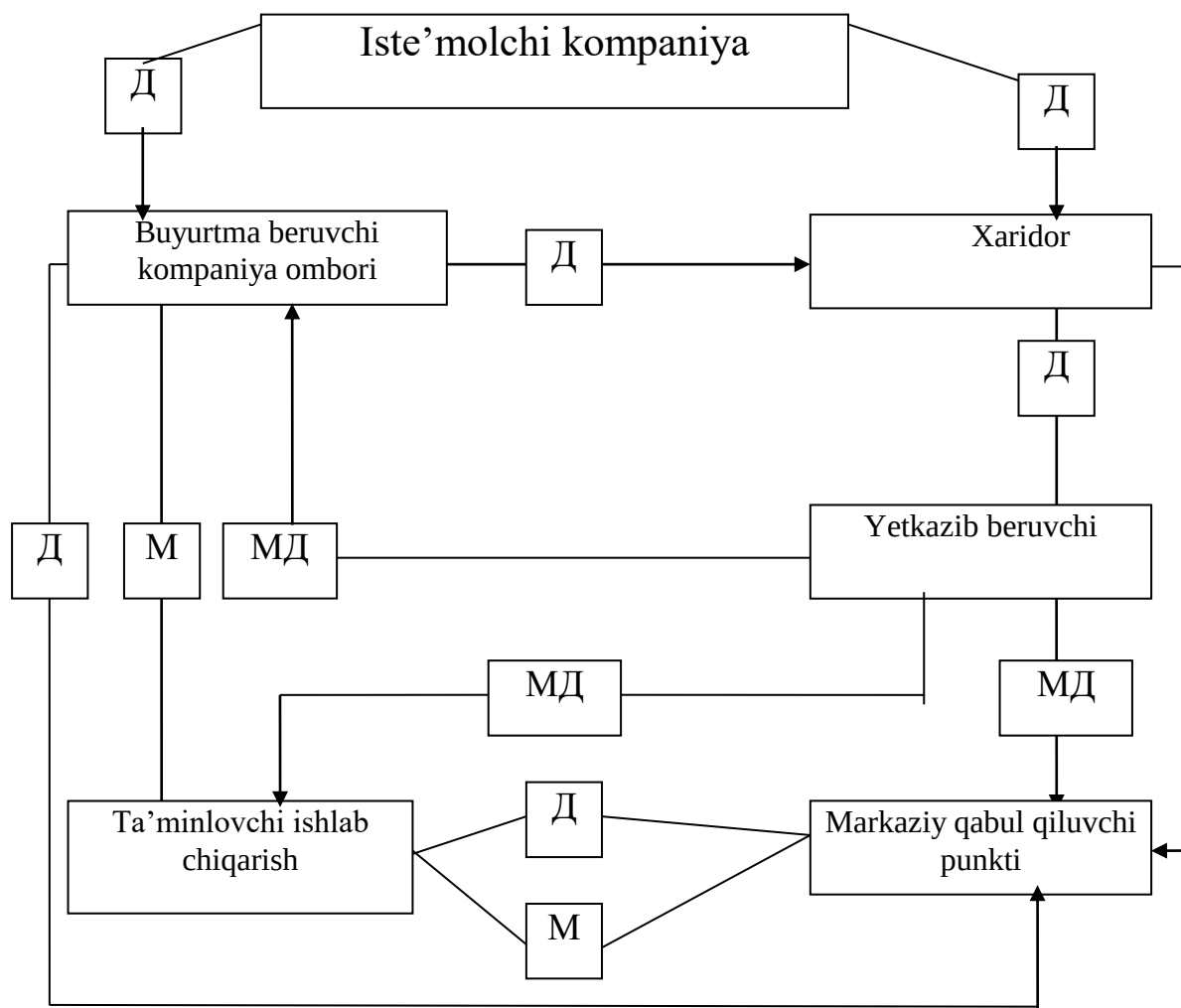
10.2 . Xarid logistikasining amal qilish mexanizmi

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqarishni xomashyo va materiallar bilan ta'minlashning bir qator standart mexanizmlari bor. Masalan, Germaniya Federativ Respublikasining sanoatini materiallar bilan ta'minlash tizimi, yetkazib beruvchi tashkilotlarning omborlar tizimi, markaziy omborlar va ta'minot tashkilotlari omborlariga asoslangan.

Germaniya Federativ Respublikasida material bilan ta'minlashning ma'naviy tizimi zaxiralarni saqlashga asoslanadi. Bu holda ishlab chiqarishga kerakli bo'lgan omborga tovarlarni qabul qilinganligi haqida hujjat tayyorlanadi va bu tovarlar to'g'ridan - to'g'ri ishlab chiqarish maskanlariga jo'natiladi. Talab asosida sotib oluvchi tashkilot buyurtma xarajatlarini rasmiylashtiradi va uni yetkazib beruvchiga

jo`natadi. Yetkazib beruvchi buyurtmani olib, tovarni so`ralgan tashkilotga sotib berishini ta`minlaydi. So`ngra katta miqdordagi tovarlar avtomobil yo`llari yoki temir yo`llari orqali markaziy omborga olib kelinadi. U yerda tovarlarning sifati, miqdori tekshiriladi. Agar hammasi talabga javob beradigan darajada bo`lsa, qismlarga bo`linib, ishlab chiqaruvchi korxonalarga jo`natiladi.

Yuqorida aytib o`tilgan faoliyat chizma ravishda 23-chizmada berilgan. Bu faoliyatni amalga oshirishda savdo bo`limi yoki vositachilar 9-10 ga yaqin hujjatlarni yetkazib beruvchiga topshiradilar. Yetkazib beruvchi esa buyurtmani bajarayotgan paytda markaziy punktga 14 ga yaqin hujjat topshiradi. Umuman, hujjatlarning bu qadar ko`pligi materiallar yetkazib berish faoliyatining an`naviy tizimi doiralar bilan chegaralangan deyish mumkin. Buyurtma beruvchi bilan yetkazib beruvchi, materialga buyurtma tushganidan boshlab, to uning egasiga yetib borishi va qabul qilinishi hamda qo`llanilishigacha bo`lgan davrda hujjatlashtirishning 15 ga yaqin usulidan foydalanadilar. Ularning bir necha nusxada bo`lishini hisobga oladigan bo`lsak, u holda hujjatlar soni 50 dan oshib ketadi.



23-Chizma. GFR dagi moddiy - texnik ta`minotning oddiy chizmasi

Bu yerda: D - hujjatlar,
M - materiallar.

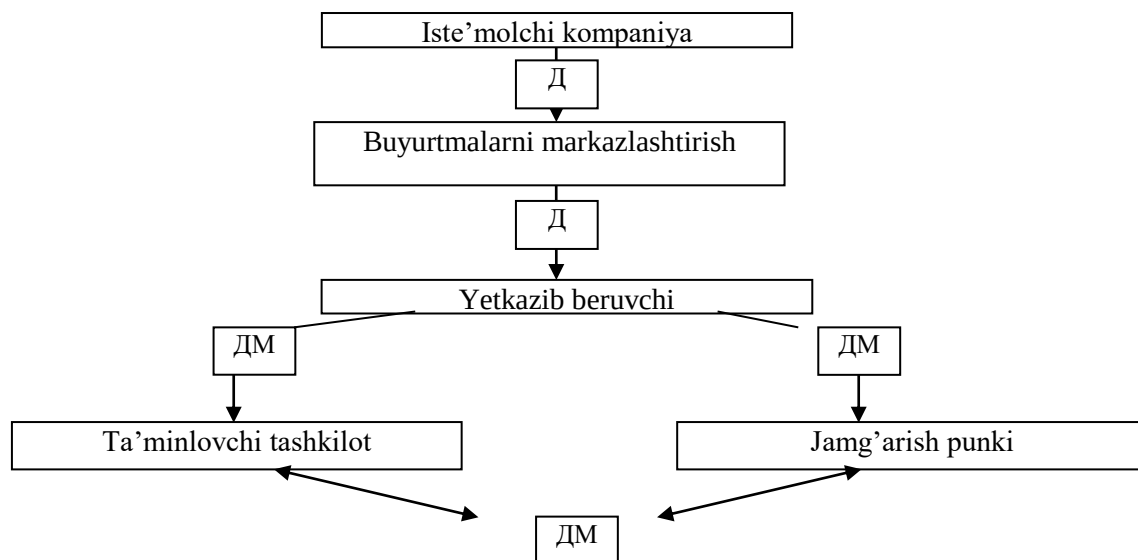
Zaxiralarni saqlash bir qancha miqdorda xarajat hamda ishchi kuchini talab qiladi. Quyida xarajat guruhlari beriladi.

1. Omborxonalarining band bo'lishi;
 - a) bino amortizatsiyasi;
 - b) asbob - uskunalar amortizatsiyasi;
 - v) remont xarajatlari;
 - g) isitish vositalariga xarajatlar, elektr-energiya va suv vositalari;
 - d) ijara to'lovi.
2. Xizmat ko'rsatuvchi ishchilarga xarajatlar:
 - a) Ombor ishchi - xizmatchilari uchun maosh;
 - b) Ishchilarning ijtimoiy himoyasi uchun xarajatlar;
3. Transport vositalari uchun xarajatlar:
 - a) amortizatsiya;
 - b) energiya va yoqilg'i uchun xarajatlar;
 - v) joriy remontlar uchun xarajatlar;
 - g) sug'urta va transport vositalari uchun soliq.
4. Materiallarni saqlash natijasida kelgan zararlar:
 - a) ombor qoravullari va materiallarning eskirishi;
 - b) zanglash va boshqalar;
 - v) inventarizatsiya natijasidagi yo'qotishlar;
 - g) o'g'rilik;
 - d) narxlar tushishi natijasidagi yo'qotishlar;
 - e) zaxiralarni sug'urtalash xarajatlari.

Shuning uchun, bu tizim nisbatan noqulayroq bo'lib, faoliyatni doim nazorat qilishni hamda uni optimallashtirish yo'llarini topishini talab qiladi.

Ishlab chiqarishni materiallar bilan ta'minlashda yetkazib beruvchi firmalar bilan shartnomalar tuzish tizimi o'zini oqladi. Bu tizim XX asrning 70 - yillari oxiri 80 - yillari boshida ishlab chiqilgan bo'lib, bunda faoliyat yuritish bo'limlari nisbatan kamroq. Bu tizim iste'molchi va yetkazib beruvchilar o'rtasidagi munosabatni, yuqorida aytib o'tilgandan ham qisqaroq yo'llar bilan amalga oshiradi. Yuklar birdaniga ishlab chiqaruvchiga emas, balki birinchi navbatda ulgurji savdo kompaniyasiga kelib tushadi. Bu kompaniya o'zining bir necha yirik omborlariga ega bo'lib, asosan xomashyolarni iste'molchi - ishlab chiqaruvchilarga tez yetib borishini ta'minlaydi.

Bu tizim faoliyati 24-chizma berilgan.



D- hujjatlar oqimi,

M- materiallar oqimi.

24-Chizma. Korxonalarda vositachi tashkilotlar qatnashishi bilan bog'liq bo'lgan moddiy texnika ta'minoti

Chizmadan ko'rinib turibdiki, yetkazib beruvchilar yordamida ishlab chiqarilgan buyurtma ombor xo'jaligidagi qayd qilish bo'limiga jo'natiladi. Qayd qilish bo'limi 1 yoki 2 marta shartnomalar tizimi bilan birlashgan yetkazib beruvchilarga buyurtma yuboradi. Yetkazib beruvchi ertasiga so'ralgan materiallarni jo'natadi va ular omborning jamg'arish bo'limiga yig'iladi. Bunda 14ta forma blank o'rniga bittasidan foydalaniladi. Bu blank formula bir vaqtning o'zida ham buyurtma, ham hujjat bo'ladi.

Bu tizim oldingisiga qaraganda bir qator afzalliklarga ega. Birinchi o'rinda ma'muriy xarajatlarni kamaytiradi. Shartnomalar tizimi muzlatilgan kapitalni bo'shatib yuborishga sharoit yaratadi. Iste'molchiga eng qulay tomoni, u istagan paytda o'zining omboridan voz kechishi mumkin. Ulgurji savdo kompaniyalari ham turli xil xizmatlari bilan iste'molchilarni o'zlariga jalb qilishlari mumkin.

Bu tizimning eng kulay tomon tezkor tovarlar yetkazib berishni ham tashkil qilish mumkinligidir. Katta assortimentdagi tovarlarni saqlovchi ombor xo'jaligi 24 soatda iste'molchiga kerakli tovarni yetkazib berishi mumkin. GFR ning tajribasiga ko'ra, xususiy omborlar talabning 50 - 60 %ini qondirishi mumkin. Vositachi firma omborlari esa talabning 90 %gacha bo'lgan qismini qondirish mumkin.

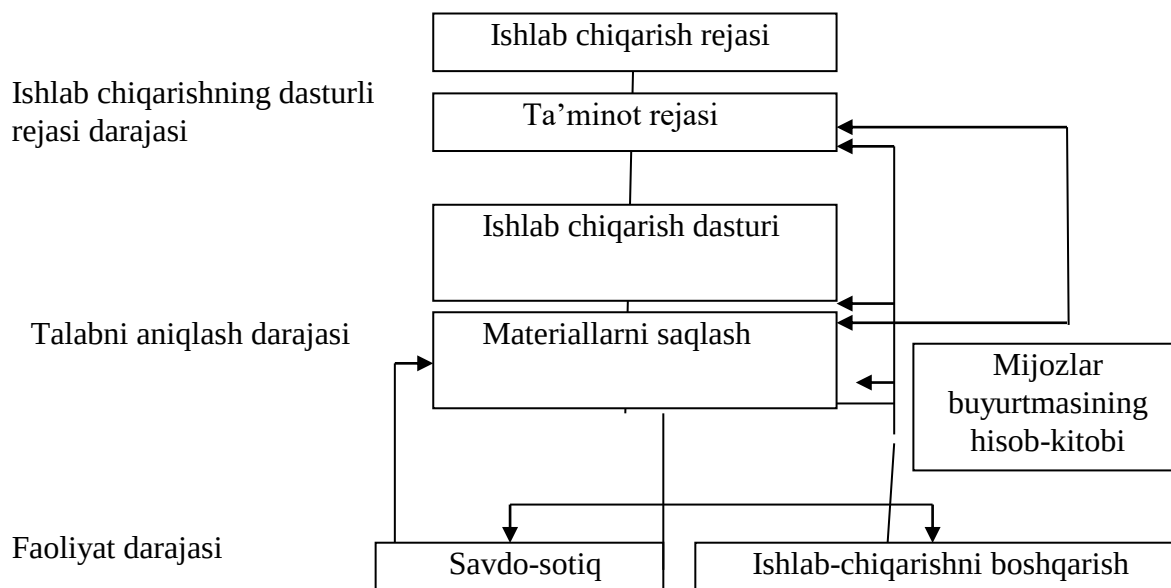
Rivojlangan bozor sharoitida ta'minotning logistika bo'limining asosiy muammosi talab ehtiyojlarining tez o'zgarishidir. Bu ko'pincha yetkazib beruvchida ishlab chiqaruvchiga kerak bo'lmaydigan tovarlarning yig'ilib qolishida o'z aksini topadi.

Oxirgi o'n yillikda ta'minotning bir qator usullari ishlab chiqilgan bo'lib, u ishlab chiqarishning aniq bir talabini qondirishga mo'ljallangan. Ular quyidagilar:

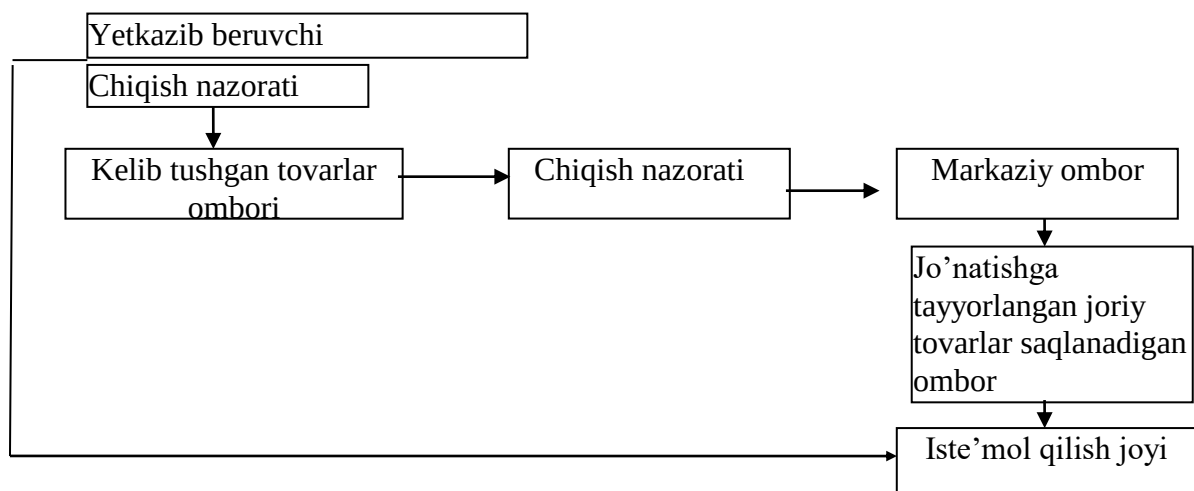
- kanban usuli (Yaponiyada ishlab chiqilgan usul bo'lib, umumiy ishlab chiqarishni materiallar bilan ta'minlashga mo'ljallangan oxirgi talabni hisobga oladi);

- talab va materiallarni rejalashtirish tizimi. (25 - chizma). Bu 3 bosqichda amalga oshiriladi: birinchisi dasturli rejalashtirish, ikkinchisi materiallarni taqsimlash va uchinchisi savdoni nazorat qilish;
- «Aynan vaqtida» usuli, bu usul zaxiralar to`planib qolishining oldini oladi. (26 - chizma);
- talab bo`yicha ta`minot tizimi, bunda uzoq muddatli ma`lum shaklli shartnoma yetkazib beruvchilar bilan tuziladi. Materiallar bosqichma - bosqich iste`molchiga yetkazib turiladi;
- «bashorat ko`rsatkichlari» usuli (katta miqdordagi materiallarga talab ma`lum darajada hujjatlashtiriladi va talab asosida materiallar yetkazib beriladi);
- iste`molchi va yetkazib beruvchi o`rtasidagi kerakli ma`lumotlarni internet orqali almashish usuli. Buyurtma kelib tushgandan so`ng, qolgan hamma ma`lumotlar kompyuter orqali olinadi.

Zamonaviy savdo uchun oldindan talab qilinadigan materiallarni bashorat qilish xosdir. Bashoratning chuqur o`rganilishi zaxiralar miqdori, yetkazib berishga va ta`minotga tayyorligini belgilaydi. Bashorat asosida ta`minot rejasi tuziladi. Ta`minot shunday balanslashtirilishi kerakki, uning asosida ishlab chiqarishning bosqichli dasturi tuziladi. Mana shu dastur materiallarni ishlab chiqarishga ta`sir qiluvchi omil bo`ladi. 25-chizmada ishlab chiqarishning dasturli rejasini ishlash chizmasi berilgan.



25-Chizma. Ishlab chiqarishning dasturli rejasini ishlash chizmasi.



26 - Chizma. «Aynan vaqtida» ta'minot tizimi

4-jadval

Ishlab chiqarishni talab bo'yicha ta'minlash tizimi

I chorak	II chorak	III chorak	IV chorak
2000ta detal	2500ta detal	3000ta detal	2500ta detal

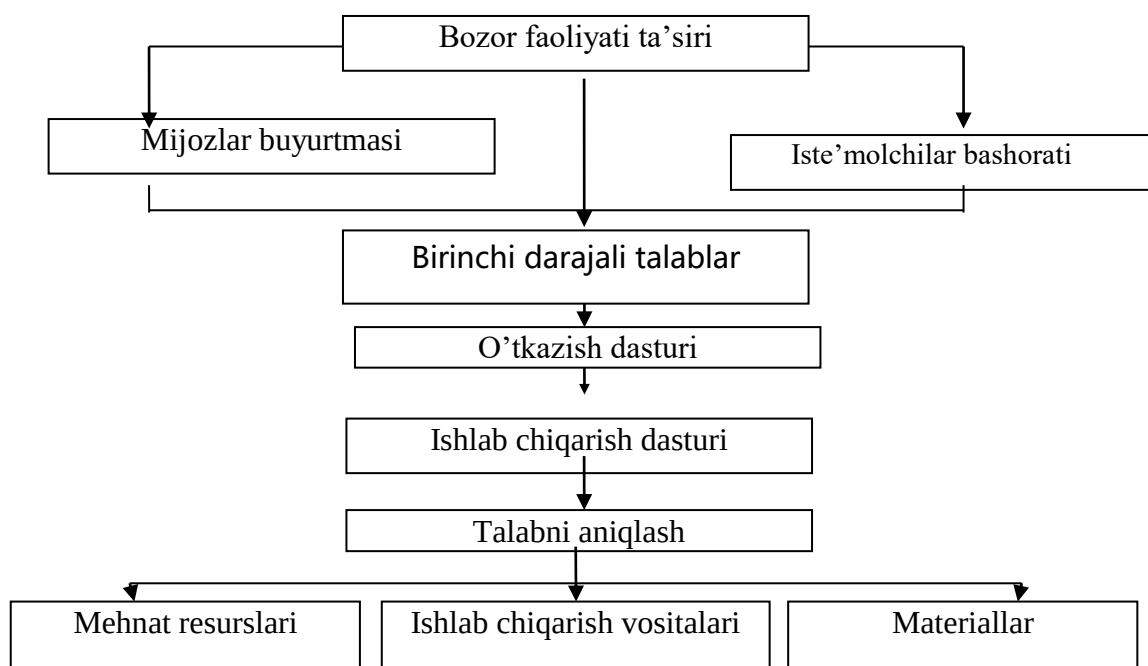
Hafta	1	2	3	4	5	6
Yetkazib berish	180	170	216	195	200	210
	180	350	560	755	955	1165

Aniqlash tirilgan talab	Kun	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Yetkazib berish	30	25	36	24	55	60	55	55	25	40
	Taqsimlash zonasi	30	55	81	105	160	220	275	330	355	395

Talab qilinayotgan material, xomashyolar aniq bo'lgandan so'ng korxonalar faoliyat yo'nalishini belgilaydilar va sotib olishni tashkil etadilar. Shartli ravishda sotib olishning an'anaviy va operativ usullari bor. Operativ ta'minotning eng samarali usuli «Aynan vaqtida» deb nomlanadi. Bu usul Yaponiyada 1950 - yillarda tashkil topgan bo'lib, keyinchalik Evropa va AQSh da davom ettirilgan. Bu usulning asosiy maqsadi uzoq muddatli shartnoma bo'yicha savdo - sotiq va ta'minot buyumlarini o'z vaqtida, oraliq omborlarni chetlab o'tgan holda to'g'ridan - to'g'ri ishlab chiqarish liniyasiga yetkazib berishdan iborat.

«Aynan vaqtida» usuli asosan avtomobil ishlab chiqarish sohasida rivojlangan. Bunga misol qilib, «Mercedes - Bents» zavodining yig`uv tsexiga avtomobil o`rindiqlarini yetkazib berishni keltirish mumkin.

Yetkazib berishni asosiy ishlab chiqarishdan 6 km uzoqlikda joylashgan «Kayner-Rekaro» firmasi amalga oshiradi. Oldindan rejalashtirish 6 oygacha amalga oshiriladi. Bu o`z ichiga yetkazib berishdan tortib to taxminiy talablarni ham oladi. Yetkazib berishni aniqlashtirish fazasi avtomobil yig`ish boshlanishidan 15 kun ilgari amalga oshiriladi. Iste`molchining talabidan kelib chiqqan holda firma bir hafta oldin ishlab chiqarish rejasini tuzadi. Yig`uv ishlari boshlanishidan oldin zavodga buyurtma beriladi. Maksimum yig`uv ishlari boshlangandan so`ng 6 soatdan keyin tsexga talab qilingan o`rindiqlar yetkazib beriladi.



Resurslarni balanslashtirish	
1. Ishlab chiqarish qudrati	1. Xarid
2. Mehnat manbalari	2. Zaxiralar
3. Ishlab chiqarish vositalari	

27-Chizma. Ishlab chiqarishni dasturli rejalashtirish jarayoni

Yuqorida aytib o`tilgan faoliyat an'anaviy ta'minotda umuman boshqacha tus oladi. Masalan, Amerika kompaniyalarida tovarlar bilan ta'minlashning quyidagi usullari qo`llaniladi: sotib olinadigan partiyani aniqlash; yetkazib beruvchilarni tanlash; yetkazib beruvchilarni baholash; nazorat tashkiloti; munozaralar va shartnomalar tuzish; yetkazib berish usulini tanlash; hujjatlashtirish; qadoqlash.

Tezkor va an'anaviy ta'minot bir - biridan tubdan farq qiladi. Masalan, an'anaviy ta'minotda tovarlar katta hajmda uzoq vaqt oralig`ida yetkaziladi. Tezkor ta'minotda hajman katta bo`lmagan tovarlar guruhlarini tez-tez jo`natib turiladi. An'anaviy ta'minot (AT)ni

baholashda 2-% gacha brakka yo'l qo'yiladi. Tezkor ta'minotda brakka umuman yo'l qo'yilmaydi. AT shartnomasi mazmuni - iloji boricha arzon narxda material olish. Tezkorning esa - yuqori darajadagi sifatga ega bo'lgan materiallarni olish. AT ga asosan, sotib oluvchining uch xil talabini qondiruvchi yetkazib beruvchi tanladi, ular: sotib olinayotgan tovar sifati; yetkazib berish shartlari; narxi. Yetkazib beruvchining faoliyatini baxolash, oyda bir yoki chorakda bir amalga oshiriladi. Amerika kompaniyalarida yetkazib beruvchilar har oy sinovdan o'tkaziladi va baholanadi.

AQSh ning AT tajribasiga asosan, mahsulot sifatiga qabul qilish bo'limi javobgar hisoblanadi. Yaponiyada esa bunga yetkazib beruvchi javobgar hisoblanadi va u materialni to'g'ri ishlab chiqarish liniyasiga olib boradi. Hozirgi kunda ko'p AQSh kompaniyalari tovar sifatida javobgarlikni yetkazib beruvchi zimmasiga yuklashmoqda. Masalan, «Nissan - Amerika» «Djeneral motors - Byuik», «Xyullet - Pakkard» kabi kompaniyalar materiallarni qattiq nazorat ostiga olmay, to'g'ri ishlab chiqarish yo'liga jo'natishmoqda.

Bunday yetkazib berish usullarini o'rganayotgan xaridorni qiziqtiradigan narsalardan biri bu raqobatchilardir. Chunki raqobat mavjud bo'lsa, xaridor iloji boricha yuqori darajadagi sifatga ega bo'lgan materialni sotib olishi mumkin. Bundan tashqari, raqobatning yo'qligi narxga ham ta'sir qiladi. Agar raqobat mavjud bo'lmasa, materialning tannarxi haqiqiysidan ancha qimmat bo'lib ketadi. Bu esa ishlab chiqarish xarajatlarini ko'paytiradi. AQSh va Evropa kompaniyalari jahon bozori ta'minotida tarixiy - vertikal integratsiya qo'llanilishiga qarshilik bildirmoqda. Chunki, ular asosiy materiallar - uzellar, detallarni asosan Yaponiya va Meksika hamda Braziliya kabi rivojlanayotgan mamlakatlardan keltiriladilar. Buni avtomobil sanoatida yaqqol ko'rish mumkin: AQShda 1982 yildan beri avtomobil detallari importining darajasi ko'tarilishi kuzatilmoqda. Maslan, 1985 yilda AQSh Yaponiyadan 3 - milliard AQSh dollariga teng miqdorda uzal va detallar sotib olgan, Meksikadan 4 - milliard dollarga yaqin, GFR - dan 5,5 - milliard dollar, Braziliyadan 6 - milliard dollar. 1985 yildan 1992 yilgacha bo'lgan davr ichida import darajasi 50 - 60 - % ga o'sgan.

Detal va komplekt mahsulotlarining milliy chegaralardan oqib kirishining o'sishi 5 sababga asoslanadi:

- chet elda ishlab chiqarish xarajatlarining nisbatan kamligi;
- detallar texnik parametrlarining yaqinlashishi va bular asosida ishlab chiqarish masshtablarini kengaytirish mumkin;
- rivojlanayotgan mamlakatlarda soliq to'lovlarining nisbatan pasligi.
- ishlab chiqarish firmalarining xalqaro qo'shilishi;
- detallarni arzon ishlab chiqarishning xalqaro bazalarini izlash.

Ishlab chiqarishni material va texnologiya bilan ta'minlash strategiyasini ishlab chiqishda bir qator hisob-kitoblar amalga oshirilishi kerak. Bu jarayonni amalga oshirishda ishlab chiqilgan strategiya quyidagi savollarga javob berishi kerak:

1. Yuk tashishga talablar qanday?
2. Qanday xizmatlar kerak bo'ladi?
3. Material – texnik ta'minotda qanday informatsion - texnologik usullardan foydalaniladi?
4. Yetkazib beruvchilar va transportirovka qiluvchilarni qanday usullar bilan attestatsiyadan o'tkazish mumkin?
5. Material - texnik ta'minotni optimallashtirish uchun qanday vositalardan foydalanish kerak.

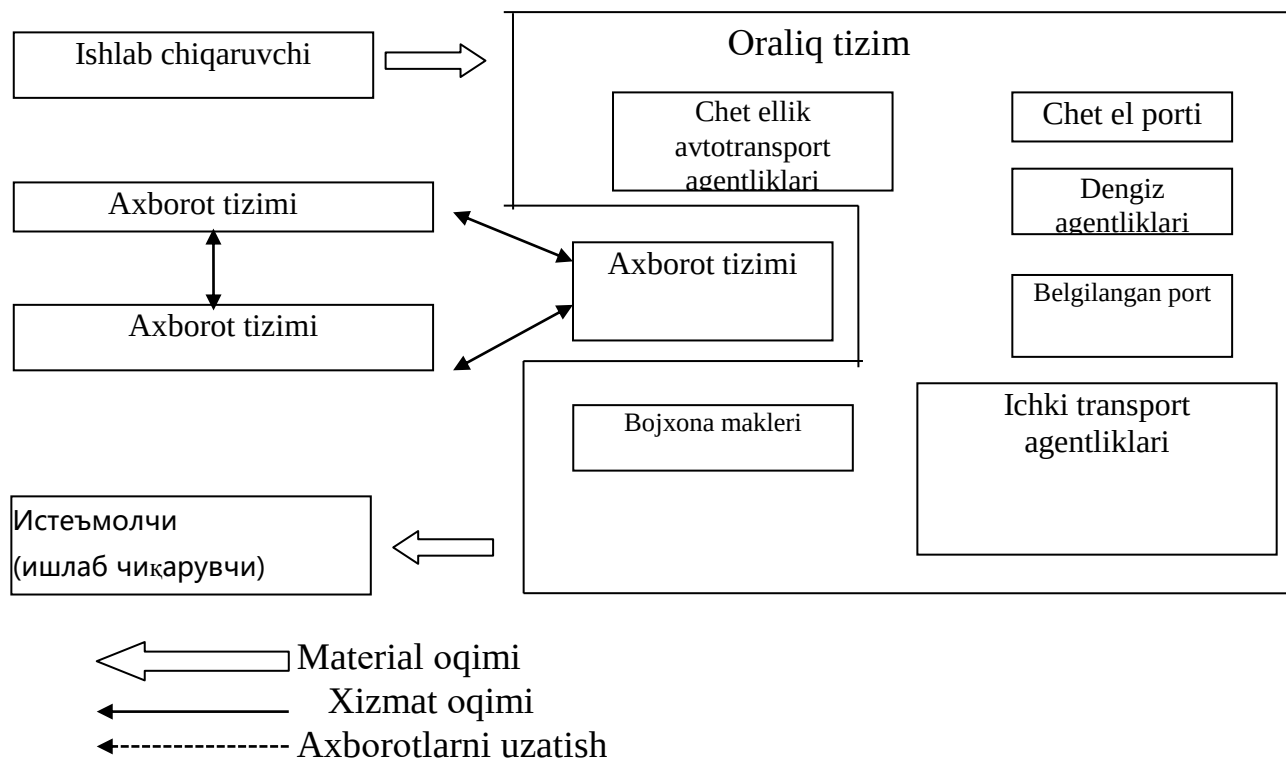
Ta'minot tizimi, minimal darajada zaxiralar mavjud bo'lgan paytda juda samarali hisoblanadi. Bu tizimning to'g'ri amal qilishi uning tuzilishiga bog'lik. Tuzilma odatda 4 asosiy elementdan tashkil topib, ta'minot tizimini shakllantiradi. Tizim elementlari faoliyatining ichki tuzilmasi 28-chizmada berilgan.

Berilgan chizmadan kirinib turibdiki, tizim asosan 3 ta elementdan tashkil topgan: yetkazib beruvchi, oraliq tizimlar va iste'molchi. Iste'molchi va yetkazib beruvchilar uqida bqorida aytib itildi. Endi oraliq tizimlar (yetkazib berish vositalari)ga kelib tiotalamiz. Tizimning asosiy qismi, tovarni yetkazib berishni ta'minlash uqisoblanadi. Bu tizimning asosiy parametrlariga: tovarlar konöentraöiya æoyi, bkarni tushirish porti, dengiz trasport agentliklari, boæöona nazorati maskanlari va ichki avtomobilü uqamda temir yil kompaniyalari kiradi. Bu omillar ta'minotni tashkil qiluvchi zanæir bilaklaridir.

Bk tushirish portini tanlash öulosasi, asosan chet elda, mustaqil podryadchikni tanlashga asoslanadi. Mustaqil podryadchik yetkazib beruvchi bilan bir xududda æoylashadi. Yetkazib beruvchidan 1 necha 1000 km uzoqlikda æoylashgan ishlab chiqaruvchi firma uqamma tashkiliy ishlarni baæarish imkoniyatiga ega emas. Mustaqil podryadchik «uchinchi tomon» bilib, butun tizim ishga tushiriladi.

Tovarlarni dengiz orqali olib o'tish, uni tashish, tushirish va yetkazib beruvchidan iste'molchiga yetib borishini ta'minlovchi - yetkazib berish kompaniyasini tovar egalarining o'zlari tanlaydilar. Bunda ular xizmat sifatiga va narxga katta e'tibor beradilar.

Uchinchi tomon



28-Chizma. Chet eldan ta'minot tizimining faoliyat tuzilishi

Bu harakatlarni amalga oshirishda, faoliyat asosida tizimli yondashuv yotadi. Tizim yetarli darajada egiluvchan bo'lib, bir yetkazib beruvchidan, ikkinchisiga bo'lgan bog'lanish maqsadga muvofiq narxda bo'lishi kerak.

Chet el yetkazib beruvchisidan Rossiyaga tovar yetkazib berishdagi namunaviy tizimini «Global odin» kompaniyasi misolida ko'rish mumkin. Bu kompaniya

telekommunikatsiya xizmatlari bilan shug'ullanadi. Tovar yetkazib berish faoliyati bir necha bosqichlarga bo'lingan:

-yetkazib beruvchi bilan Rossiya kompaniyasi o'rtasidagi shartnomaning tuzilishi;

-yuk tashuvchilarni tanlash va ular bilan shartnoma tuzish;

-yetkazib beruvchi tomonidan tovarlarni yuklash;

-rossiya bojxonasigacha yuk tashishni tashkil qilish; (28-chizma);

-rossiya bojxonasi tomonidan yukni hujjatlashtirish va bojxonaning import faoliyati bilan shug'ullanuvchi brokerlari bilan ishlash.

-rossiya bojxonasidan ishlab chiqarish korxonasining omborigacha yuk tashish;

-kompaniya omboridan buyurtmachigacha yuk tashish.

Yuk tashish majburiyati - ishlab chiqarishda muhim muammo hisoblanadi va u turli firmalarda turlicha hal qilinadi. Bu masala ustida iqtisodchilar orasida juda ko'p tortishuvlar bo'lib o'tgan. Masalan, AQSh da tovarni yetkazib berish juda qimmat bo'lganligi uchun bu faoliyat bilan alohida kompaniyalar shug'ullanadi.

Albatta, material-texnik ta'minotda iqtisodiy, geografik, siyosiy vazifalar ham, uning kelajakdagi faoliyatiga o'z ta'sirini ko'rsatadi.

10.3. Xaridorni rejalashtirish

Xaridor (ta'minot) logistikasi logistika tizimining birinchi elementi bo'lgan xomashyo, material va yordamchi qismlarni xarid bozoridan korxona omborigacha harakat qilish jarayonini o'zida aks ettiradi. Xaridor logistikasining samarali amal qilishi uchun mahsulot ishlab chiqarishga aynan qaysi material zarurligini bilish, xaridorlar rejasini tuzish lozim. Unda quyidagi ta'minot vazifalari hal qilinishi lozim:

- iste'molni aniqlash va tahlil qilish, buyurtma berilgan materiallar miqdorini hisoblash;
- xaridor uslubini aniqlash;
- narxlar muvofiqligi va shartnoma tuzish;
- yetkazib berish muddati, sifati va miqdori ustidan nazorat o'rnatish;
- tovarlarni omborga joylashtirishni tashkil qilish.

1. Iste'molni aniqlash va tahlil qilish, buyurtma berilgan materiallar miqdorini hisoblash

Xaridorlarni rejalashtirish jarayonida quyidagilarni aniqlash zarur:

- qanday materiallar talab qilinadi;
- mahsulotni ishlab chiqarish uchun kerak bo'ladigan materiallar miqdori;
- ular kerak bo'ladigan vaqt;
- talab qilinadigan omborlar maydoni;
- xarid xarajatlari;
- korxonada ayrim detallarni mustaqil ishlab chiqarish imkoniyati.

Iste'molchiga oxirgi mahsulotni yetkazib berish vaqtidan kelib chiqqan holda yetkazib berishning brutto iste'moli mavjud. Brutto iste'moli keyinchalik netto

iste'moliga o'tkaziladi. Bunda quyidagilar hisobga olinadi: naqd zaxira; buyurtma berilgan materiallar va rivojlantirilgan ishlab chiqarish.

Logistikada materialga ehtiyojni aniqlashning boshqa usullari:

- Determinatsiyalashgan;
- Stoxastik;
- Evristik.

Birinchi usul - buyurtmani bajarish davri, miqdor hamda muddat bo'yicha materiallarga ehtiyoj ma'lum bo'lganda qo'llaniladi. Ikkinchisi - hisob - kitoblar uchun matematik statistik usullar asos bo'lgan ehtiyoj uchun qo'llaniladi. 3-usul yordamida ishlarning tajribasiga ko'ra ehtiyoj aniqlanadi.

Ko'rib o'tilgan barcha usullar o'zining ijobiy va salbiy tomonlariga ega. Bu usullardan birini tanlash quyidagilarga bog'liq:

- firma yo'nalishi;
- buyurtmalar imkoniyati;
- mahsulot turi;
- omborlar turi va soni;
- zaxiralar holati ustida nazorat tizimi.

2. Xarid usulini aniqlash

Xarid usulini tanlash oxirgi mahsulot murakkabligiga komplektlanuvchi mahsulot va materiallarning tarkibiga bog'liq. Xarid qilishning asosiy usullari:

- ulgurji xarid;
- mayda partiyalar bilan doimiy xarid;
- ehtiyoj me'yoridagi xarid.

Tez - tez qo'llanuvchi usullardan ayrimlarini ko'rib o'tamiz:

1. Tovarlarning bir guruhli xaridi.

Afzalliklari: hujjatlarni rasmiylashtirishning oddiyligi; barcha tovar guruhlarini yetkazishning kafolati; savdo chegirmalarining yuqoriligi.

Kamchiligi: katta maydondagi omborlarga ehtiyoj; kapital aylanishining sekinlashuvi.

2. Mayda guruhlar bilan doimiy xarid.

Afzalliklari: kapital aylanishini tezlashtiradi, ombor maydonlarini tejaydi; yetkazib berishni hujjatlashtirish xarajatlari kamayadi.

Kamchiliklari: zarar keltiradigan tovarlarning zarurati.

3. Zarurat darajasida tovar olish.

Uning o'ziga xos xususiyatlari quyidagilar: yetkazib beriladigan tovarlar miqdori o'rnatilmaydi balki taxminan belgilanadi; tovar yetkazib beruvchilar har bir buyurtmani bajarishdan oldin sotib oluvchilar bilan bog'lanishadi, yetkazib berilgan tovaragina pul to'lanadi va h.k.

Afzalliklari: qat'iy majburiyatlar yo'qligi; kapital aylanishining tezlashishi.

4. Tez o'tkazish sharti bilan tovar xaridi. Bu uslub tez-tez qo'llanilmaydigan tovarlar uchun ishlatiladi. Kamchiligi rasmiylashtirish bo'yicha xarajatlarning oshishidir.

3. Buyurtmani hujjatli rasmiylashtirish

Xaridni hujjatlashtirish bo'yicha standart hujjatlarda quyidagi holatlar ko'zda tutishi lozim: 1) Hujjat nomi; 2) Tartib raqami; 3) Kompaniya nomi va manzilgohi; 4) Buyurtma uchun javobgarlik; 5) Sana, tovar yetkazib beruvchi nomi va manzilgohi; 6) Yetkazib berish muddati va yetkazib beriladigan tovarlar miqdori; 7) Tovar tavsifi; 8). Mol yetkazib berish manzilgohi; 9) Narx; 10) Hisob - kitob.

4. Xarid va ishlab chiqarishni tashkil qilish

Ehtiyoj aniqlangandan keyin firma oldida tovarni xarid qilish yoki uni o'zi ishlab chiqarish muammosi turadi. Buni hal qilish uchun quyidagilarga e'tibor qilish kerak: yetkazib berish narxi; buyurtmani rasmiylashtirish xarajati; yetkazib berish; sug'urta; qadoqlash, omborga joylashtirish; qayta ishlash, xomashyo, energiya, ishchi kuchi, xarajatlari, solishtirilgandan so'ng firma sotib olish yoki ishlab chiqarish to'g'risida ma'lum qarorga kelishi mumkin.

5. Yetkazib berilgan mahsulotni olish va kodlashtirish

1. Mahsulotni qabul qilish uchun birinchi navbatda quyidagilarga ishonch xosil qilish lozim:

Tovar:

- a) kerakli miqdorda;
- b) kerakli sifatda;
- v) tovar yetkazib beruvchisidan;
- g) kelishilgan vaqtda;
- d) kelishilgan narxda qabul qilingan.

2. Yetkazib berishni rasmiylashtirish. Operatsiyalarni to'g'ri bajarishda hujjatlarni rasmiylashtirishga e'tiborli bo'lish kerak.

Buyurtma nusxasi iste'mol bo'limiga jo'natiladi. Yuklash hujjati mahsulot jo'natishga tayyor bo'lgandan keyin tuziladi. Kuzatib boruvchi yo'lda tovarlar bilan birga bo'lishi kerak va h.k.

Yetkazib beruvchi hujjatida quyidagilar ko'rsatilishi kerak:

- jo'natuvchi nomi va manzilgohi;
- mahsulot tavsifi;
- joy miqdori;
- yetkazib berish xususiyatlari;
- yetkazuvchi nomi.

Tovar olganligini tasdiqlash hujjati iste'mol bo'limi va buxgalteriyaga nazorat uchun beriladi.

10.4. Mol yetkazib beruvchi tanlovi

1. Takliflarni qabul qilish va baholash

Doimiy mol yetkazib beruvchilardan taklif olish va uni baholash jarayoni turlicha tashkil qilinishi mumkin. Keng tarqalgan va samaralisi quyidagilar hisoblanadi:

1) Tanlovli savdo.

2) Mol yetkazib beruvchi va iste'molchi o'rtasida yozma kelishuv.

Tanlovli savdo (tenderlar) doimiy mol yetkazib beruvchilarni izlashning keng tarqalgan shaklidir. Tenderlarni o'tkazish quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- reklama;
- tenderli hujjatlarni ishlab chiqarish;
- tenderli xujjatlarni chop etish;
- tenderli takliflarni qabul qilish;
- tenderli takliflarni baholash;
- savdo qatnashchilarining malakasini tasdiqlash;
- shartnoma taklifi.

Tenderli hujjatlashtirish, qoida bo'yicha, etarlicha katta hajmga ega bo'lib, 1 qator muhim funktsiyalarni bajaradi:

- tender qatnashchilariga savdo jarayoni to'g'risida yo'l - yo'riq ko'rsatadi;
- xarid qilinadigan tovar va xizmatlarga tavsif beradi;
- taklifni baholash shartlarining mezonlarini o'rnatadi;
- keyingi shartnomalar shartlarini aniqlaydi.

Baholash jarayonining asosiy qoidalari quyidagilar:

- tender tashkiloti a'zolarini oldindan belgilash;
- talabga javob beruvchi takliflarni ko'rib chiqish;
- tender hujjatida keltirilgan baholash qoidalariga to'liq amal qilish;
- savdo qatnashchilari bilan qandaydir kelishuvlarning bo'lmashligi.

Yozma kelishuvda kelishuv qatnashchilari rasmiy tovar yetkazish to'g'risida taklif olishadi. Bu 2 xil usul bilan amalga oshishi mumkin. Birinchisida, shartnoma tuzish tashabbusi tovar sotuvidan chiqadi. U o'zining doimiy xaridorlariga ofertalar jo'natadi. Odatda ofertalar quyidagi rekvizitlarni o'z ichiga oladi:

- tovar nomi;
- tovar miqdori va sifati;
- narx;
- yetkazib berish sharti va muddati;
- to'lov sharti;
- tara va qadoqlash tavsifi;
- qabul qilish - uzatish sharti;

Ofertalar qattiq va erkin tarzda bo'lishi mumkin.

2-usulda shartnoma tuzish tashabbusi tovarni sotib oluvchidan chiqadi. U doimiy mol yetkazib beruvchilarga tijorat xatini jo'natadi. Unda barcha yuqoridagi rekvizitorlar ko'rsatilgan bo'ladi.

2. Mol yetkazib beruvchini tanlashdagi asosiy talablar

Mol yetkazib beruvchini tanlashda 2 asosiy mezon mavjud:

- 1) mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bahosi.
- 2) xizmat ko'rsatish sifati.

Bulardan tashqari unchalik asosiy bo'lmagan 60 dan ziyod mezonlar mavjud. Ularning ayrimlari quyidagilar:

- mol yetkazib beruvchining iste'molchidan uzoq joylashgani;
- joriy va tezkor buyurtmalarni bajarish muddati;
- mol yetkazib beruvchida mahsulot sifatini boshqarishning tashkil qilinganligi va boshqalar.

Sanab o'tilgan mezonlarni qo'llashda turli manbalardan keluvchi axborotlarni yig'ish lozim. Ushbu manbalarga quyidagilar kiradi:

- shaxsiy kuzatuv;
- mahalliy manbalar;
- bank va moliyaviy institutlar;
- mavjud mol yetkazib beruvchining raqobatchilari;
- savdo assotsiatsiyalari;
- axborot agentliklari;
- davlat manbalari;

3. Xaridorning huquqiy asoslari

Takliflar va qabul qilingan takliflar. Shartnoma ikkala tomonning oldi - sotdidagi roziligi bilan tuziladi va yozma tarzda rasmiylashtiriladi.

Moliyaviy shartlar. Shartnoma qiymatiga ega bo'lishi kerak, ya'ni unda moliyaviy shartlar ko'rsatilgandagina u haqiqiy hisoblanadi.

Shartnoma tuzish huquqi. Bunday huquqqa faqat mas'ul shaxslargina ega. Masalan: direktor, bosh direktor va boshqalar.

Qonuniylik. Shartnomaning qonuniy bo'limi mamlakatning yuridik me'yorlariga javob berishi lozim.

4. Shartnoma sharti

Shartnoma tizimi turli shartlarning o'zaro kelishuvini ko'rsatadi. Aniq ko'rsatilgan shartlar, bu shartnoma mazmunidan kelib chiqadigan shartlardir. Shart sifatida shartnomada zarurlarni qoplash ham ko'rsatilgan bo'lishi mumkin. Bu jarima hisoblanib, oldindan qat'iy belgilangan tartib va shartlarda undiriladi. Zarurlarni qoplashdan farqli ravishda jarima summasi o'sib boruvchi, ya'ni shartlar o'z vaqtida bajarilmaganda olib boruvchi hisoblanadi. Agar kechikish mol yetkazib beruvchiga bog'liq bo'lgan shartda kelib chiqish ko'zda tutilgan bo'lsa, u holda shartnomada fors - major shartini o'rganish kerak.

5. Shartnoma tuzilishi

Shartnoma tuzilishi quyidagi tartibda bo'lishi kerak:

- Shartnoma predmeti;
- Tovar miqdori;
- tovar sifati;
- shartnoma summasi va hisob - kitob tartibi;
- qadoqlash va markerlash;
- tovar yetkazish;
- tovar qabul qilish;
- fors - major;
- tomon majburiyatlari;
- kelishmovchiliklarni hal qilish;
- boshqa shartlar;

6. Yetkazib berish to'lovi

Buyurtma berilgan tovarlarga hisob olish shartnoma bajarilishining oxirgi bosqichi hisoblanadi. Barcha hisoblarni bir qancha asosiy qoidalarga ko'ra tekshirib ko'rish kerak:

- hisob - kitobni qabul qilishda, u aynan sizga tegishli ekanligiga ishonch xosil qiling;
- buyurtma raqamini tekshiring. Agar hujjatlarda qarama-qarshilik bo'lmasa, buxgalteriya hisobini to'laydi. Hisoblarni to'lashda turli usullardan foydalanish mumkin:
 1. to'lov talabnomasiga asosan hisob-kitob;
 2. akkreditiv bo'yicha hisob-kitob;
 3. inkassa bo'yicha hisob-kitob;
 4. Cheklar bo'yicha hisob-kitob;

Yuqorida sanab o'tilgan hisob-kitoblarga asosan, to'lov: qismlab; oldindan to'liq to'lash; oxirida to'liq to'lash va boshqa tartibda amalga oshirilishi mumkin. Har qanday holda ham u oldi - sotdi shartnomasida ko'rsatilgan bo'ladi. Tezkor yoki oldindan to'lash tovar sotib olishda chegirma qilish huquqini berish mumkin. Boshqa tomondan, to'lovni kechiktirish, uni sotib oluvchi tomonidan boshqa maqsadlarda ishlatishni bildiradi. Shunga muvofiq, to'lov usulini tanlashda uning afzallik va kamchiliklarini diqqat bilan o'rganib chiqish hamda buning natijasida sizga qanday foyda va zarar tegishini aniqlab olish zarur.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Material ishlab chiqarish ehtiyojlarini qondirish uchun qanday zaruriy masalalarni echish zarur?
2. Xarid logistikasida qanday tovar bozorlari tahlil qilinadi?
3. Bozor iqtisodiyoti ehtiyojlarini yetkazishni aniqlash usullarini ayting.
4. Xarid materiallarini yetkazish usullarini sanab bering.

11-MAVZU. LOGISTIKA TIZIMI BOSHQARUVINI TASHKIL ETISH

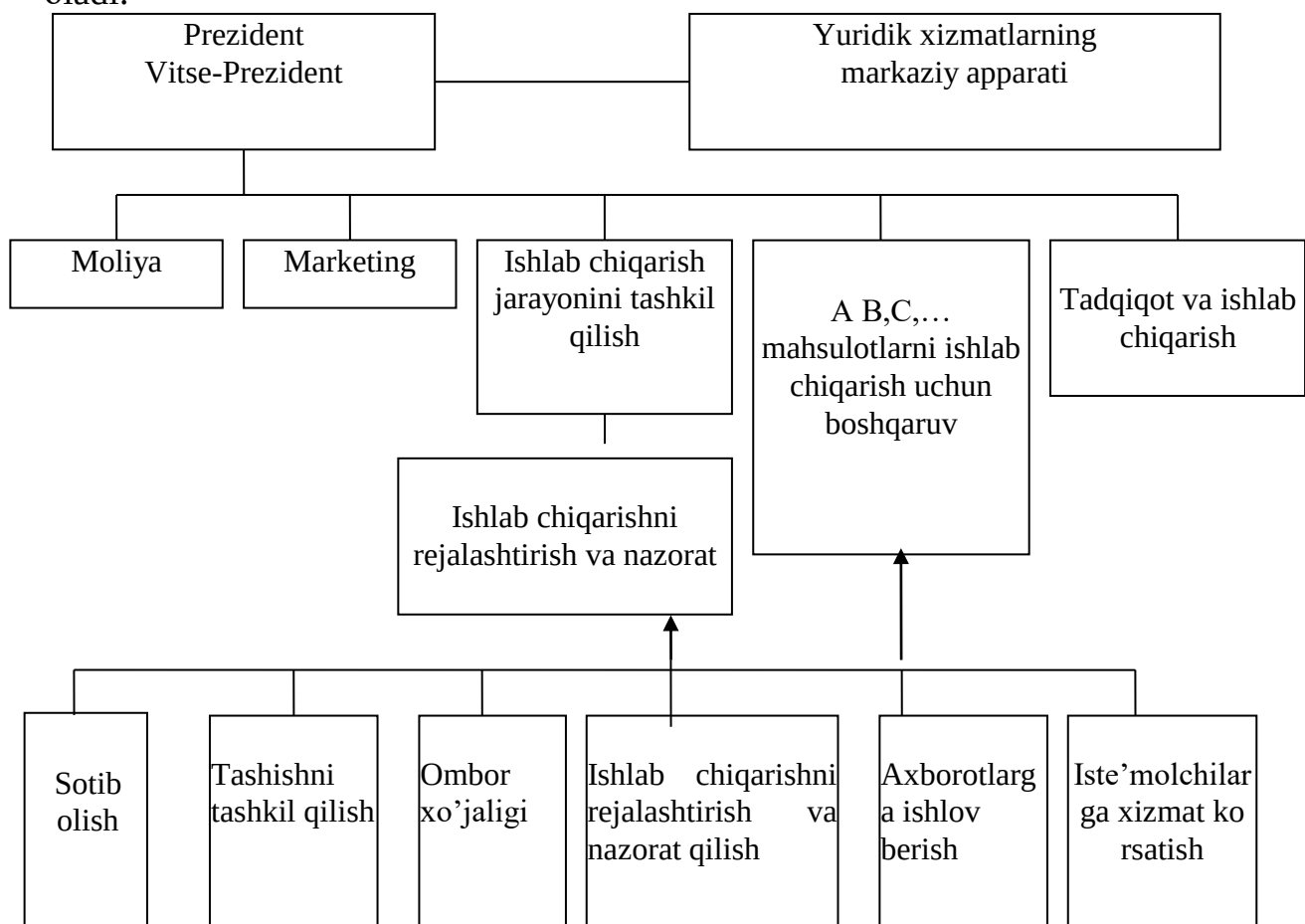
11.1. Boshqaruvning asosiy funksiyalari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida mamlakatning sanoatlashgan firmalarida material - texnik ta'minotini tashkil etishning ikki shakli qo'llaniladi: markazlashgan va markazlashmagan. Bu shakllarning har biri (ta'minot va sotuv) o'ziga xos guruhlangan va yoyilgan ta'minot sotuv xizmatidir. Gruhlangan xizmatda uning barcha bo'limlari alohida funktsiya (ta'minot, sotuv, zaxiralarni saqlash, tashish va boshqalar)larni bajaradi. Yoyilgan xizmatlar uchun ikki yoki undan ortiq bo'limlar bo'yicha chiziqli bo'limlarni bo'lib-bo'lib joylashtirish xarakterlidir.

Odatda material-texnik ta'minotni boshqarishning markazlashtirilgan shakli bir turdagi mahsulotni ishlab chiqaradigan firmalar va bitta mintaqada faoliyat yurituvchi korxonalarda qo'llaniladi. Boshqarishning markazlashtirilmagan shakli turli xil mintaqada joylashgan va bir xil yoki bir necha xil mahsulotlar ishlab

chiqarishga ixtisoslashgan firmalarda qo'llaniladi. Ba'zan boshqaruvning aralash shaklidan foydalaniladi. Moddiy-texnika ta'minotini markazlashtirishda muomala xarajatlarini qisqartirishga ta'minotchilardan katta miqdordagi tovarlarni qabul qilib olish va ularni chegirmali narxlarda sotib olish orqali erishiladi. Markazlashtirilmagan shaklda ta'minot xizmati tashkiloti, ishlab chiqarish va sotish bo'limi nisbatan kam miqdordagi xomashyo va mahsulotlarni sotib oladilar va natijada yetkazib berish xarajatlari bo'ladi. Moddiy texnika ta'minoti muomala xarajatlarini har bir ishlab chiqarish bo'limida va korxona faoliyatida material zaxiralarini kamaytirish hisobiga qisqartiradi.

Markazlashgan boshqaruvning guruhlangan xizmat shakli 30-chizmada ko'rsatilgan. Moddiy texnika ta'minoti korxona ichidagi material oqimlar harakati uchun kirib kelayotgan xomashyo, yarim tayyor mahsulot va tayyor mahsulot (iste'molchilarga jo'natilgan), shuningdek kerakli vaqt va talab qilingan miqdorda barcha zarur materiallarni ishlab chiqarish jarayonini ta'minlash uchun javobgarlik oladi.



29-Chizma. Guruhlangan muvofiq xizmatlarni tashkil etish moddiy texnika ta'minotining markazlashgan boshqaruv chizmasi

Materiallar boshqaruvi xizmatini bunday tashkil qilish firmaning vitse - prezidentiga bo'ysunadi va ba'zan ishlab chiqarish xizmati va yagona bo'limdagi loyihalashtirish bilan birlashgan bo'lishi mumkin. Bu chizma bo'yicha firmaning prezidenti va vitse-prezidenti har bir bo'linmani, shu jumladan moliyaviy masalalar, bozor siyosati masalalari, mahsulotlarni ishlab chiqarish, tadqiqotlar olib borish va nihoyat moddiy texnika ta'minoti masalalarini boshqarib boradi. Moddiy texnika ta'minoti xizmati chizmada ko'rsatilganidek,

markazlashgan boshqaruvda bo`ladi va bevosita nafaqat ta'minot va mahsulotni sotish, balki uni ishlab chiqarishni rejalashtirish va nazorat qilishni ham ta'minlaydi. Ushbu chizma katta miqdordagi tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashgan firmalarda qo'llaniladi.

30 - chizmada ko`rsatilgan tizim ham markazlashgan boshqaruvga ega. 31-chizmada ko`rsatilgan chizmadan farqli ravishda, bu chizma funktsional bo`limlar miqdorining ko`pligi bilan xarakterlanadi. Bu tizimning xususiyati shundaki, tovar ishlab chiqarish va zaxiralarni boshqarish bo'yicha ishlab chiqarish bo`limi firmasida funktsiyalarni birlashtirish hisoblanadi.



30-Chizma. Yoyilgan xizmatlarni tashkil qilishda moddiy texnika ta'minotining markazlashgan boshqaruvi

Moddiy texnika ta'minotining guruhlangan xizmati markazlashgan boshqaruvi shaklida uni tashkil qilish ishlab chiqarish ta'minoti va sotish har bir firma faoliyatida, qaysini aniq turdagi mahsulotni ishlab chiqarishga ixtisoslashgan firmalarda alohida javobgarlikni nazarda tutadi. Quyidagi chizma u yoki bu mahsulot turi uchun javob beradigan har bir firma xizmati doirasida moddiy texnika ta'minoti funktsiyasi kontsentratsiyasini ko'zda tutadi.



31-Chizma. Guruhlangan xizmatni tashkil etishda moddiy-texnika ta'minotini markazlashmagan holda boshqarish

Bunday funktsiyaning kontsentratsiyasi zarur bo'lmagan holatda moddiy texnika ta'minotining yoyilgan xizmati markazlashgan boshqaruv shakli qo'llaniladi. 31-chizmada moddiy texnika ta'minoti va ishlab chiqarishning markazlashgan boshqarish chizmasi strukturalaridan biri ko'rsatilgan.

11.2. Materiallar oqimini boshqarishning funktsional mexanizmi

Yangi tovar siyosati va kuchli raqobat ta'sirida yirik sanoat korporatsiyalari ishning doimiy qayta qurilish muqarrar ravishda tovar moddiy qiymatining hajmi o'zgarish va turli funktsional bo'limlar o'rtasidagi yangi tizimning shakllanishi bilan bog'liq. Boshqaruv apparatining muhim masalasi bunday qayta tashkil etishni kam yo'qotishlar bilan qisqa muddat ichida ta'minlashdan iborat.

Firmalarda moddiy oqimni boshqarish tizimi ostida barqaror aloqa moslashuvining 2 ta asosiy yo'nalishini ajratish mumkin. Birinchi yo'nalish turli xil iqtisodiy mexanizmlarning rivojlanishi hisobiga turli funktsional bo'limlar o'rtasida o'zaro ta'sirni tezlashtirishdir. Ikkinchi yo'nalish korporatsiyalar tarkibida tashkiliy o'zgarishlar orqali koorparatsiya zaruriy darajasining rivojlanishidir. Bu yo'nalishlar, qoidaga ko'ra, parallel ravishda rivojlanadi va bir-birini to'ldirib boradi.

Tajribada moddiy oqimni boshqarish doirasida menedjerlar harakatini boshqaradigan modeli va maxsus ishlab chiqilgan - tartiblar yordamida moslashuvning turli xil usullaridan foydalaniladi. Oxirgi yillarda Amerika korporatsiyalarida asosiy e'tibor maxsuslashtirilgan axborot tizimi va kompyuterlar yordamida moddiy resurslarni boshqarishni barqarorlashtirishga qaratilmoqda. Kompyuterlardan keng foydalanish asosida ro'y beradigan moddiy oqimlar boshqaruvi jarayonida rejali va nazoratli bajariladigan ish tartiblarining barqarorlashishi xizmatni qayta qurishni tashkil etish bilan bir vaqtda amalga oshiradi. Bu nazorat va moslashuvning yangi tashkil etilgan mexanizmining paydo bo'lishiga olib keldi. Eng keng tarqalganlaridan uch turli ko'rinishdagi tashkil etilgan mexanizmlarni ko'rsatish mumkin:

- Maxsus funktsional bo'limlar shakllanib, ularda reja, boshqaruv va nazorat funktsiyalarining katta qismi, yangi koorporatsiyalar orqali moddiy oqimlar harakatining reglamentlashtirilgan qismi nazorat qilinadi. Bu usul tajribada eng ko'p qo'llaniladi.

- Maxsus rahbar yoki moslashuv guruhi tayinlansa, asosiy masala bo'lib funktsional bloklardagi moddiy oqimlarni boshqarish bo'yicha qabul qilingan qarorlar jarayonining moslashuvi hisoblanadi.

- Bo'limlarga ikki tomonlama bo'ysinishga asoslangan matritsali mexanizm yaratilib, moddiy oqimlarni samarali boshqarishga bog'liq bo'ladi. Moddiy resurslarni boshqarish uchun maxsus tuzilmani ishlab chiqish odatda har bir firma oldida turgan shu sohadagi muammolar hisobiga amalga oshiriladi. Moddiy oqimlarni boshqarish tizimi ostida funktsional maxsuslashtirishga muvofiq ravishda 3 ta asosiy tarkibiy blokka ajratiladi: 1) Rejalashtirish va moslashish; 2) Boshqarish yoki tartibga solish; 3) Nazorat.



33-Chizma. Moddiy oqimlarni boshqarish tizimi

Har bir tarkibiy blokka turli xil boshqaruv bo'limlarini kiritish mumkin. Bu bo'limlarning soni va ularning o'zaro ta'sir xususiyati har bir bosqichda moddiy oqimlarni boshqarish bilan bog'liq ishning hajmi va murakkablik darajasiga bog'liq bo'ladi. (33-chizma)

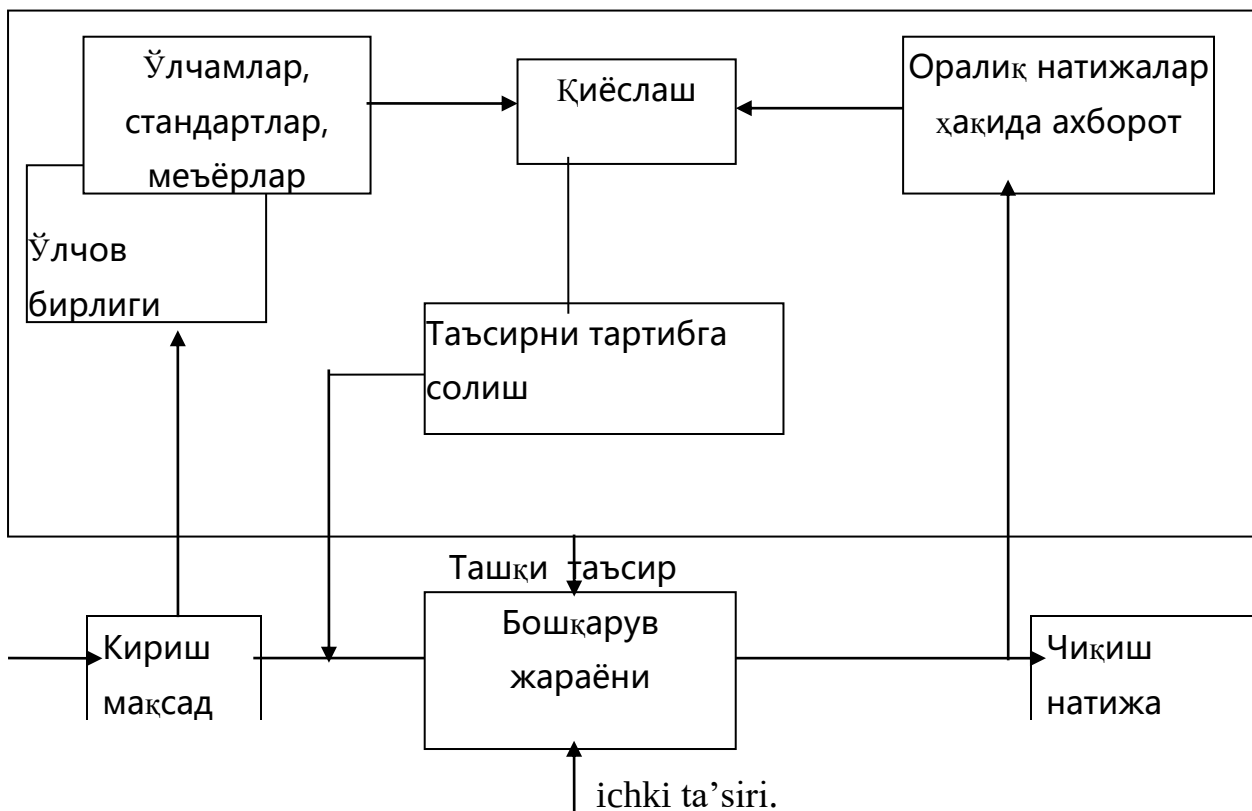
Moddiy oqimlarning boshqarish bo'limi shakllanishi bilanoq korporatsiyalarda paydo bo'ladigan maxsus masalalarga muvofiq ravishda bunday bo'linish ichki tarkibining ko'p sonli turi amal qiladi. Ayni paytda, bu variantlarning barchasi umumiy modelga asoslangan va o'xshash masalalarni echishga mo'ljallangan. Tovarlarning bir partiyalini boshqaruv apparati tarkibi uchun 2 ta umumiy variant xarakterli. Birinchi variant - ishlab chiqarish jarayonida va ta'minot bosqichida xomashyo va materiallardan foydalanish samaradorligini oshirishga mo'ljallangan va sanoat ahamiyatidagi mahsulotlarni chiqaradigan korporatsiyalarda tez-tez qo'llaniladi. Bu yerda asosiy muammo bo'lib, ishlab chiqarish bo'linmalari va ta'minot ishlarining doimiy bog'lanish zarurati, moddiy resurslarni saqlash va ulardan foydalanish ustidan nazorat olib borish tashkiloti va ishlab chiqarish bo'limlari orqali moddiy resurslar harakatini operativ boshqarishni ta'minlash masalalari hisoblanadi. Ikkinchi variant - moddiy oqimlarni boshqarish bo'limi tuzilmasi ko'p sonli iste'molchilarga xizmat qiladigan va keng ko'lamdagi mahsulot assortimentini ishlab chiqaradigan kompaniyalarda ko'pincha qo'llaniladi. Bu firmalar birinchi navbatda sotish tizimida tayyor buyumlarni saqlash muammolariga duch keladi va mahsulotlarni sotish, iste'molchilarga xizmat qilish va moddiy oqimlarni boshqarib borish kerak.

11.3. Logistika tizimida nazoratni o`rnatish

Logistika tizimi tashkilotda boshqaruvni samarali tashkil etishga yordam beradi, qaysiki u boshqaruv jarayoniga bog`liq bo`lmagan holda bir qancha xarakterli xususiyatlarga egalik qiladi, ular quyidagilar:

- tashkilotning strategik maqsadlarining mavjudligi;
- strategik maqsadlar uchun bo`ysinadigan taktik (rejani) maqsadni ishlab chiqish;
- aniq maqsadlarga mos keladigan o`lchov birliklarini to`g`ri tanlash;
- tanlangan birlikning nazorat raqami yoki aniqlangan me`yori (masalan, buyurtmani bajarish muddati);
- boshqaruv jarayoni haqidagi axborotlarni standart, me`yor yoki nazorat raqamlari bilan qiyoslash;
- qiyoslash natijalari bo`yicha qaror qabul qilish;
- boshqaruv ta`siri natijalarini nazorat qilish.

Yuqorida aytilganlarni amalga oshirishni tartibga solish logistika tizimida nazoratni o`rnatishga yordam beradi (34- chizma).



34-chizma. Logistika tizimida nazoratni o`rnatish

Boshqaruv tizimi kirish qismiga ega, ya'ni boshqaruv ierarxiyasi darajasiga bog`liq holda aniq maqsadga ega. Har doim ham boshqaruvning aniq davri jarayonida maqsadlarga erishish muvaffaqiyatli bo`lavermaydi. Ma'lum bir faoliyat turidagi muvaffaqiyat boshqa faoliyatda muvaffaqiyatsizlikka olib kelishi mumkin. Maqsadga erishish yo`lida faoliyat natijalarining o`lchov birligi turini aniqlash katta

ahamiyatga ega. Bunday bosqichdan so`ng nazorat qilish boshlanadi. Masalan, sizga yangi mahsulotni o`zlashtirish bo`yicha javobgarlik buyurildi va siz birinchi navbatda ushbu mahsulotning yuqori sifatli bo`lishidan manfaatdorsiz. Ayni paytda buxgalterlar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishdan, iqtisodchilar esa uning samaradorligidan manfaatdorlar. Jamoa bilan ishlash tajribasi shuni ko`rsatadiki, agar xodimlarning diqqati aniq o`lchamga jalb qilinsa, qabul qilingan nazorat raqamlari keskin bo`ladi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. G`arb mamlakatlari sanoat firmalarida moddiy texnika ta`minoti tashkilotlarining qanday turi qo`llaniladi?
2. Moddiy texnika ta`minotining markazlashtirishning ustunliklarini ayting.
3. Firmalarda logistik faoliyatni boshqarishning mukammallashtirilgan asosiy yo`nalishlarini ayting.
4. Logistika tizimlarida nazoratning ahamiyatini ayting.

12 - MAVZU. SERVIS XIZMATINING LOGISTIKASI

12.1. Servis xizmati logistikasining mazmuni va ahamiyati

Hozirgi davrning samarali xo`jalik faoliyati shundan iboratki, jahon bozorining yuqori talablariga javob beruvchi yuqori sifatli ilg`or mahsulotlarni ishlab chiqarish firma muvaffaqiyatining faqat yarmigagina xosdir, qolgan ikkinchi yarmini esa sotishni bilish hamda servis xizmatini tasavvur qilish qiyindir. Firma mahsulotiga iste`molchi qiziqishini uyg`ota bilish kerak. Bunda yuqori darajada sotish va servis xizmat ko`rsatish muhim o`rin egallaydi.

Agar korxona bozor talabiga mos holda ishlab chiqarilgan mahsulot hamda daromadlarning boshqaruvida o`zaro munosabatga ega bo`lsa, u holda bu korxona tashkiliy - iqtisodiy mustahkam tizim hisoblanadi. Bozor talabi tovarga bo`lgan talab bilan chegaralanmaydi. Iste`molchi u yoki bu tovarni yetkazish bo`yicha jamg`arish - sotuv jarayonida unga ko`rsatiladigan xizmatlar tarkibi va sifati miqyosida ham o`z shartlarini qo`ydi. Xizmat o`zida naf keltiruvchi kimningdir faoliyatini aks ettiradi. Servis deb xizmat ko`rsatishdagi, ya`ni kimningdir ehtiyojlarini qondirishdagi amalga oshiradigan ish (mehnat)ga aytiladi.

Servis yaxlit holda taqsimot bilan chambarchas bog`liq va u o`zida buyurtma, xarid, yetkazib berish va mahsulotga keyingi ko`rsatiladigan xizmatlar majmuasini aks ettiradi. Servis bahosini xarakterlovchi ko`rsatkich iste`molchi talabini qondirish servis darajasi deb ataladi. Servis ob`ekti moddiy oqim iste`molchilari hisoblanadi: ishlab chiqarish korxonalari, taqsimlovchi markazlar va oxirgi iste`molchilar. Servis yoki ishlab chiqaruvchi korxona o`zi tomonidan yoki bo`lmasa moddiy oqimlarga servis xizmatini ko`rsatish sohasiga ixtisoslashgan va ishlab chiqarish - sotish jarayonida ishtirok etuvchi alohida mustaqil korxonalar tomonidan amalga oshirilishi mumkin.

Shuning uchun korxona faoliyati ob'ekti sifatida quyidagilar ajratiladi: qiymat yoki natura o'lchovda baholanadigan, sanoat va nosanoat mazmunidagi mahsulotlar, turli korxona xizmatlari va boshqa iqtisodiy faoliyatlar (ta'mirlash ishlari, qurilish, transport, aloqa va hokazolar) yig'indisi qurilishdagi mahsulotning (yoki moddiy oqimlarining) servis xizmatini ko'rsatish.

Mahsulotning servis xizmatini ko'rsatishda bozor talablariga mos holda mahsulotning yetkazib berish vaqti, joyi, narxi, miqdori, sifati va nomenklaturasi kabi ko'rsatkichlar bo'yicha axborot hamda moddiy oqimlarning har birida alohida «korxona - iste'molchi» aloqalarini ta'minlovchi korxona tizimi ostidagi barcha faoliyat turlari va funktsiyalar yig'indisini aks ettiradi. Servis xizmati turlari sifatida quyidagilar ko'rsatiladi:

1. Iste'molchi talabini qondirish servisi - iste'molchiga xizmat ko'rsatish darajasining majmua tavsifini ifodalaydi va quyidagi ko'rsatkichlar bilan aniqlanadi: vaqt, chastota, tayyorlik, yetkazib berish sifati va rad etmaslik, ortish - tushirish ishlarini o'tkazish va komplektlashni ta'minlashga tayyorlik, buyurtma metodi (usuli).

2. Ishlab chiqarish mazmunidagi xizmat ko'rsatish servisi chiqarilayotgan mahsulot bo'yicha taklif qilinayotgan servis xizmatini ko'rsatish turlari yig'indisi, ya'ni xaridga bitim tuzilgan vaqtdan to mahsulotni yetkazib berishgacha bo'lgan vaqt oralig'ida iste'molchiga ko'rsatiladigan xizmatlar to'plamini qamrab oladi.

3. Sotuvdan keyin ko'rsatiladigan servis xizmati mahsulotning belgilangan butun hayotiy davri davomida amaldagi iqtisodiy shartlar asosida mahsulotni samarali ta'minlashda ko'rsalitishi zarur bo'lgan xizmatlar yig'indisini o'z ichiga oladi. Sotuvdan keyingi servis xizmati mahsulot sotuvigacha va undan keyin ham amalga oshiriladi va quyidagi asosiy tadbirlarni qamrab oladi:

- sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishga bo'lgan talabni uni iste'molchi bilan ishlab chiqish bosqichida aniqlash;
- mahsulot sotuvidan keyin iste'molchiga ko'rsatiladigan xizmatlarni aniqlash;
- mahsulotni yetkazib berishni muhokama jarayonida mahsulot sotuvidan keyingi xizmat ko'rsatish tartibini belgilash (o'rnatish);
- ekspluatatsion va remont (ta'mirlash) ishlarini o'tkazish uchun xodimlar tarkibini tayyorlash, zarur texnik hujjatlarni tayyorlash va tasdiqlash;
- sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish ta'minoti uchun kerakli infratuzilmani tayyorlash;
- mahsulot turini yangilash va eski mahsulotlarni zamonaviylashtirish tizimini ishlab chiqish.

4. Axborot servisi xizmati iste'molchiga ko'rsatiladigan mahsulot va uning xizmati haqidagi axborotlar, usullar (metod) va tamoyillar, shuning bilan birga axborotni uzatish va qayta ishlash uchun qo'llaniladigan texnik vositalar yig'indisi bilan xarakterlanadi.

5. Moliya-kredit servis xizmati o'zida iste'molchiga taqdim etiladigan to'lov variantlari, arzonlashtirilgan narx va imtiyozlar tizimi yig'indisini aks ettiradi. Bu yerda kreditning turli shakllarini ko'rib chiqish zaruriti;

mol yetkazib beruvchi qisqartirilgan qiymatiga bog'liq holda;

b) kreditor kim bo'lishiga qarab: bank, tijorat, davlat, xalqaro, fuqarolik, ishlab chiqarish, iste'mol tuzilmasi;

v) alohida holatlarda kreditning to'g'ri, egri, aniq, yashiringan, eski, yangi, asosiy, to'ldiruvchi, mukammal va nomukammal hamda boshqa turlarini ham e'tiborga olish lozim.

Xizmat ko'rsatish servisi keng miqyosdagi ko'rsatkichlar to'plami bilan tavsiflanadi. Bu ko'rsatkichlarni quyidagi mezonlarga asosan guruhlariga birlashtirish mumkin: nomenklatura va miqdor, sifat, vaqt, narx, servis ko'rsatishning ishonchliligi (sifat, vaqt va miqdor ko'rsatkichlari bo'yicha).

12.2. Iste'molchi talabini qondirish servisi mezonlari

«Nomenklatura va miqdor» mezonlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- ko'rilayotgan vaqt oralig'ida ishlab chiqarish resurslarining mavjud emasligi tufayli mahsulot nomenklaturasining Ni sotuv hajmiga asosan har bir i tur bo'yicha rad javoblar miqdori;

- ko'rilayotgan vaqt oralig'ida mahsulot nomenklaturasining uning samarasiz bajarilishi sababli Ni sotuv hajmiga asosan har bir i tur bo'yicha rad javoblar miqdori.

«Sifat» mezonlari iste'molchi talablariga mos holda har bir i turdagi mahsulotning sifatiga iste'molchi talabini qondirish imkoniyatini ko'rib chiqadi. Bu holda ishlab chiqaruvchilar taklif qilayotgan barcha mahsulotlar sifat darajasiga ko'ra shartli ravishda 4 guruhga bo'linadi:

1) Yuqori sifatli mahsulot - raqobatchilarning o'xshash mahsulotidan o'zining texnik - iqtisodiy ko'rsatkichlari bilan yuqori turadigan mahsulot. Bu holatda ishlab chiqaruvchi mahsulotning narxini ko'tarish yoki bozordagi o'z ulushini ko'paytirish hisobiga o'z daromadi miqdorini oshirishi mumkin.

2) Raqobatbardosh mahsulot - yuqori sifatli, lekin berilgan bozordagi mavjud o'xshash mahsulotlar orasida o'rtacha sifatga ega deb hisoblanishi mumkin. Ikkinchi holatda bu mahsulot reklama bo'yicha samarali marketing tadbirlari hamda sotuvni rag'batlantirish hisobiga raqobatda yutib chiqish imkoniyatiga ega.

3) Past sifatli mahsulot - asosiy raqobatchilar mahsulotiga qaraganda qator kamchiliklarga ega mahsulot. Ishlab chiqaruvchi bunday mahsulot narxini arzonlashtirish strategiyasini qo'llash hisobiga bozordagi o'zni mustahkamligini saqlab qolish imkoniyatiga ega.

4) Sifati juda past mahsulot - odatda raqobatbardosh emas va bunday mahsulotga umuman talab mavjud bo'lmaydi, shuning uchun bunday mahsulotni past narxlarda sotish mumkin. Bunday holatda ishlab chiqaruvchi yoki mahsulot sifatini yaxshilash yoki bo'lmasa yangi mahsulot ishlab chiqarishi lozim bo'ladi.

«Vaqt» mezonlari yetkazib berish vaqti (mahsulotga buyurtma olish bilan tayyor mahsulotni qabul qilish oralig'idagi vaqt) bo'yicha iste'molchi talabini qondirish imkoniyatini xarakterlaydi. Bunda mahsulotning har bir turi bo'yicha yetkazib berishning o'rtacha bozor vaqti hisobga olinadi.

Quyida mumkin bo'lgan 5 tenglik ajratiladi:

- mahsulotning berilgan turini yetkazib berish vaqtidan t_n - o'rtacha yetkazib berish vaqti t_n 10% dan ortiq miqdorda kam ($t_n < 0,9 t_{ur}$);

- yetkazib berish vaqti o'rtacha vaqtdan 10 % dan ortiq bo'lmagan miqdorda kam ($0,9 t_{cp} < t_n < t_{cp}$);

- yetkazib berish vaqti yetkazib berishning oʻrtacha vaqtiga teng ($t_n \approx t_{cp}$);
- yetkazib berish vaqti oʻrtachasidan 10 % dan kam boʻlmagan miqdorda katta ($t_{cp} < t_n < 1,1 t_{cp}$);
- yetkazib berish vaqti oʻrtachasidan 10 % dan ortiq miqdorda katta ($t_n > 1,1 t_{cp}$).

Shuni aytib oʻtish kerakki, 10 %li «koridor» shartli ravishda keltirilgan va har bir muayyan holatda oʻzgarishi mumkin.

Narx kriteriysi narxlarning oʻrtacha bozor narxlaridan chetlashishi bilan bogʻliq holda isteʼmolchilarning norozilik miqdorini koʻrib chiqadi.

Keltirilgan kriteriyga oʻxshash «koridor» chetlashishi beriladi.

Ishlab chiqaruvchi va isteʼmolchi 5% tahlil qilinganda buning mazmuni farqlanishini koʻrish mumkin.

Bu yerda ham beshta mumkin boʻlgan munosabatlar keltiriladi:

- berilgan mahsulot turi uchun narx T_s 5% dan ortiq miqdorda oʻrtacha narxdan T_{sr} pastroq ($T_s < 0.95 T_{sr}$);
- narx 5%dan koʻp boʻlmagan miqdorda oʻrtacha narxdan pastroq ($0.95 T_{sr} < T_s < T_{sr}$);
- narx oʻrtacha narxga teng ($T_s \approx T_{sr}$);
- narx 5%dan ortiq boʻlmagan miqdorda oʻrtacha narxdan yuqori ($T_{sr} < T_s < 1.05 T_{sr}$);
- narx 5%dan yuqori boʻlgan miqdorda oʻrtacha narxdan yuqori.

Tahlil nuqtai nazaridan qaraganda shunisi qiziqki, rad etish sababi boʻlib yo mahsulot sifati etarli darajada boʻlmashligi (narxlar sifatni ifodalaydi), yo talab tuzilmasining oʻzgarishi hisoblanadi.

«Servis xizmat koʻrsatishning ishonchliligi» mezoni miqdor, sifat va vaqt boʻyicha olingan buyurtmani bajarishni rad etmaslikning taxminiy bahosini bashoratlaydi:

- mahsulotning talab qilingan sifatga toʻgʻri kelmasligi bilan bogʻliq rad etishlar ehtimoli $R(N_i^k)$;
- talab qilingan hajmga yetkazib berilgan mahsulotning hajmi mos kelmasligi bilan bogʻliq rad etishlar ehtimoli $R(N_i^v)$;
- vaqt tavsifi boʻyicha buyurtmalarni bajarish mumkin emasligi sababli rad etishlar ehtimoli $R(N_i^t)$.

12.3. Ishlab chiqarish mazmunidagi xizmat koʻrsatish servisi mezoni

«Nomenklatura va miqdor» mezoni raqobatchilarning oʻxshash koʻrsatkichlariga qiyoslagan holda ishlab chiqarish mazmunidagi koʻrsatiladigan xizmatlari turi va mumkin boʻlgan taʼminlash hajmini ifodalaydi. Quyidagi variantlar farqlanadi:

- V_i hajmidagi talab mavjud boʻlgan korxonalar tomonidan taʼminlanmaydigan, lekin raqobatchilar tomonidan taklif etiladigan $i-1, n_y$ xizmat turlari;
- V_i^{yn} bashoratlangan hajmdagi isteʼmolchi talabi sifatida mavjud, ammo korxona tomonidan taʼminlanmaydigan va raqobatchilar ham taklif qilmaydigan $i-1, n_n$ xizmat turlari;
- ishlab chiqarish resurslarining yoʻqligi sababli $(iq1, n)$ taklif qilinayotgan xizmat turlariga rad javoblari N_i^y ;

- taklif qilinayotgan xizmatlarga talab yoʻqligi sababli ularning sotilmagan N_i^y hajmi.

«Sifat» mezoni koʻrilayotgan xizmat turining oʻrtacha bozor sifat darajasi K_i^p ga solishtirgan holda i mahsulot turiga koʻrsatilayotgan xizmat sifatini tavsiflaydi. Bu $K_i(K_i^p)$ mezonning tuzilishini tasvirlash yuqorida keltirilgan sifat darajasining 4 ta guruhi bilan bogʻliq holda tashkil etiladi.

«Vaqt» mezoni koʻrsatilayotgan xizmatlarning vaqt boʻyicha tavsifini, yaʼni oʻrtacha bozor vaqti t_y^{cp} bilan qiyoslagan holda sanoat mazmunidagi t_y^{nn} xizmatlarni koʻrsatish vaqtini koʻrib chiqadi. Yuqorida keltirilgan oʻxshash t_y^{nn} bilan bogʻliq boʻlgan variantlar quyidagilar:

- 1) $t_y^{nn} < x * t_y^{cp}$;
- 2) $x * t_y^{cp} < t_y^{nn} < t_y^{cp}$;
- 3) $t_y^{nn} q t_y^{cp}$;
- 4) $t_y^{cp} < t_y^{nn} < q x * t_y^{cp}$;
- 5) $t_y^{nn} > x * t_y^{cp}$;

Bu yerda x -xizmat koʻrsatadigan korxonaga boʻlgan munosabatning birdan oʻzgarishini aniqlovchi «koridor» kattaligining maʼnosi.

«Narx» mezoni koʻrsatilayotgan xizmatlarning narx tavsifini, yaʼni oʻrtacha bozor narxiga $T_{u^{sr}}$ qiyoslagan holda sanoat mazmunidagi taklif etilayotgan xizmatlar narxini $T_{u^{pn}}$ kurib chiqadi. Quyidagi oʻxshash munosabatlar koʻriladi:

- 1) $T_{u^{pn}} < u * T_{u^{sr}}$;
- 2) $u * T_{u^{sr}} < \ddot{O}_u^{pn} < q \ddot{O}_u^{sr}$;
- 3) $\ddot{O}_u^{pn} q \ddot{O}_u^{sr}$;
- 4) $\ddot{O}_u^{sr} < T_{u^{pn}} < q u * T_{u^{sr}}$;
- 5) $\ddot{O}_u^{pn} > u * T_{u^{sr}}$.

Bu yerda u -xizmatdan foydalanish nuqtai nazaridan bu xizmatga boʻlgan munosabatning oʻzgarishini aniqlovchi «karidor» kattaligining maʼnosi.

«Servis xizmatini koʻrsatishning ishonchliligi» vaqt va sifat boʻyicha ishlab chiqarish mazmunidagi qandaydir xizmatni bajarishni rad etmaslikning ehtimoliy bahosini berish imkoniyatiga ega:

- talab qilingan sifatga i turdagi koʻrsatiladigan xizmatlarning sifati mos emasligi bilan bogʻliq holda rad javoblar ehtimoli $P(V_i^k)$;
- isteʼmolchi talab qilgan vaqtda i turdagi xizmatni bajarish mumkin emasligi tufayli rad javoblar ehtimoli $P(V_i^l)$.

12.4. Sotuvdan keyingi xizmat koʻrsatish servisi mezoni

«Nomenklatura va sifat» mezoni sotuvdan keyingi xizmat koʻrsatishning oʻtkazilishi boʻyicha buyurtmalarga rad javoblar hajmini tavsiflaydi. Sotuvdan keyingi xizmat koʻrsatish servisi quyidagi yoʻnalishlarni alohida koʻrib chiqishi lozim: kafolatli taʼmirlash, butlovchi qismlar bilan taʼminlash, eskirgan asbob - uskunalarini yangi oʻxshashlari bilan almashtirish, eskirgan uskunalarini yangilash. Bu holda variantlarning sinflanishi quyidagi tarzda taqdim etiladi:

1. R_{ij} -i turdagi mahsulotning j turdagi sotuvdan keyingi xizmat koʻrsatishni oʻtkazish boʻyicha buyurtmalarga rad javoblar miqdori ($i q 1, n$);

2. R_{ik} -i turdagi mahsulotni k turdagi butlovchi qismlar bilan ta'minlash bo'yicha buyurtmalarga rad javoblar miqdori($kq1,m$);
3. R_i -i turdagi mahsulotning yangi o'xshashlariga almashtirishga rad javoblar miqdori;
4. R_i^y -i turdagi mahsulotni takomillashtirishga rad javoblar miqdori.

«Sifat» mezoni i turdagi mahsulot uchun har bir q tur bo'yicha sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish K_{qi} servisi bajarilishining sifatini tavsiflaydi. Bu mezon o'rtacha bozor sifat darajasi K_{qi}^p bilan qiyoslagan holda yuqorida keltirilgan 4 sifat darajasi guruhlariga mos keladi.

«Vaqt» mezoni sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining vaqt bo'yicha tavsifini ko'rib chiqadi, ya'ni servisning har bir turi vaqt ta'minoti t_{no} yuqorida ko'rib o'tilgan o'xshash o'rtacha bozor vaqti t_{no}^{cp} bilan qiyoslagan holda quyidagi 5 variantga ajratiladi:

- 1) $t_{no} < x * t_{no}^{cp}$;
- 2) $x * t_{no}^{cp} < q t_{no} < t_{no}^{cp}$;
- 3) $t_{no} q t_{no}^{cp}$;
- 4) $t_{no}^{cp} < t_{no} < q x * t_{no}^{cp}$;
- 5) $t_{no} > x * t_{no}^{cp}$.

«Narx» mezoni sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining har bir turini Ts_{po}^{sr} bilan solishtirgan holda narx tavsifini ko'rib chiqadi:

- 1) $Ts_{po} < u * Ts_{po}^{sr}$;
- 2) $u * Ts_{po}^{sr} < q Ts_{po} < Ts_{po}^{sr}$;
- 3) $Ts_{po} q Ts_{po}^{sr}$;
- 4) $Ts_{po}^{sr} < Ts_{po} < q u * Ts_{po}^{sr}$;
- 5) $Ts_{po} > u * Ts_{po}^{sr}$.

«Servis ko'rsatish ishonchliligi» mezoni sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining i turini bajarishni rad etmaslikning ehtimoliy bahosini berish imkoniyatini beradi:

- talab qilingan sifatga sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining i turi mos kelmasligi tufayli rad javoblar ehtimoli $P(V_i^k)$;
- talab qilingan vaqtda sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish servisining i turini bajarish mumkin emasligi sababli rad javoblar ehtimoli $R(V_i^t)$.

12.5. Axborot xizmat ko'rsatish servisi mezoni

«Nomenklatura va sifat» mezoni ma'lumotlar va ularni chiqarish uchun ruxsatning mavjud emasligi tufayli buyurtmalarga quyidagi rad javoblar hajmini ifodalaydi: I_j ma'lumotlar bazasida j ko'rsatkichning yo'qligi tufayli buyurtmalarni rad qilish miqdori; I_k - k axborot ko'rsatkichini chiqarish uchun ruxsat yo'qligi tufayli buyurtmalarni rad qilish miqdori.

«Sifat» mezoni berilayotgan ma'lumotlarning yig'ish nuqtai nazaridan haqiqiylikni xarakterlaydi: $I_k^{\%}$ - ma'lumotlarning ularni yig'ish nuqtai nazaridan k axborot ko'rsatkichi bo'yicha haqiqiylik (foizda).

«Vaqt» mezoni talab qilinayotgan ma'lumotlarni shakllantirish vaqtini t_i o'rtacha bozor vaqti t_i^{cp} bilan qiyoslagan holda ko'rib chiqadi:

- 1) $t_i < x * t_i^{cp}$;

$$2) x \cdot t_i^{cp} < q t_i < t_i^{cp};$$

$$3) t_{iq} t_i^{cp};$$

$$4) t_i^{cp} < t_i < q x \cdot t_i^{cp};$$

$$5) t_i > x \cdot t_i^{cp}.$$

«Narx» mezoni axborot xizmatlarining narxini Ts_i o`rtacha bozor narxi Ts_i^{cp} bilan solishtirilgan holda tavsiflaydi:

$$1) Ts_i < y \cdot Ts_i^{cp};$$

$$2) y \cdot Ts_i^{cp} < q Ts_i < Ts_i^{cp};$$

$$3) Ts_i q Ts_i^{cp};$$

$$4) Ts_i^{cp} < Ts_i < q y \cdot Ts_i^{cp};$$

$$5) Ts_i > y \cdot Ts_i^{cp}.$$

«Servis xizmatini ko`rsatishning ishonchliligi» mezoni tatbiq etilayotgan usullar va algoritmlar uchun boshlang`ich ma`lumotlarning etarli emasligi sababli aniq bo`lmagan ma`lumotni olish ehtimolini $P(I_k)$ baholaydi.

12.6. Moliya - kredit xizmatini ko`rsatish servisi mezoni

«Nomenklatura va sifat» mezoni qandaydir j turdagi mahsulot haqini to`lash shakli yoki variantini yo`qligi sababli buyurtmalarni rad qilish hajmini F_j ko`rib chiqadi.

To`lash shakl va variantlari sifatida taqdim etiladigan uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlr, chegirma va imtiyozlar tizimi, lizing, ijara va hokazo bo`lishi mumkin.

«Sifat» mezoni korxona tomonidan havola qilingan mahsulot haqini to`lash shakl va turlari miqdorining  $K_1$  bozordagi raqobatchilarning taqdim etgan to`lash shakl va turlari miqdorini K_2 bilan munosabatini tavsiflaydi: KqK_1/K_2 -iste`molchilarga taqdim etilgan to`lash shakli va turlarining to`laligi koeffitsientlari.

«Vaqt» mezoni o`rtacha bozor ko`rsatkichlari t_f^{ur} bilan qiyoslangan holda buyurtma qabul qilingandan to to`lash bitimi tuzilgunga qadar to`lash shakl va variantlarini taqdim etish vaqtini t ko`rib chiqadi:

$$1) t_x < x \cdot t_x^{ur};$$

$$2) x \cdot t_x^{sr} < q t_f < t_f^{sr};$$

$$3) t_f q t_x^{sr};$$

$$4) t_f^{sr} < t_f < q x \cdot t_f^{sr};$$

$$5) t_f > x \cdot t_f^{sr}.$$

«Narx» mezoni moliya - kredit xizmatlarini ko`rsatish narxini  $Ts_{\%}$ (foizda) o`rtacha bozor $Ts_{\%}^{ur}$ bilan taqqoslagan holda tavsiflaydi:

$$1) Ts_{\%} < x \cdot Ts_{\%}^{sr};$$

$$2) x \cdot Ts_{\%} < q Ts_{\%} < Ts_{\%}^{sr};$$

$$3) Ts_{\%} q Ts_{\%}^{sr};$$

$$4) Ts_{\%}^{sr} < Ts_{\%} < q x \cdot Ts_{\%}^{sr};$$

$$5) Ts_{\%} > x \cdot Ts_{\%}^{sr}.$$

«Servis ko`rsatishning ishonchliligi» mezoni»  $j$  turdagi moliya-kredit xizmatini ko`rsatishni rad etmaslikning ehtimoliy bahosini berish imkoniyatini beradi:

- 1) j turdagi moliya - kredit xizmatining mavjud emasligi tufayli rad qilish ehtimoli $R(F_j)$;
- 2) vaqt oralig`ida j turdagi moliya - kredit xizmatini ko`rsatish imkoniyati yo`qligi sababli rad qilish ehtimoli $R(F_j^t)$;
- 3) narx bo`yicha j turdagi moliya - kredit xizmatini ko`rsatish imkoni mavjud emasligi tufayli rad qilish ehtimoli $R(F_j^%)$.

Servis xizmatini ko`rsatishning majmua sinflanishi korxona faoliyatini ishlab chiqarish - moliyaviy modellashirish samaradorligini oshirish maqsadida ichki xo`jalik va moliyaviy rezervlarni qidirishni amalga oshirish imkonini beradi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Servis xizmat turlari turkumlanishidan misol keltiring.
2. «Servis» mohiyatini hisoblang.
3. Servis xizmatlarini baholash mezonini tushuntiring.
4. Servis xizmat turlari bo`yicha baholash mezonini tushuntiring.

XULOSA

Logistika iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismlaridan biri bo`lib, XX asrning 80-yillaridan boshlab, G`arb va AQShda shiddat bilan rivojlanmoqda. Masalan, AQShda logistikaga xarajatlar yalpi ijtimoiy mahsulotning 15-23% miqdorida baholanadi va amerikalik mutaxassislarning fikricha, iqtisodiyot tartibga solinguniga qadar bo`lgan taraqqiyotning asosiy sabablaridan biridir.

Logistika borgan sari kengroq ahamiyat kasb eta boshlagan faoliyat sohasidir. Shuning uchun davlat va xususiy bo`limlarning logistika sohasiga qiziqishi ortib bormoqda hamda ehtiyoj vujudga kelmoqda.

Tijorat tizimining tamoyillari va kontseptsiyasi materiallarni boshqarish va taqsimlash bilan bog`liq. Amerikalik olimlarning hisoblashlaricha, logistika tezroq rejalashtirishning tuzilishi, ularning tadbirkorlik vazifalaridir. Logistika sohasida boshqaruv vazifalari nafaqat moddiy oqimlarni boshqarish, balki doirasida taqsimlashni bashorat qilish bo`yicha kundalik faoliyatni amalga oshira oladigan vazifa va strategiyalarni ishlab chiqish mexanizmini ta`minlashga qaratilgan. Logistika ikki: boshqaruv va texnologiya nuqtai nazaridan ko`rib chiqiladi. Ta`minotni boshqarish, moddiy oqimning harakatlanishi va sotishni ta`minlashi tashkiliy boshqaruvga tegishlidir. Transportda tashish texnologiyalarini takomillashtirish, omborxona xo`jaligi, axborotli tashkilot, rejalashtirish, nazorat hamda bu xizmatlardan har birining samarali faoliyat yuritishiga xarajatlarni kamaytirish maqsadga muvofiq. Muvofiqlashtirish esa texnologik yo`nalishlarga tegishli.

Logistika xalqaro atama bo`lib qolgan, shuning uchun logistika fani iqtisodiyot sohasida juda zarurdir.

ASOSIY ADABIYOTLAR:

1. Karimov I.A. O`zbekiston isloxotlarini chukurlashtirish yo`lida. T.: Uzbekistan, 1995
2. Karimov I.A. O`zbekiston XXI asr bo`saxasida: Xavfsizlikka taxdid, barkarorlik shartlari va tarakkiyot kafolatlari. T.: Uzbekistan, 1997
3. Sergeev V.N. Logistika i biznes. Uchebnik. INFRA-M., 2001
4. Albekov A.U., Mitko O.A. Kommercheskaya logistika. Rostov-na Donu. Feniks, 2002
5. Nikolay Chuk. V.E. Logistika. M., 2003
6. Kirshena M.V. Kommercheskaya logistika M.: Tsentr Ekonomiki i marketinga, 2001
7. Sirkisov S.K. Upravlenie logistikoy. M.: ZAO INTERSINTEZ, 2001
8. Golikov E.A. Marketing i logistika. Ucheb. Posobie. 2-oe izdanie. M.: I.D.Dashkov i Ktt, 2000
9. Logistika. Ucheb. posobie pod red. Aniskina B.A. M.: INFRA, 2000
10. Nerush Yu.M. logistika. Uchebnik dlya VUZov. M.: YuNITI-DANA, 2000
11. Zaxarov N.V., Tsiganok A.O. Logistika, effektivnost i riski vneshne ekonomicheskix operatsiy. M., 2000
12. Mirotin L.B. Nekrasov A.G., Kulikova E.Yu. i dr. Integrirovannaya logistika nakopitelnix i raspredelitelnix kompleksov M.: Ekzamen, 2003
13. Staxanov V.N., Il'exovtsev R.V. Torgovaya logistika. Ucheb. posobie I., 2000
14. Effektivnaya logistika. L.B. Mirotin, N.E. Tashbaev, O.G. Proshina- M.: Ekzamen, 2003
15. Effektivnost logisticheskogo upravleniya. Pod red. L.B. Mirotina M.: Ekzamen, 2003
16. Gadjinskiy A.M. Logistika. - M.: Ekonomika, 1998.
17. Gordon M.P. Funktsii i razvitiya logistiki v sfere tovarodvijeniya. Minsk, 1993. № 1.
18. Degteronko V. Osnovi logistiki marketinga. -Rostov na Donu, Izdatelstvo Rostovskogo universitet, 1990.
19. Dadaboev Yu.T., Asadulina R.T., Abdullaev M. Logistika. Kuvayskiy uchebno-nauchno-proizvodstvenniy tsentr, 1999.
20. Rodnikov A.I. Logistika. Terminologicheskii slovar. - M.: Ekonomika, 1995.
21. T. E. Evtodieva. Logisticheskie osnovi protsessa sbitovoy deyatel'nosti. Samara 2000.
22. Transportnaya logistika. pod. red. L. B. Mirotina. M. Ekzamen 2002.
23. Jurnal' «Logistika», RISK, Transport. 2004 – 2005 gg.
24. A.M.Zavakov. Logistika materialnix zapasov i finansovix aktivov. M.izd. «Piter» 2005.
25. Gvozdenko. Logistika v turizme. Ucheb.posobie. M. FIS 2004g.
26. Gadjinskiy A.M. Logistika Ucheb. II-e izd. Pererabot.dop. M. izd. «Dashkov i K» 2005.

QO`SHIMCHA ADABIYOTLAR:

1. PURLIN V. M. RINOK INVEStitsionnix tovarov i logistika. M.: Mejdunarodniy universitet biznesa i upravleniya. 1997.
2. Muxitdinov D. M., Voronkova V. M. i dr. Logistika. TGEU. 1996.
3. Rinok i logistika. M.: Ekonomika 1993.
4. Belov I. V. Ekonomicheskaya teoriya transporta. M.: Transport 1996.
5. Bukan D. J. Nauchnoe upravlenie zapasami. M.: Nauka. 1996.
6. Kotler F. Osnovi marketinga. M.: Nauka. 2000.
7. Dadabaev K.A. Logistika Toshkent, «Uzbekiston yozuvchilar uyushmasi» adabiyot jamgarmasi. Toshkent 2004.

INTERNET MANBALARI:

1. Logistika. ru
2. Logistics. ru